# DAFTAR ISI

[ABSTRACT i](#_Toc162901001)

[ABSTRAK ii](#_Toc162901002)

[RINGKESAN iii](#_Toc162901003)

[KATA PENGANTAR iv](#_Toc162901004)

[DAFTAR ISI vii](#_Toc162901005)

[BAB l 1](#_Toc162901006)

[PENDAHULUAN 1](#_Toc162901007)

[**1.1.** **Latar Belakang Penelitian** 1](#_Toc162901008)

[**1.2.** **Fokus Penelitian/Pertanyaan Masalah** 12](#_Toc162901009)

[**1.3.** **Tujuan dan Kegunaan Penelitian** 12](#_Toc162901010)

[BAB II 15](#_Toc162901011)

[KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 15](#_Toc162901012)

[**2.1.** **Review Penelitian Sejenis** 15](#_Toc162901013)

[**2.2.** **Kerangka Konseptual** 20](#_Toc162901014)

[**2.2.1.** **Komunikasi** 20](#_Toc162901015)

[**2.2.2.** **Proses Komunikasi** 23](#_Toc162901016)

[**2.2.3.** **Media Komunikasi** 24](#_Toc162901017)

[**2.2.4.** **Media Massa** 26](#_Toc162901018)

[**2.2.5.** **Jenis-Jenis Media Massa** 26](#_Toc162901019)

[**2.2.6.** **Definisi Komunikasi Massa** 27](#_Toc162901020)

[**2.2.7.** **Fungsi Komunikasi Massa** 28](#_Toc162901021)

[**2.2.8.** **Media Sosial** 28](#_Toc162901022)

[**2.2.9.** **Karakteristik Media Sosial** 30](#_Toc162901023)

[**2.2.10.** **Definisi Internet** 31](#_Toc162901024)

[**2.2.11.** **Fungsi Internet** 32](#_Toc162901025)

[**2.2.12.** **Kelemahan Internet** 33](#_Toc162901026)

[**2.2.13.** **Pornografi** 35](#_Toc162901027)

[**2.2.14.** **Faktor - Faktor Terjadinya Pornografi** 37](#_Toc162901028)

[**2.2.15.** **Dampak Pornografi** 39](#_Toc162901029)

[**2.2.16.** **Remaja dan Kenakalan** 39](#_Toc162901030)

[**2.2.17.** **Upaya Menanggulagi Kenakalan Remaja** 40](#_Toc162901031)

[**2.2.18.** **Twitter** 43](#_Toc162901032)

[**2.2.19.** **Awal Mula Perubahan Nama Twitter Menjadi X** 46](#_Toc162901033)

[**2.2.20.** **Alasan Twitter Berubah Nama Menjadi X** 48](#_Toc162901034)

[**2.2.21.** **Efektivitas Setelah Twitter Berganti Nama Menjadi X** 49](#_Toc162901035)

[**2.3.** **Kerangka Teoritis** 50](#_Toc162901036)

[BAB III 54](#_Toc162901037)

[SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN 54](#_Toc162901038)

[**3.1.** **Subjek Penelitian** 54](#_Toc162901039)

[**3.2.** **Objek Penelitian** 54](#_Toc162901040)

[**3.3.** **Metodelogi Penelitian** 55](#_Toc162901041)

[**3.3.2** **Jenis Penelitian** 55](#_Toc162901042)

[**3.3.3** **Desain/Paradigma Penelitian** 56](#_Toc162901043)

[**3.3.4** **Prosedur Pengumpulan Data** 57](#_Toc162901044)

[**3.3.5** **Rancangan Analisis Data** 58](#_Toc162901045)

[**3.3.6** **Kredibiltas dan Keabsahan Data** 59](#_Toc162901046)

[**3.3.7** **Lokasi Penelitian** 61](#_Toc162901047)

[**3.3.8** **Jadwal Penelitian** 61](#_Toc162901048)

[BAB IV 63](#_Toc162901049)

[HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 63](#_Toc162901050)

[**4.1.** **Hasil Penelitian** 63](#_Toc162901051)

[**4.1.1.** **Motif Penggunaan Media Sosial Twitter Dalam Mengakses Konten Pornografi Di Kalangan Remaja Di Kota Bandung** 67](#_Toc162901052)

[**4.2.** **Pembahasan** 88](#_Toc162901053)

[BAB V 101](#_Toc162901054)

[KESIMPULAN DAN SARAN 101](#_Toc162901055)

[**5.1.** **Kesimpulan** 101](#_Toc162901061)

[**5.2.** **Saran** 103](#_Toc162901062)

[DAFTAR PUSTAKA 105](#_Toc162901063)

[Draft Pertanyaan 108](#_Toc162901064)

[Lampiran Hasil Wawancara 110](#_Toc162901065)

**DAFTAR TABEL**

* 1. Review Penelitian Sejenis .......................................................................9
	2. Pengelompokan Generasi .......................................................................33
	3. Jadwal Penelitian .....................................................................................35
	4. Deskripsi Subjek Responden ...................................................................48
	5. Motif penggunaan Media Sosial Twitter Dalam Mengakses Konten Pornografi Oleh Remaja Di Kota Bandung.………………….........................................51
	6. 4.6 Tindakan Penggunaan Media Sosial Twitter Dalam Mengakses Konten Pornogragi Oleh Remaja Di Kota Bandung...................................................68
	7. 4.7 Makna Penggunaan Twitter Sebagai Media Penyebaran Konten Pornografi di Kalangan Remaja Di Kota Bandung.........................................................81

**DAFTAR GAMBAR**

* 1. Survei We Are Social ................................................................................5
	2. Hasil Screenshot Kolom Trending Twitter ...............................................7
	3. Logo Twitter ............................................................................................45
	4. Logo Perubahan Twitter Menjadi X........................................................45
	5. Kerangka Pemikiran ................................................................................55

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran Draf Pertanyaan……………………………………………………………109

Lampiran Hasil wawancara…………………………………….……. 111