

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I	22
PENDAHULUAN	22
1.1 Latar Belakang Masalah	22
1.2 Identifikasi Masalah	25
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	27
1.3.1 Maksud Penelitian	27
1.3.2 Tujuan Penelitian	27
1.4 Kegunaan Penelitian	28
1.4.1 Kegunaan Praktis	28
1.4.2 Kegunaan Teoretis	28
BAB II	30
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	30
2.1 Tinjauan Pustaka	30
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
2.1.2 Tinjauan Mengenai Ilmu Komunikasi	33
2.1.2.1 Definisi Komunikasi	33
2.1.2.2 Konteks Komunikasi	34
2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi	36
2.1.2.4 Proses Komunikasi	38
2.1.3 Tinjauan Konteks Komunikasi	39

2.1.3.1	Pengertian Komunikasi Massa	39
2.1.3.2	Karakteristik Komunikasi Massa.....	40
2.1.3.3	Fungsi Komunikasi Massa	43
2.1.4	Tinjauan Mengenai New Media.....	44
2.1.5	Tinjauan Mengenai Efektivitas.....	46
2.1.6	Tinjauan Mengenai Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	48
2.1.7	Tinjauan Mengenai Teori <i>Uses and Gratification</i>	50
2.2	Kerangka Pemikiran	54
2.2.1	Kerangka Pemikiran Teoretis.....	55
2.2.2	Kerangka Pemikiran Konseptual	55
2.3	Hipotesis.....	60
2.3.1	Hipotesis Induk	60
2.3.2	Sub Hipotesis	60
BAB III	64
METODE PENELITIAN	64
3.1	Desain Penelitian	64
3.2	Populasi dan Sampel.....	64
3.2.1	Populasi.....	64
3.2.2	Sampel.....	65
3.3	Teknik Pengumpulan Data	67
3.3.1	Studi Pustaka.....	67
3.3.2	Studi Lapangan	68
3.4	Operasionalisasi Variabel	69
3.5	Teknik Analisis Data.....	71
3.5.1	Uji Validitas.....	73
3.5.2	Uji Realibilitas	74
3.5.3	Uji Statistik Penelitian	75
3.5.4	Uji Hipotesis	77
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	77
3.6.1	Lokasi Penelitian	77
3.6.2	Waktu Penelitian.....	77
BAB IV	78
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78

4.1 Hasil Penelitian	78
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	78
4.1.1.1 Sejarah Female Daily Network	78
4.1.1.2 Visi dan Misi Female Daily Network	79
4.1.1.3 Event Female Daily Network	80
4.1.1.3 Platform Female Daily Network	82
4.1.1.4 Playlist Youtube Female Daily Network	89
4.1.2 Analisa Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	91
4.1.2.1 Analisa Hasil Uji Validitas	91
4.1.2.2 Analisa Hasil Uji Reliabilitas	93
4.1.3 Analisis Identitas Responden	94
4.1.3.1 Jenis Kelamin Responden	94
4.1.3.2 Usia Responden	95
4.1.3.2 Pekerjaan Responden	96
4.1.3.2 Seberapa Lama Responden Menonton Youtube Setiap Bulannya	96
4.1.4 Analisis Hasil Penelitian	97
4.1.4.1 Analisis Pertanyaan Mengenai Intensitas	97
4.1.4.2 Analisis Pertanyaan Mengenai Isi Pesan	99
4.1.4.3 Analisis Pertanyaan Mengenai Kebutuhan Kognitif	103
4.1.4.4 Analisis Pertanyaan Mengenai Kebutuhan Afektif	107
4.1.4.5 Analisis Pertanyaan Mengenai Kebutuhan Integratif Personal	111
4.1.4.6 Analisis Pertanyaan Mengenai Kebutuhan Integratif Sosial	113
4.1.4.7 Analisis Pertanyaan Mengenai Kebutuhan Pelepasan	116
4.2 Uji Statistik Penelitian	121
4.2.1 Analisis Regresi	121
4.2.1.1 Analisis Persamaan Regresi Intensitas (X1) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	121
4.2.1.2 Analisis Persamaan Regresi Isi Pesan (X2) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	124
4.2.1.3 Analisis Persamaan Regresi Efektivitas Tayangan (X) terhadap Kebutuhan Kognitif (Y1)	127
4.2.1.4 Analisis Persamaan Regresi Efektivitas Tayangan (X) terhadap Kebutuhan Afektif (Y2)	129

4.2.1.5 Analisis Persamaan Regresi Efektivitas Tayangan (X) terhadap Kebutuhan Integrasi Personal (Y3).....	132
4.2.1.6 Analisis Persamaan Regresi Efektivitas Tayangan (X) terhadap Kebutuhan Integratif Sosial (Y4)	135
4.2.1.7 Analisis Persamaan Regresi Efektivitas Tayangan (X) terhadap Kebutuhan Pelepasan (Y5).....	138
4.2.1.8 Analisis Persamaan Regresi Efektivitas Tayangan (X) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y).....	141
4.2.2 Hasil Penelitian Uji Arah Hubungan Hipotesis.....	144
4.3 Pembahasan.....	145
4.3.1 Analisis Intensitas Tayangan Playlist “Skincare 101” Female Daily Network Youtube Channel terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Bagi Para Subscribers.....	151
4.3.2 Analisis Isi Pesan Tayangan Playlist “Skincare 101” Female Daily Network Youtube Channel terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Bagi Para Subscribers.....	152
4.3.3 Analisis Efektivitas Tayangan Playlist “Skincare 101” Female Daily Network Youtube Channel terhadap Kebutuhan Kognitif Kecantikan Bagi Para Subscribers	154
4.3.4 Analisis Efektivitas Tayangan Playlist “Skincare 101” Female Daily Network Youtube Channel terhadap Kebutuhan Afektif Kecantikan Bagi Para Subscribers	156
4.3.5 Analisis Efektivitas Tayangan Playlist “Skincare 101” Female Daily Network Youtube Channel terhadap Kebutuhan Integratif Personal Kecantikan Bagi Para Subscribers.....	157
4.3.6 Analisis Efektivitas Tayangan Playlist “Skincare 101” Female Daily Network Youtube Channel terhadap Kebutuhan Integratif Sosial Kecantikan Bagi Para Subscribers	159
4.3.7 Analisis Efektivitas Tayangan Playlist “Skincare 101” Female Daily Network Youtube Channel terhadap Kebutuhan Pelepasan Kecantikan Bagi Para Subscribers	160
BAB V	162
KESIMPULAN & SARAN	162
5.1 Kesimpulan.....	162
5.2 Saran	163
5.2.1 Saran Untuk Female Daily Network	163
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	164
DAFTAR PUSTAKA.....	166

LAMPIRAN.....	169
----------------------	------------