

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Kerangka Pemikiran.....	12
1. Pendidikan Seksual dalam Masyarakat.....	12
2. Influencer dan Key Opinion Leader (KOL).....	16
3. Media Sosial sebagai Media Komunikasi dan Edukasi	17
4. Konten pendidikan seksual di Youtube	18
F. Kerangka Konsep	19
1. Comprehensive Sexuality Education (CSE)	20
2. Bentuk Pesan	22
3. Isi Pesan	24
G. Operasionalisasi Konsep	28
H. Metodologi Penelitian	31
1. Paradigma Penelitian.....	32

2. Jenis Pendekatan.....	32
3. Obyek Penelitian	34
4. Pengumpulan Data.....	35
5. Teknik Analisis Data.....	36
6. Kredibilitas Data	36
7. Limitasi Penelitian	37
BAB II	38
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	38
B. Konsep Pendidikan Seksual	40
B.1 Seksualitas dan Pendidikan Seksual.....	40
B.2 Pendidikan Seksual di Indonesia	43
B.3 Comprehensive Sexuality Education (CSE).....	47
C. Media Sosial dan Penggunaannya	52
1. Sejarah dan Perkembangan Youtube di Indonesia	59
2. Fitur Youtube	62
D. Pendidikan Seksual oleh <i>Key Opinion Leader</i> di Media Sosial.....	63
BAB III.....	67
A. Andrea Gunawan	67
B. Video Youtube Catwomanizer	69
C. Profil Youtube Catwomanizer	72
BAB IV	75
A. Pembentukan Wacana dan Pengetahuan Pendidikan Seksual.....	76
B. Bentuk Pesan	90
C. Isi Pesan	98
D. Analisis Isi Pesan Komunikasi Youtube Catwomanizer	104
BAB V	114
A. Kesimpulan.....	114
B. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN.....	128
Lampiran 1 Hasil Uji Reliabilitas Antarkoder.....	128
Lampiran 2 Arahan Koding	129

Lampiran 3 Unit Analisis Data	131
Lampiran 4 Lembar Koding.....	132
Lampiran 5 Hasil Pengisian Koding	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Social Media Triangle	54
Gambar 2 2 Data Tren Penggunaan Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2022	56
Gambar 2 3 Data Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Digital Tahun 2022.....	56
Gambar 2 4 Data Alasan Utama Orang Indonesia Menggunakan Internet Tahun 2022.....	57
Gambar 2 5 Data Website Terbanyak Dikunjungi Orang Indonesia Tahun 2022	57
Gambar 3 1 Media sosial paling banyak digunakan di Indonesia.....	61
Gambar 3 2 Laman Youtube Catwomanizer.....	73
Gambar 4 1 Contoh unggahan video Catwomanizer mengandung pesan pendidikan seksual	79
Gambar 4 2 Contoh unggahan video Catwomanizer mengandung pesan pendidikan seksual	80
Gambar 4 3 Contoh unggahan video Catwomanizer mengandung pesan pendidikan seksual	80
Gambar 4 4 Contoh unggahan video Catwomanizer mengandung pesan pendidikan seksual	81
Gambar 4 5 Contoh perbedaan sudut pandang Andrea Gunawan dan Asoka Remadja	86
Gambar 4 6 Contoh perbedaan sudut pandang Andrea Gunawan dan Asoka Remadja	87
Gambar 4 7 Contoh perbedaan sudut pandang Andrea Gunawan dan Asoka Remadja	88
Gambar 4 8 Contoh perbedaan sudut pandang Andrea Gunawan dan Asoka Remadja	88
Gambar 4 9 Contoh bentuk pesan informatif oleh Andrea Gunawan	97
Gambar 4 10 Contoh bentuk pesan koersif oleh Andrea Gunawan	97

DAFTAR TABEL

Table 1 Operasionalisasi Konsep	31
Table 2 Kategori Pesan dalam Video Catwomanizer.....	81

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 1 Kerangka Konsep Penelitian	27
--	----