

## DAFTAR ISI

<b>PANDANGAN <i>FOLLOWERS</i> DALAM PEMANFAATAN FITUR <i>SWIPE UP</i> PADA INSTAGRAM @KUMPARANCOM .....</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Fokus Penelitian.....</b>	<b>5</b>

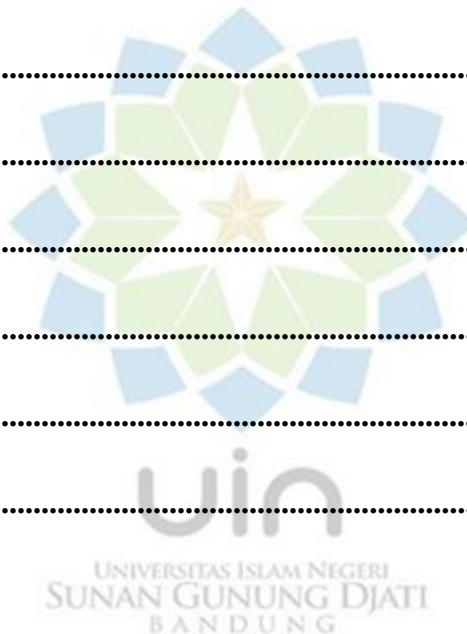
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4.1 Kegunaan Akademis.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4.2. Kegunaan Praktis .....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Landasan Pemikiran .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.1. Hasil Penelitian Sebelumnya.....</b>	<b>7</b>
<b>1.5.2. Landasan Teoritis .....</b>	<b>18</b>
<b>1.5.3. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>19</b>
<b>1.6 Langkah-langkah Penelitian .....</b>	<b>23</b>
<b>1.6.1 Lokasi Penelitian.....</b>	<b>23</b>
<b>1.6.2 Paradigma dan Pendekatan.....</b>	<b>23</b>
<b>1.7 Metode Penelitian .....</b>	<b>25</b>
<b>1.7.1 Jenis Data dan Sumber Data.....</b>	<b>26</b>
<b>1.7.2 Penentuan Informan .....</b>	<b>27</b>
<b>1.7.3 Teknik Penentuan Informan.....</b>	<b>28</b>
<b>1.7.4 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>28</b>
<b>1.7.5 Teknik Penentuan Keabsahan Data.....</b>	<b>30</b>
<b>1.7.6 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>32</b>

<b>BAB II .....</b>	<b>34</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>34</b>
<b>2.1 Fenomena Media Baru (<i>New media</i>).....</b>	<b>34</b>
2.1.1 Pengertian Media Baru .....	34
2.1.2 Unsur – unsur dan Karakteristik Media Baru .....	36
2.1.3 Media Baru dalam Studi Jurnalistik .....	41
<b>2.2 Media Online.....</b>	<b>43</b>
2.2.1 Pengertian Media Online .....	43
2.2.2 Karakteristik Media Online.....	45
2.2.3 Jenis Jenis Media Online.....	47
<b>2.3 Media Sosial .....</b>	<b>49</b>
2.3.1 Media Sosial Instagram.....	49
<b>2.4 Perbedaan Pandangan Antar <i>Followers</i>.....</b>	<b>61</b>
2.4.1 Definisi Pandangan <i>Followers</i> .....	61
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Pandangan.....	61
2.4.3 Faktor Fungsional dan Faktor Struktural yang Mempengaruhi Pandangan .....	63
<b>2.5 Teori Difusi-Inovasi.....</b>	<b>66</b>



2.5.1 Asal Teori.....	68
2.5.2 Akar Teori .....	72
<b>BAB III.....</b>	<b>77</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
<b>3.1 Gambaran Umum Kumparan.com.....</b>	<b>77</b>
3.1.1 Sejarah Berdiri Situs Berita Online Kumparan.com .....	77
3.1.2 Profil Media Online Kumparan.com .....	79
3.1.3 Stuktur Organisasi Komisariss serta Dewan Redaksi Media Online Kumparan.com .....	80
<b>3.2 Kondisi Objektif Lokasi Penelitian.....</b>	<b>86</b>
<b>3.3 Profil Informan.....</b>	<b>88</b>
<b>3.4 Hasil Penelitian .....</b>	<b>94</b>
3.4.1 Intensitas Pemenuhan Informasi <i>Followers</i> @kumparancom Melalui Penggunaan Fitur <i>Swipe Up</i> .....	95
3.4.2 Kualifikasi Berita yang Sering Diakses oleh <i>Followers</i> Instagram @Kumparancom Melalui Fitur <i>Swipe Up</i> .....	100
3.4.3 Sikap <i>Followers</i> Instagram @kumparancom dalam Pemenuhan Informasi Berita Melalui Fitur <i>Swipe Up</i> ? .....	103
<b>3.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>107</b>

3.5.1 Intensitas Pemenuhan Informasi <i>Followers</i> @kumparancom Melalui Penggunaan Fitur <i>Swipe Up</i> .....	109
3.5.2 Kualifikasi Berita Yang Sering Diakses Oleh <i>Followers</i> Instagram @Kumparancom Melalui Fitur <i>Swipe Up</i> .....	113
3.5.3 Sikap <i>Followers</i> Instagram @Kumparancom Dalam Pemenuhan Informasi Berita Melalui Fitur <i>Swipe Up</i> .....	115
<b>BAB IV</b> .....	118
<b>PENUTUP</b> .....	118
4.1 Kesimpulan .....	118
4.2 Saran.....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	121
<b>LAMPIRAN</b> .....	127





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG