

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Komunikasi Massa	11
2.1.2 Teori <i>New Media</i>	12
2.1.3 Media Sosial.....	14
2.1.4 X (<i>formerly</i> Twitter)	15
2.1.5 Media Informasi	17
2.1.6 Khalayak Media.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	29

3.1	Metode Penelitian	29
3.2	Paradigma Penelitian	30
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	30
3.3.1	Subjek Penelitian	30
3.3.2	Objek Penelitian	30
3.4	Lokasi Penelitian	31
3.5	Unit Analisis Penelitian	31
3.6	Informan Penelitian.....	32
3.7	Metode Pengumpulan Data	39
3.7.1	Data Primer	39
3.7.2	Data Sekunder	40
3.8	Metode Analisis Data.....	41
3.9	Penjagaan Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Hasil Penelitian.....	43
4.1.1	Pengalaman Informan	43
4.1.2	Pandangan Interaksi Sosial	46
4.1.3	Pandangan Integrasi Sosial	55
4.2	Pembahasan.....	62
4.2.1	Pandangan Interaksi Sosial	62
4.2.2	Pandangan Integrasi Sosial	65
BAB V PENUTUP		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran	69
5.2.1	Saran Akademis.....	69
5.2.2	Saran Praktis.....	69
DAFTAR PUSTAKA		70