

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT</b>	i
HALAMAN JUDUL	ii
<b>ABSTRAK</b>	vi
<b>KATA PENGANTAR</b>	vii
<b>DAFTAR ISI</b>	ix
<b>Daftar Tabel</b>	xi
<b>Daftar Gambar</b>	xii
<b>BAB I</b>	1
<b>PENDAHULUAN</b>	1
<b>I.1.    LATAR BELAKANG MASALAH</b>	1
<b>I.2.    RUMUSAN MASALAH</b>	13
<b>I.3.    TUJUAN PENELITIAN</b>	14
<b>I.4.    MANFAAT PENELITIAN</b>	14
<b>I.5.    TINJAUAN PUSTAKA</b>	15
I.5.1.    Konten <i>Review</i> di Media Internet	15
I.5.2.    Objektivitas Media	16
I.5.3.    Analisis Isi Kuantitatif	19
<b>I.6.    METODOLOGI PENELITIAN</b>	20
I.6.1.    Pendekatan dan Fokus Penelitian	20
I.6.2.    Tipe Penelitian	20
I.6.3.    Metode Penelitian	21
I.6.4.    Operasionalisasi Konsep	21
I.6.5.    Populasi dan Sampel	28
I.6.6.    Unit Analisis	29
I.6.7.    Teknik Pengumpulan Data	29
I.6.8.    Teknik Analisis Data	31
I.6.9.    Uji Reliabilitas / Keterandalan	31
<b>BAB II</b>	33
<b>GAMBARAN UMUM</b>	33
<b>II.1. Situs Web <i>YouTube</i></b>	33
<b>II.2. Konten Video <i>Review</i> Oleh AutonetMagz di Situs Web <i>YouTube</i></b>	36

<b>BAB III</b>	39
<b>PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA</b>	39
<b>III.1. Dimensi Faktualitas</b>	39
<b>III.1.1. Sub-Dimensi <i>Truth</i></b>	39
<b>III.1.2. Sub-Dimensi Relevan</b>	50
<b>III.2. Dimensi Imparsialitas</b>	54
<b>III.2.1. Sub-Dimensi Berimbang</b>	54
<b>III.2.2 Sub-Dimensi Netral</b>	60
<b>BAB IV</b>	73
<b>DISKUSI TEORITIK</b>	73
<b>IV.1 Dimensi Faktualitas</b>	75
<b>IV.2 Dimensi Imparsialitas</b>	76
<b>BAB V</b>	79
<b>PENUTUP</b>	79
<b>V.1 KESIMPULAN</b>	79
<b>V.2 SARAN</b>	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	82

### Daftar Tabel

<b>Tabel I.1</b> Operasionalisasi Konsep Objektivitas.....	28
<b>Tabel III.1</b> Tabulasi Temuan Pada Tahapan Koding Aspek Faktual .....	44
<b>Tabel III.2</b> Tabulasi Temuan Pada Tahapan Koding Aspek Akurasi.....	47
<b>Tabel III.3</b> Tabulasi Temuan Pada Tahapan Koding Aspek Lengkap.....	49
<b>Tabel III.4</b> Tabulasi Temuan Pada Tahapan Koding Aspek Relevansi.....	53
<b>Tabel III.5</b> Tabulasi Temuan Pada Tahapan Koding Aspek Proporsional.....	56
<b>Tabel III.6</b> Tabulasi Temuan Pada Tahapan Koding Aspek Dua sisi.....	59
<b>Tabel III.7</b> Tabulasi Temuan Pada Tahapan Koding Aspek Sensasional.....	63
<b>Tabel III.8</b> Tabulasi Temuan Pada Tahapan Koding Aspek Stereotip.....	66
<b>Tabel III.9</b> Tabulasi Temuan Pada Tahapan Koding Aspek <i>Linkages</i> .....	69
<b>Tabel III.10</b> Tabulasi Temuan Pada Tahapan Koding Aspek <i>Juxtaposition</i> .....	72
<b>Tabel IV.1</b> Skema nilai dimensi faktualitas.....	76
<b>Tabel IV.2</b> Skema nilai dimensi imparialitas.....	77

## Daftar Gambar

<b>Gambar I.1</b> Model dua-sumbu menggambarkan hubungan antara media pribadi dan media massa oleh Lueders.....	3
<b>Gambar I.2</b> <i>Data terkait penetrasi media di Indonesia</i> .....	5
<b>Gambar I.3</b> <i>Platform YouTube AutonetMagz</i> .....	6
<b>Gambar I.4</b> <i>Komentar penonton konten AutonetMagz di YouTube</i> .....	10
<b>Gambar I.5</b> <i>Data terkait kebiasaan masyarakat indonesia menghabiskan waktu</i> .....	11
<b>Gambar I.6</b> <i>Data terkait pengguna aktif media sosial di Indonesia</i> .....	12
<b>Gambar I.7</b> <i>Data terkait media sosial paling sering digunakan di Indonesia</i> .....	12
<b>Gambar I.8</b> <i>Artikel Review Mobil di Majalah</i> .....	15
<b>Gambar I.9</b> <i>Konten Review Audiovisual di Media Sosial YouTube</i> .....	16
<b>Gambar I.10</b> <i>Skema objektivitas menurut Westerstahl</i> .....	22
<b>Gambar II.1</b> <i>Tampilan halaman situs web YouTube.com</i> .....	35
<b>Gambar II.2</b> <i>Video review kendaraan oleh AutonetMagz</i> .....	37
<b>Gambar II.3</b> <i>Penilaian mengenai objek review oleh pelaku review</i> .....	38
<b>Gambar II.4</b> <i>Penyajian fakta-fakta yaitu data teknis mengenai kendaraan objek review</i> .....	38
<b>Gambar III.1</b> <i>Judul video review mobil oleh AutonetMagz</i> .....	54