

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
F. Definisi Konsep	10
G. Kerangka Pikir Penelitian.....	12
H. Metode Penelitian	15
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	15
2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian	16
3. Jenis dan Sumber Data.....	17
4. Tahap-tahap Penelitian	18
5. Teknik Pengumpulan Data	18
6. Teknik Analisis Data	20
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	21
I. Sistematika Pembahasan	23
BAB II : KAJIAN TEORETIS	25
A. Kajian Pustaka	25
1. Proses Komunikasi	25
a. Komunikator (<i>source</i>).....	26
b. Pesan (<i>message</i>)	27
c. Saluran/Media (<i>channel</i>).....	28
d. Komunikan (<i>receiver</i>).....	30
e. Pengaruh (<i>effect</i>)	31
1.1. Proses Komunikasi Primer	33
1.2. Proses Komunikasi Sekunder	33
2. Media Sosial	35
3. <i>Facebook</i>	38
3.1. Sejarah <i>Facebook</i>	38
3.2. Fitur-fitur Dasar pada <i>Facebook</i>	39

B. Kajian Teori.....	40
1. Teori <i>Uses and Gratifications</i>	40
2. Teori Interaksi Simbolik.....	42
 BAB III : PENYAJIAN DATA	47
A. Deskripsi Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian	47
1. Subjek Penelitian	47
2. Objek Penelitian	49
3. Lokasi Penelitian	49
B. Deskripsi Data Penelitian	54
1. Warung Kopi “Bu Rohmah” dalam Proses Komunikasi <i>Facebook</i>	54
a. Penggunaan <i>Facebook</i> oleh Penjual	55
b. Pesan Virtual kepada Khalayak <i>Facebook</i>	56
c. <i>Feedback</i> dalam Proses Komunikasi melalui <i>Facebook</i> ..	57
2. Bentuk Pemanfaatan <i>Facebook</i> pada Warung Kopi “Bu Rohmah”	58
 BAB IV : ANALISA DATA.....	64
A. Temuan Penelitian.....	64
1. Proses Komunikasi melalui <i>Facebook</i> pada Warung Kopi “Bu Rohmah”.....	65
2. Pemanfaatan Media Sosial <i>Facebook</i> pada Warung Kopi “Bu Rohmah”	66
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori.....	69
1. Proses Komunikasi melalui <i>Facebook</i> pada Warung Kopi “Bu Rohmah”	69
2. Pemanfaatan Media Sosial <i>Facebook</i> pada Warung Kopi “Bu Rohmah”	74
 BAB V : PENUTUP	79
A. Simpulan.....	79
B. Rekomendasi	82

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kajian Penelitian yang Relevan	7
Tabel 2.3 <i>Screen Shoot</i> (Komunikasi <i>Facebook</i> pada Warung Kopi “Bu Rohmah”)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Kerangka Pikir Penelitian	14
Gambar 2.3.	Warung Kopi “Bu Rohmah”	52