

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	i
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Teoritis	10
1.4.3 Manfaat Praktis	10
1.5 Kerangka Teori	10
1.5.1 <i>Social Learning Theory</i> Albert Bandura.....	10
1.5.2 <i>Trash talking</i>	11
1.5.3 Etika Komunikasi	12
1.6 Kerangka Pemikiran.....	13
1.7 Hipotesis	13
BAB II	14
2.1 Media Baru	28
2.2 Media sosial	14
2.3 YouTube	28
2.4 <i>Trash talking</i>	17
2.5 Teori <i>Social Learning</i> oleh Albert Bandura	14
2.6 Etika Komunikasi	23
2.7 Penelitian Terdahulu	31
BAB III	34

3.1	Jenis Penelitian.....	34
3.3	Sumber Data.....	35
3.3.1	Data Primer	35
3.3.2	Data Sekunder	35
3.4	Populasi dan Sampel	36
3.4.1	Populasi.....	36
3.4.2	Sampel.....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1	Kuesioner (Angket).....	38
3.5.2	Studi Pustaka	39
3.6	Variabel Penelitian	39
3.6.1	Variabel Bebas (X).....	39
3.6.2	Variabel Terikat (Y).....	40
3.7	Definisi Konseptual Variabel	40
3.7.1	Variabel Independen (X) : <i>Trash talking</i>	40
3.7.2	Variabel Dependen (Y) : Penurunan Etika Komunikasi	41
3.8	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.9	Skala Pengukuran Variabel.....	44
3.10	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.10.1	Uji Validitas	45
3.10.2	Uji Reliabilitas	47
3.11	Teknik Analisis Data.....	49
3.11.1	Analisis Deskriptif.....	49
3.11.2	Uji Normalitas	50
3.11.3	Uji Linearitas.....	51
3.11.4	Uji Korelasi Spearman Rank	51
3.11.5	Uji Koefisien Determinasi	52
3.11.6	Pengujian Hipotesis	53
BAB IV	54
4.1	Deskripsi Objek	54
4.1.1	Deskripsi <i>Channel</i> YouTube Milyhya.....	54
4.2	Karakteristik Responden	58
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Usia	59
4.2.3	Karakteristik Frekuensi Menonton	60
4.3	Hasil Analisis dan Deskripsi Variabel Penelitian	61

4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Trash talking</i> pada <i>Channel</i> YouTube Milyhya (Variabel X).....	61
4.3.2 Hasil Analisis Variabel <i>Trash talking</i> pada <i>Channel</i> YouTube Milyhya (Variabel X)	65
4.3.3 Deskripsi Variabel Penurunan Etika Komunikasi <i>Subscriber</i> (Variabel Y).....	66
4.3.4 Hasil Analisis Variabel Penurunan Etika Komunikasi <i>Subscriber</i> (Variabel Y)	71
4.4 Hasil Analisis Data	72
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	72
4.4.2 Hasil Uji Linearitas	73
4.5.3 Hasil Analisis Uji Koefisien Korelasi (Spearman Rank)	74
4.4.4 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi.....	76
4.5 Pembahasan	77
BAB V	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94