

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	4
ABSTRAK.....	6
ABSTRACT.....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Teoretis.....	11
2.1.1 Teori Budaya Partisipatif.....	11
2.2 Kajian Konsep.....	12
2.2.1 Media Sosial.....	12
2.2.2 Komunikasi Jaringan Sosial (Social Networked Communication).....	13
2.2.3 Hubungan Parasosial.....	13
2.2.4 Fandom.....	14
2.2.5 Virtual Community.....	14
2.2.5 Anime.....	15
2.2.6 User Generated Content.....	15
2.2.7 Branding.....	15
2.2.8 Co-Branding.....	16
2.2.9 Kampanye Pemasaran.....	16
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	17
2.2.1 Jurnal Nasional.....	17
2.2.2 Jurnal Internasional.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Paradigma Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.2.1 Netnografi.....	30

3.2.2 Tahapan Penelitian.....	33
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	35
3.4 Lokasi Penelitian.....	35
3.5 Unit Analisis.....	35
3.6 Informan Penelitian.....	36
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.7.1 Observasi.....	37
3.7.2 Wawancara.....	38
3.7.3 Dokumentasi.....	38
3.8 Teknik Analisis Data.....	38
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	39
BAB IV.....	40
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Unit Observasi Penelitian.....	40
4.1.2 Budaya partisipatif penggemar anime.....	41
4.1.2.1 Afiliasi.....	43
4.1.2.2 Ekspresi Kreatif Baru.....	46
4.1.2.3 Penyelesaian masalah secara kolaboratif.....	48
4.1.2.4 Sirkulasi.....	51
4.1.3 Karakter Budaya Partisipatif yang terbentuk dalam campaign.....	52
4.1.4 Temuan Lainnya.....	56
4.2 Pembahasan.....	57
4.2.1 Budaya Partisipatif: Afiliasi.....	58
4.2.2 Budaya Partisipatif: Ekspresi Kreatif.....	59
4.2.3 Budaya Partisipatif: Penyelesaian Masalah & Sirkulasi.....	60
4.2.4 Faktor Pendorong Partisipasi Penggemar.....	61
4.2.5 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	62
4.2.6 Kesimpulan & Implikasi.....	63
BAB V.....	65
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran Akademis.....	66
5.2.2 Saran Praktis.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	70
Lampiran 1. Hasil lthenticate.....	70
Lampiran 2. Panduan Wawancara.....	71
Lampiran 3. Dokumentasi.....	72