

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Aspek Teoritis	12
1.4.2 Aspek Praktis	12
1.5 Tahapan Penelitian	13
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	13
1.6.1 Lokasi Penelitian	13
1.6.2 Waktu Penelitian	13
BAB II	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kajian Pustaka	25
2.2.1 Komunikasi	25
2.2.2 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	26
2.2.3 Teori <i>New Media</i>	28
2.2.4 Media Sosial	29
2.2.5 Twitter	31
2.2.6 Motif	34

2.2.7 Motif Penggunaan Media	35
2.3 Kerangka Pemikiran	38
BAB III	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Objek Penelitian	40
3.4 Subjek Penelitian	40
3.5 Operasionalisasi Variabel	40
3.6 Skala Pengukuran	42
3.7 Populasi dan Sampel	42
3.7.1 Populasi	42
3.7.2 Sampel	43
3.8 Teknik Pengumpulan Data	45
3.8.1 Data Primer	45
3.8.2 Data Sekunder	45
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.9.1 Uji Validitas	45
3.9.2 Uji Reliabilitas	48
3.10 Teknik Analisis Data	49
BAB IV	50
4.1 Hasil Penelitian	50
4.1.1 Karakteristik Responden	50
4.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Motif (X)	53
4.2 Pembahasan Penelitian	71
4.2.1 Motif <i>Interpersonal Utility</i>	72
4.2.2 Motif <i>Pass Time</i>	74
4.2.3 Motif <i>Information Seeking</i>	74
4.2.4 Motif <i>Convenience</i>	76
4.2.5 Motif <i>Entertainment</i>	77
BAB V	79

5.1 Simpulan	79
5.2 Saran	80
5.2.1 Saran Akademis.....	80
5.2.2 Saran Praktis.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	90