

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Secara Akademis .....	13
1.4.2 Kegunaan Secara Praktis .....	13
1.5 Hasil Penelitian yang Relevan.....	13
1.6 Landasan Pemikiran .....	20
1.6.1 Landasan Teoritis.....	20
1.6.2 Landasan Konseptual .....	22
1.7 Langkah-langkah Penelitian .....	25
1.7.1 Lokasi Penelitian.....	25
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian .....	25
1.7.3 Metode Penelitian .....	26
1.7.4 Jenis dan Sumber Data.....	27
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
1.7.6 Teknik Keabsahan Data .....	30
1.7.7 Teknik Analisis Data .....	32
1.7.8 Jadwal Penelitian .....	35

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>36</b>
2.1 Pemanfaatan Twitter .....	36
2.1.1 Definisi Pemanfaatan Twitter.....	36
2.2 Berita dan Informasi .....	37
2.2.1 Definisi Berita.....	37
2.2.2 Kategori dan Sumber Berita .....	39
2.2.3 Nilai dan Prinsip Berita .....	44
2.2.4 Definisi Informasi .....	46
2.2.5 Tren Berita dan Informasi pada Media Sosial .....	48
2.3 <i>New Media</i> .....	49
2.3.1 Definisi <i>New Media</i> .....	49
2.3.2 Karakteristik <i>New Media</i> .....	51
2.3.3 Praktik Jurnalisme dalam <i>New Media</i> .....	53
2.4 Media Sosial .....	56
2.4.1 Definisi Media Sosial.....	56
2.4.2 Manfaat dan Fungsi Media Sosial .....	57
2.4.3 Twitter sebagai Media Sosial.....	59
2.4.4 Twitter sebagai Media Berita dan Informasi .....	62
2.5 Teori Konstruksi Sosial Teknologi ( <i>Social Construction of Technology</i> ) ..	64
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	67
3.1.1 Sejarah <i>PRFM</i> .....	67
3.1.2 Profil, Visi dan Misi <i>PRFM</i> .....	69
3.1.3 Struktur Organisasi <i>PRFM</i> .....	73
3.1.4 Jenis Produk dan Layanan Jurnalisme <i>PRFM</i> .....	78
3.1.5 <i>PRFM</i> dalam Media Sosial Twitter .....	79
3.1.6 Profil Informan .....	81
3.2 Hasil Penelitian.....	82
3.2.1 Ciri Khas Penggunaan Fitur Twitter dalam Penyebaran Berita dan Informasi oleh Akun Twitter <i>PRFM</i> .....	83
3.2.2 Karakteristik Berita dan Informasi dalam Akun Twitter <i>PRFM</i> .....	88
3.2.3 Strategi Penyebaran Berita dan Informasi oleh Akun Twitter <i>PRFM</i> ..	92

3.3	Pembahasan .....	97
3.3.1	Ciri Khas Penggunaan Fitur Twitter dalam Penyebaran Berita dan Informasi oleh Akun Twitter <i>PRFM</i> .....	97
3.3.2	Karakteristik Berita dan Informasi dalam Akun Twitter <i>PRFM</i> .....	101
3.3.3	Strategi Penyebaran Berita dan Informasi oleh Akun Twitter <i>PRFM</i>	108
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>116</b>
4.1	Kesimpulan.....	116
4.2	Saran .....	118
4.2.1	Saran Akademis .....	118
4.2.2	Saran Praktis .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>124</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	13
Tabel 1.2 Pengaplikasian Elemen <i>Social Situation</i> dalam Penelitian Ini.....	25
Tabel 1.3 Rencana Jadwal Penelitian.....	30



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Publikasi Berita dan Informasi.....	6
Gambar 1.2 Profil Akun Twitter <i>Oz Radio</i> .....	8
Gambar 1.3 Profil Akun Twitter <i>Ardan Radio</i> .....	9
Gambar 1.4 Profil Akun Twitter Radio <i>Elshinta Bandung</i> .....	9
Gambar 1.5 Interaksi dengan Audiens.....	11
Gambar 1.6 Teknik Analisis Data Model Interaktif.....	33
Gambar 2.1 Jurnalisme di Era <i>New Media</i> .....	58
Gambar 3.1 Logo <i>PRFM</i> .....	71
Gambar 3.2 Struktur Organisasi <i>PRFM</i> .....	75
Gambar 3.3 Profil Akun Twitter Milik <i>PRFM</i> .....	80
Gambar 3.4 Pemberitaan Khusus melalui Akun Twitter <i>PRFM</i> .....	94
Gambar 3.5 Bentuk Strategi Interaksi <i>PRFM</i> dengan Masyarakat.....	95
Gambar 3.6 Keterhubungan Informasi yang Sesuai Kebutuhan Pembaca.....	102
Gambar 3.7 Bentuk Interaktif <i>PRFM</i> dengan Audiens.....	103
Gambar 3.8 Implementasi Pemberitaan Multimedia oleh <i>PRFM</i> .....	104
Gambar 3.9 Kebaruan Berita yang Dipublikasi <i>PRFM</i> .....	105
Gambar 3.10 Strategi Kecepatan Publikasi Berita dan Informasi.....	109
Gambar 3.11 Strategi Responsif oleh <i>PRFM</i> .....	110
Gambar 3.12 Strategi Interaktif oleh <i>PRFM</i> .....	111
Gambar 3.13 <i>PRFM</i> sebagai Media Berita dan Bagian dari <i>Pikiran Rakyat</i> .....	113
Gambar 3.14 Promosi Akun Twitter <i>PRFM</i> melalui Postingan di Instagram.....	113
Gambar 3.15 Pola Komunikasi Berita dan Informasi <i>PRFM</i> .....	115

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 (Surat Keputusan / SK Skripsi).....	124
Lampiran 2 (Data Proses Bimbingan Skripsi).....	125
Lampiran 3 (Pertanyaan Wawancara).....	127
Lampiran 4 (Transkrip Hasil Wawancara Informan).....	132
Lampiran 5 (Dokumentasi Wawancara Bersama Informan).....	164
Lampiran 6 (Surat Keterangan Hasil Plagiarism).....	165

