

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR, BAGAN DAN TABEL.....	x
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Pemikiran.....	8
1. Khalayak Media Hiburan.....	8
2. Karakteristik Komik Digital	9
3. Pengguna (User) Komik Digital.....	16
4. Keterlibatan Pengguna.....	18
5. Keterlibatan Pengguna dalam Komik Digital	21
G. Kerangka Konsep dan Operasional	22
H. Metode Penelitian.....	25
1. Pendekatan Penelitian.....	25
2. Objek Penelitian	26
3. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
4. Metode.....	26
5. Pemilihan Informan	27
6. Teknik Pengambilan Data.....	28
7. Teknik Analisis Data	28

8. Limitasi Penelitian.....	29
BAB II.....	30
MENINJAU KONSEP KETERLIBATAN PENGGUNA DAN PERKEMBANGAN KOMIK DIGITAL.....	30
A. Perkembangan Studi Keterlibatan Pengguna.....	30
B. Keterlibatan Media.....	35
C. Perkembangan Komik Digital.....	38
BAB III.....	41
PROFIL PENGGUNA LINE WEBTOON.....	41
A. DEFI.....	42
B. ICA.....	43
C. ATIKA.....	45
D. DEMAS.....	46
E. FATTAH.....	48
BAB IV.....	50
POLA KETERLIBATAN PENGGUNA DALAM LINE WEBTOON.....	50
A. PEMAPARAN DAN ANALISIS 10 ATRIBUT KETERLIBATAN PENGGUNA.....	58
a. Aesthetic.....	58
b. Affect.....	59
c. Focused Attention.....	60
d. Challenge.....	61
e. Control.....	62
f. Feedback.....	62
g. Interest.....	63
h. Motivation.....	63
i. Novelty.....	64
j. Perceived Time.....	65
B. HASIL ANALISIS KETERLIBATAN PENGGUNA.....	65
1. Profil Pengguna pada komik digital LINE Webtoon.....	65
a. Kemudahan dalam mengakses teknologi.....	65
b. Latar Belakang terhadap Komik.....	66
c. Kesamaan pada Lifestyle (Gaya Hidup).....	67
2. Analisis Pola Keterlibatan Pengguna yang Terbentuk.....	69
a. Pengelompokan Pengguna Komik Digital LINE Webtoon.....	69
b. Perbedaan Perilaku Kelompok Pengguna Komik Digital LINE Webtoon.....	70

c. Dinamika Pengguna Komik Digital LINE Webtoon.....	72
3. Faktor Menentukan Keterlibatan Pengguna terhadap Aplikasi LINE Webtoon	73
a. Visualisasi	74
b. Perasaan seru dan emosional.....	77
c. Konten Pembaharuan.....	79
d. Motivasi	80
BAB V	83
PENUTUP	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR GAMBAR, BAGAN DAN TABEL

GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Banner dan Menu Utama Aplikasi LINE Webtoon	12
Gambar 1.2 Tampilan Menu "Original" Aplikasi LINE Webtoon.....	13
Gambar 1.3 Tampilan Menu “Kanvas” Aplikasi LINE Webtoon.....	14
Gambar 1.4 Tampilan Menu “Favoritku” Aplikasi LINE Webtoon	15
Gambar 1.5 Tampilan Menu “More” Aplikasi LINE Webtoon.....	16
Gambar 1.6 Data umur pembaca LINE Webtoon di setiap negara	27
Gambar 4.1 Panel dalam webtoon "Must Be Happy Ending"	74
Gambar 4.2 Panel dalam webtoon "Infinite Sky"	75
Gambar 4.3 Panel dalam webtoon "Killstragam"	77
Gambar 4.4 Salah satu adegan sedih dalam webtoon "Knitting Room"	78

TABEL

Tabel 1.1 Ragam genre pada LINE Webtoon	12
--	----

BAGAN

Bagan 2.1 Process-based Models of Engagement.....	31
Bagan 2.2 Model of Relationship Between Engagement Factors.....	33
Bagan 2.3 Compilation of product-oriented models of user engagement	34
Bagan 2.4 Engagement in the Media Networked Ecosystem	36