

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....v

DAFTAR TABEL.....viii

DAFTAR GAMBAR.....x

DAFTAR LAMPIRAN.....xi

BAB I PENDAHULUAN

| | | |
|-----|-----------------------------|----|
| 1.1 | Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 | Rumusan Masalah..... | 2 |
| 1.3 | Identifikasi Masalah..... | 2 |
| 1.4 | Batasan Masalah..... | 2 |
| 1.5 | Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.6 | Manfaat Penelitian..... | 9 |
| | 1.6.1 Manfaat Teoritis..... | 10 |
| | 1.6.2 Manfaat Praktis..... | 10 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | | |
|-----|-------------------------------------|----|
| 2.1 | Definisi Teori..... | 11 |
| | 2.1.1 Definisi Ilmu Komunikasi..... | 11 |
| | 2.1.2 Komunikasi Massa..... | 12 |
| | 2.1.3 Efektivitas..... | 13 |
| | 2.1.4 Media Komunikasi..... | 14 |

| | | |
|-------|------------------------------------|----|
| 2.1.5 | Media Komunikasi yang Efektif..... | 15 |
| 2.1.6 | Internet..... | 17 |
| 2.1.7 | Twitter..... | 18 |
| 2.1.8 | @InfoUntirta..... | 27 |
| 2.1.9 | Model Uses and Gratification..... | 29 |
| 2.2 | Kerangka Berfikir..... | 31 |
| 2.3 | Operasional Variable..... | 34 |
| 2.4 | Penelitian Sebelumnya..... | 36 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | | |
|-------|---|----|
| 3.1 | Metode Penelitian..... | 40 |
| 3.2 | Instrument Penelitian..... | 43 |
| 3.3 | Jenis Data..... | 45 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel..... | 46 |
| 3.4.1 | Populasi..... | 46 |
| 3.4.2 | Sampel..... | 46 |
| 3.5 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 47 |
| 3.5.1 | Validitas..... | 47 |
| 3.5.2 | Reliabilitas..... | 50 |
| 3.6 | Analisis Data..... | 51 |
| 3.7 | Tempat dan Waktu Penelitian..... | 54 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | | |
|-------|---|----|
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 55 |
| 4.1.1 | Latar Belakang @InfoUntirta..... | 55 |
| 4.1.2 | Tolak Ukur Efektivitas @InfoUntirta..... | 59 |
| 4.1.3 | Fungsi @InfoUntirta..... | 60 |
| 4.2 | Deskripsi Data Responden..... | 61 |
| 4.2.1 | Deskripsi Data Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 61 |
| 4.2.2 | Deskripsi Data Berdasarkan Umur..... | 62 |
| 4.3 | Deskripsi Data Indikator Sub Variable..... | 63 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 4.3.1 | Sub Variable Kepentingan..... | 63 |
| 4.3.2 | Sub Variable Ketertarikan..... | 90 |
| 4.3.3 | Banyaknya Informasi yang Diterima..... | 97 |
| 4.4 | Persentase Akumulasi..... | 120 |
| 4.4.1 | Persentase Akumulasi Berdasarkan Kepentingan..... | 121 |
| 4.4.2 | Persentase Akumulasi Berdasarkan Ketertarikan..... | 123 |
| 4.4.3 | Persentase Akumulasi Berdasarkan Banyaknya Infomasi yang Diterima | 126 |
| 4.5 | Pembahasan..... | 129 |
| 4.5.1 | Kepentingan Twitter Sebagai Media Komunikasi Bagi Follower @InfoUntirta..... | 129 |
| 4.5.2 | Ketertarikan Twitter Sebagai Media Komunikasi Bagi Follower @InfoUntirta..... | 136 |
| 4.5.3 | Banyaknya Informasi yang Diterima dari Twitter Sebagai Media Komunikasi Bagi Follower @InfoUntirta..... | 139 |

BAB V PENUTUP

| | | |
|-------|---------------------|-----|
| 5.1 | Kesimpulan..... | 145 |
| 5.2 | Saran..... | 146 |
| 5.2.1 | Saran Teoritis..... | 146 |
| 5.2.2 | Saran Praktis..... | 147 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN