DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **ii**

LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRACT ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Identifikasi Masalah 8

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 8

1.3.1. Maksud Penelitian 8

1.3.2. Tujuan Penelitian 8

1.4. Kegunaan Penelitian 9

1.4.1. Kegunaan Teoretis 9

1.4.2. Kegunaan Praktis 9

1.5. Kerangka Pemikiran 10

1.5.1. Kerangka Teoretis 10

1.5.2. Kerangka Konseptual 14

1.6. Pertanyaan Penelitian 18

1.7. Subjek Penelitian dan Informan 19

1.7.1. Subjek Penelitian 19

Hal

1.7.2 Informan 20

1.8. Metode Penelitian 22

1.9. Teknik Pengumpulan Data 22
1.10. Teknik Analisa Data 24
1.11. Lokasi dan Waktu Penelitian 25
1.11.1. Lokasi penelitian 25
1.11.2. Waktu Penelitian 25
1.12. Sistematika Penulisan 27

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi 29
2.1.1. Pengertian Komunikasi 29
2.1.2 .Unsur – Unsur Komunikasi 31
2.2.3. Sifat Komunikasi 32
2.2.4. Tujuan Komunikasi 33
2.2. Tinjauan Tentang Komunikasi Antar Pribadi 34
2.2.1. Pengertian Komunikasi Antar Pribadi 34
2.2.2. Komponen Komunikasi Antar Pribadi 34
2.2.3. Hubungan Diadik Komunikasi Antar Pribadi 35
2.2.4. Pengembangan Komunikasi Antar Pribadi 36
2.2.5. Efektifitas Komunikasi Antar Pribadi 37
2.3. Tinjauan Mengenai Internet 40
2.3.1. Pengertian Internet 40
2.3.2. Fungsi Internet 41
2.3.3. Bagian-Bagian Internet 43
2.3.3.1. *Website* atau Situs 42
2.3.3.2. Unsur –Unsur *Website* atau Situs 43
2.4. Tinjauan Mengenai Semiotik 51
2.4.1. Pengertian Semiotik 51
2.4.2. Macam-macam Semiotik 55

Hal

2.4.2. Tanda dan Makna Semiotik 56
2.4.2.1. Tanda 56
2.4.2.1.1. Kategori-Kategori Tanda 57
2.4.2.1. Makna 59
2.5. Semiotika *Charles Sandres Pierce* 60

BAB III : OBJEK PENELITIAN

3.1. Sejarah *Yahoo!* 63
3.1.1. Sejarah dan Perkembangan 63
3.1.1.1. Asal Mula (1994-1996) 63
3.1.1.2. Perkembangan (1997-1999) 65
3.1.1.3. *Yahoo! International* 66
3.1.1.4. Fenomena *Dot-com bubble* (2000-2001) 66
3.1.1.5. Periode pasca *dot-com bubble* (2002-2006) 67
3.1.1.6. Produk dan Layanan 69
3.1.1.7. Mode Pencarian/*Search Mode* 70
3.1.1.8. Komunikasi 70
3.1.1.9. Isi/Konten 70
3.1.1.9.1. *Mobile* 71
3.1.1.9.2. *OneSearch* 71
3.1.1.9.3. *Commerce*/Perdagangan 72
3.1.1.9.4. *Small Business*/Usaha Kecil 72
3.1.1.9.5. *Advertising*/Periklanan 72
3.1.1.10. Kritikan dan Kontroversi 73
3.2. Olahpesan Cepat/*Instant Messenging (IM)* 77
3.2.1. Sejarah Olahpesan Cepat 78
3.2.2. Aplikasi Bisnis 82
3.2.3. Kepraktisan Bekerja 83
3.2.3. Keamanan Pengguna 88
3.2.3. Basis Pengguna 88

Hal

3.3. *Yahoo! Messenger* 92
3.3.1. *Chat* 94
3.4. *Emoticon* 92
3.4.1. Sejarah *Emoticon* 99
3.4.2. Gaya Penggunaan *Emoticon* 107
3.4.2.1. Gaya Barat 107
3.4.2.2. Gaya Timur 107
3.4.2.3. Percampuran Gaya *Emoticon* Barat dan Timur 109

3.4.3. Perkembangan *Emoticon* 107
3.4.3.1. *Emoticon* Grafis 111
3.4.3.2. Variasi *Multimedia* 113
3.4.3.3. *Emoticon* dan Hak Kekayaan Intelektual 114

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Identitas Informan 117
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian 121
4.2.1. Tanda dari Pertukaran *Emoticon* dalam *Y!M* 121
4.2.1.1. Makna Ikon dari *Emotico*n *Y!M* 121
4.2.1.2. Makna Index dari *Emoticon Y!M* 123
4.2.1.3. Makna Simbol dari *Emoticon Y!M* 124
4.2.2. Objek dari Pertukaran *Emoticon* dalam *Y!M* 121
4.2.2.1. Konsep Penggunaan *Emoticon Y!M* 126
4.2.2.2. Abstraksi Penggunaan *Emoticon Y!M* 128
4.2.2.3. Arti *Emoticon* di *Y!M* 130
4.2.3. Interpretan dari Pertukaran *Emoticon* dalam *Y!M* 132
4.2.3.1. *Rheme Emoticon* di *Y!M* 132
4.2.3.2. *Dicent Sign Emoticon* di *Y!M* 134
4.2.3.3. *Argument Emoticon* di *Y!M* 136
4.2.4. Analisis Semiotik *Emoticon* dalam *Y!M* 137

Hal

4.3. Pembahasan 139

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan 148
5.2. Saran 149
5.2.1. Bagi Masyarakat 149
5.2.2. Bagi Pengguna *Yahoo! Messenger* 149
5.2.3. Bagi Mahasiswa 150

DAFTAR PUSTAKA 151
LAMPIRAN-LAMPIRAN 154
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 182