

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1. Maksud Penelitian.....	11
1.3.2. Tujuan Penelitian	11
1.4. Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1. Kegunaan Secara Teoritis	12
1.4.2. Kegunaan Secara Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Tinjauan Tentang Studi Penelitian Terdahulu	14
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi	17
2.1.3 Tinjauan Tentang Teoritis.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Desain Penelitian.....	48
3.2. Teknik Pengumpulan Data	49

3.2.1. Studi Pustaka.....	49
3.2.2. Studi Lapangan	50
3.3. Informan Penelitian	51
3.3.1. Informan Kunci (<i>Key Informan</i>).....	52
3.3.2. Informan Pendukung.....	53
3.4. Teknik Analisa Data.....	53
3.5. Uji Keabsahan Data.....	54
3.6. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	56
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	56
3.6.2. Waktu Penelitian.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Objek Penelitian	62
4.1.1. Gambaran Objek Penelitian	62
4.1.2. Deskripsi Identitas Informan Penelitian	77
4.2. Deskripsi Analisis Hasil Penelitian	86
4.2.1. Tahap Kesegeraan (<i>Immediacy</i>) pada Pemanfaatan Media Sosial @inforck Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Para <i>Followers</i> nya.	89
4.2.2. Tahap Keberagaman Isyarat (<i>Multiple Cues</i>) pada Pemanfaatan Media Sosial @inforck Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Para <i>Followers</i> nya.....	93
4.2.3. Tahap Variasi Bahasa (<i>Language Variety</i>) pada Pemanfaatan Media Sosial @inforck Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Para <i>Followers</i> nya.....	97
4.2.4. Tahap Sumber Personal (<i>Personal Source</i>) pada Pemanfaatan Media Sosial @inforck Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Para <i>Followers</i> nya.....	99
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	105
4.3.1. Tahap Kesegeraan (<i>Immediacy</i>) pada Pemanfaatan Media Sosial @inforck Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Para <i>Followers</i> nya	106

4.3.2. Tahap Keberagaman Isyarat (<i>Multiple Cues</i>) pada Pemanfaatan Media Sosial @inforck Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Para <i>Followers</i> nya.....	108
4.3.3. Tahap Variasi Bahasa (<i>Language Variety</i>) pada Pemanfaatan Media Sosial @inforck Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Para <i>Followers</i> nya.....	112
4.3.4. Tahap Sumber Personal (<i>Personal Source</i>) pada Pemanfaatan Media Sosial @inforck Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Para <i>Followers</i> nya.....	114
4.3.5. Model Pemanfaatan Media Sosial @Inforck Dalam Pemenuhan Kebutuhan Perolehan Informasi Bagi Para <i>Followers</i> Nya	116
BAB V PENUTUP	118
5.1. Kesimpulan.....	118
5.2. Saran.....	120
5.2.1. Saran Bagi Pembaca	120
5.2.2. Saran Bagi Akun Instagram @inforck.....	121
5.2.3. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	125
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	170