DAFTAR ISI

Halaman

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…… xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....…….. 1

1.2 Rumusan Masalah.....……. 8

1.3 Maksud dan Tujuan.....……. 9

1.3.1 Maksud Penelitian..... 9

1.3.2 Tujuan Penelitian..... 9

1.4 Kegunaan Penelitian.....……. 10

1.4.1 Kegunaan Teoritis..... 10

1.4.2 Kegunaan Praktis..... 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka……..……. 11

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....…..…….. 11

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....……. 13

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi..... 13

2.1.2.2 Proses Komunikasi..... 15

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi..... 18

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi..... 20

2.1.2.5 Jenis Komunikasi..... 21

2.1.2.6 Penyampaian Informasi yang Efefktif..... 22

2.1.2.7 Bentuk – bentuk Komunikasi..... 24

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Massa..... 25

2.1.3.1 Pengetian Komunikasi Massa..... 25

2.1.3.2 Ciri – ciri Komunikasi Massa..... 26

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa..... 28

2.1.4. Tinjauan Mengenai Internet..... 29

2.1.4.1 Pengetian Internet..... .. 29

2.1.4.2 Fungsi Internet..... 30

2.1.5 Tinjauan Mengenai Pesan..... 31

2.1.5.1 Pengertian Pesan..... 31

2.1.5.2 Fungsi Pesan..... 34

2.1.6 Tinjauan Tentang Psikologi Komunikasi..... 36

2.1.6.1 Pengetian Psikologi Komunikasi..... 36
2.1.6.2 Psikologi Komunikator..... 37
2.1.6.3 Psikologi Pesan..... 38
2.1.6.4 Imbauan Pesan..... 40
2.1.6.4.1 Imbauan Pesan Emosional..... 40
2.1.7 Tinjauan Komunikasi Humoris..... 42
2.1.7.1 Pengertian Komunikasi Humoris..... 42
2.1.8 Tinjauan Tentang Bahasa..... 42
2.1.8.1 Pengertian Bahasa..... 42
2.1.8.2 Fungsi Bahasa..... 43
2.1.9 Tinjauan Mengenai *Twitter*..... 44
2.1.9.1 Definisi *Twitter*..... 44
2.1.9.2 Definisi Mengenai *Followers*..... 45
2.2 Kerangka Pemikiran.....……..... 46
2.2.1 Kerangka Teoritis..... 46
2.2.2 Kerangka Konseptual..... 47

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian**……..** 50
3.1.1 *Twitter*…….. 50
3.1.1.1 Sejarah *Twitter*..... 50
3.1.1.2 Pengertian *Twitter*..... 51

3.1.1.3 Logo..... 54

3.1.1.4 Konten – Konten *Twitter*..... 55

3.1.1.5 Perkembangan *Twitter* Di Indonesia..... 63

3.2.1 @caprukBDG..... 65

3.2.1.1 Sejarah @caprukBDG..... 65

3.2.1.2 Visi, Misi. Dan Motto..... 65

3.2.1.3 Logo @caprukBDG..... 66

3.2 Metode Penelitian..... 67

3.2.1 Desain Penelitian..... 67

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data..... 68

3.2.2.1 Studi Pustaka..... 68

3.2.2.2 Studi Lapangan..... 69

3.2.3 Penentuan Informan..... 71

3.2.3.1 Infoman Kunci..... 73

3.2.4 Teknik Analisis Data..... 73

3.2.4.1 Uji Keabsahan Data..... 75

3.2.5 Lokasi dan Waktu Penelitian..... 77

3.2.5.1 Lokasi..... 77

3.2.5.2 Waktu Penelitian..... 77

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

4.1 Deskripsi Identitas Informan dan Key Informan…… 82

4.1.1 Infoman……. 83

4.1.2 *Key* Informan…… 88

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian……. 90

4.2.1 Bahasa Yang Digunakan Akun *Twitter* @caprukBDG.. 91

4.2.2 Gagasan yang dugunakan akun *Twitter* caprukBDG … 96

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian…… 109

4.3.1 Pembahasan Bahasa Yang Digunakan Akun *Twitter* @caprukBDG 113

4.3.2 Pembahasan Gagasan Yang Digunakan Akun *Twitter* @caprukBDG ……. 116

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan……. 120

5.2 Saran…… 121

5.2.1 Saran Bagi Akun *Twitter* @caprukBDG…… 122

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya……. 122

DAFTAR PUSTAKA…..……. 123

LAMPIRAN-LAMPIRAN…….…….. 125