

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti sehingga penelitian ini berhasil disusun sebagaimana mestinya. Penelitian yang berjudul “Respon *Followers* pada *Kultweet @BizzDate* (Studi Kualitatif pada *BizzDate Community*) ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Telkom.

Selama proses penyusunan penelitian ini, peneliti telah banyak mendapatkan bimbingan, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Rah Utami Nugrahani S.Sos, MBA selaku Ketua Program Studi S-1 Ilmu Komunikasi Universitas Telkom.
2. Bapak Indra N.A. Pamungkas SS., M.Si dan bapak Muhammad Syahriar Sugandi SE., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing, dan memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Seluruh bapak dan ibu dosen Universitas Telkom yang telah memberikan ilmunya hingga saat ini.
4. Rani Kurniasih dan Conny Maharani Puspa selaku ketua *BizzDate Community* dan *admin* media sosial *BizzDate Community* yang telah membantu memperlancar proses penelitian ini dengan memberikan berbagai macam informasi terkait apa yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
5. Gandhek, Martha, Fahmi, Angga, Rizki, dan Amy selaku informan dalam penelitian ini yang telah bersedia dan berkorban dalam menyempatkan waktunya untuk dapat diwawancarai oleh peneliti dan memberikan beberapa informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
6. Keluarga besar penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis, khususnya ibu dan ayah yang berkorban besar untuk peneliti.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2010 Universitas Telkom, terima kasih atas dukungan, semangat, dan bantuannya selama ini.
8. *Geng Spam*, khususnya Sanjung, Elsa, *Bang Le*, Boy, Niko, *Babeh Dani* yang selalu ada ketika peneliti membutuhkan support kalian.
9. Griyatrie Givanie, terima kasih telah mengajarkan penulis cara membuat daftar tabel dan gambar.

10. Amar “*Sufi*” Afghan yang telah mengajarkan peneliti cara menggunakan Microsoft Visio.
11. Teman-teman kost Pondokan Indriati (*Happy Mansion*) yang telah memberikan *support* kalian kepada peneliti.
12. Dika Ukhti R.A, *thanks for your support, your time, and you know what, I love you so much.*
13. PT. Gudang Garam, terima kasih telah menciptakan produk luar biasa yang selalu menemani peneliti dalam mengerjakan penelitian ini.
14. Semua pihak dengan tidak mengurangi rasa hormat tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuannya selama ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman penulis, oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Peneliti juga berharap semoga kelak penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak yang berkepentingan, Amin.

Bandung,

Anugrah Adina

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Tahapan Penelitian.....	6
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	7
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	7
1.6.2 Waktu Penelitian.....	7
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Tinjauan Teori.....	19
2.2.1 Teori Komunikasi	19
2.2.2 Konsep <i>Computer Mediated Communication</i>	20
2.2.3 Konsep <i>Social Media</i>	21
2.2.4 Konsep <i>Microblogging</i> Twitter.....	23
2.2.5 AISAS	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III	40
METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	40
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	42

3.2.1 Subjek Penelitian.....	42
3.2.2 Objek Penelitian.....	42
3.3 Definisi Konsep	42
3.5 Unit Analisis	43
3.6 Informan.....	43
3.7 Pengumpulan Data.....	44
3.8 Teknik Keabsahan Data	45
3.9 Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Karakteristik Narasumber	49
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Hasil Penelitian pada Level <i>Attention</i>	53
4.2.2 Hasil Penelitian pada Level <i>Interest</i>	55
4.2.3 Hasil Penelitian pada Level <i>Search</i>	75
4.2.4 Hasil Penelitian pada Level <i>Action</i>	80
4.2.5 Hasil Penelitian pada Level <i>Share</i>	85
4.3 Pembahasan.....	90
4.3.1 Proses Pra-AISAS	90
4.3.2 AISAS	91
BAB V	94
SIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Simpulan	94
5.2 Saran	95
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	95
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97