

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
<i>RINGKESAN</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Fokus Penelitian.....	21
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	22
1.3.1 Tujuan Penelitian	22
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	22
1.3.3 Kegunaan Teoritis	22
1.3.4 Kegunaan Praktisi	23
BAB II.....	24
2.1 Kajian Literatur	24
2.2 Kerangka Konseptual.....	32
2.2.1 Komunikasi	32
2.2.2 Komunikasi Massa.....	37
2.2.2.1 Proses Komunikasi Massa.....	38
2.2.3 Media Baru atau <i>New Media</i>	43
2.2.4 Media Sosial.....	46
2.2.5 Twitter	52
2.2.6 Informasi	60

2.3 Kerangka Teoritis	64
2.3.1 Teori Computer Mediated Communication (CMC).....	64
2.3.2 Kerangka Pemikiran.....	69
BAB III.....	72
3.1 Subjek Penelitian	72
3.2 Objek Penelitian.....	73
3.3 Metodologi Penelitian.....	74
3.4 Paradigma Penelitian	76
3.5 Proses Pengumpulan Data	77
3.6 Rancangan Analisis Data.....	79
3.7 Kredibilitas Hasil Penelitian	81
3.8 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian	82
3.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	83
3.9.1 Lokasi.....	83
3.9.2 Jadwal Penelitian.....	84
BAB IV	85
4.1 Hasil Penelitian	85
4.1.1 Karakteristik Informan	85
4.1.2 Informan Kunci	86
4.1.3 Informan Pendukung.....	86
4.1.4 Hasil Observasi	87
4.2 Pembahasan	99
4.2.1 Proses Komunikasi BMKG Kota Bandung melalui media sosial (<i>Cyberspace</i>) di Twitter	100
4.2.2 Bentuk Penyebaran Informasi (<i>Cyberculture</i>) oleh BMKG Bandung Untuk Media Sosial Twitter.....	103
4.2.3 Hambatan BMKG Bandung dalam Dalam Penggunaan media sosial Twitter (<i>Cybersociety</i>).....	107
BAB V.....	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN	114