

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>x</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.5 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>6</b>
1.5.1 Praktik Konsumsi Berita di Media Sosial .....	6
1.5.2 Folkative sebagai <i>Homeless Media</i> .....	7
1.5.3 <i>Interactivity Engagement</i> .....	10
<b>1.6 Kerangka Konsep Penelitian .....</b>	<b>12</b>
1.6.1 Model Penelitian .....	12
<b>1.6.2 Definisi Konsep dan Operasional .....</b>	<b>12</b>
1. Konsep dan Karakter Followers <i>Homeless Media</i> .....	12
2. Praktik Konsumsi Berita di Media Sosial .....	14
3. Konsep Jenis Interaktivitas .....	14
4. Kontinum <i>Interactivity Engagement</i> .....	15
<b>1.7 Metodologi Penelitian .....</b>	<b>16</b>
1.7.1 Metode Penelitian .....	16
1.7.2 Objek dan Subjek Penelitian .....	17
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data .....	19
1.7.4 Teknik Analisis Data .....	22
<b>BAB II .....</b>	<b>24</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>24</b>
<b>2.1 Melihat Media dalam Kajian Komunikasi .....</b>	<b>24</b>

2.1.1 Sejarah Revolusi Era Media .....	24
2.1.2 <i>New Media</i> .....	26
<b>2.2 Melihat Audiens dalam Kajian Komunikasi .....</b>	<b>27</b>
2.2.1 Evolusi Historis Prespektif Audiens .....	27
2.2.2 Perubahan Dinamika Praktik Konsumsi Media .....	29
<b>BAB III .....</b>	<b>32</b>
<b>TENTANG FOLKATIVE DAN PARA INFORMAN .....</b>	<b>32</b>
<b>3.1 Tentang Folkative .....</b>	<b>33</b>
3.1.1 Sekilas mengenai Folkative .....	33
3.1.2 Karakter konten informasi Folkative .....	34
<b>3.2 Tentang Para Informan Penelitian.....</b>	<b>36</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>41</b>
<b>TEMUAN PENELITIAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>41</b>
<b>4.1 Media Sosial sebagai Sumber Informasi Utama .....</b>	<b>42</b>
<b>4.2 Pola Intensi Konsumsi Konten Informasi di Media Sosial .....</b>	<b>45</b>
<b>4.3 Eksplorasi Partisipasi Interaktif <i>Followers</i> terkait Konten Informasi Folkative .....</b>	<b>49</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>65</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>65</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>67</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>
<b>Transkrip Wawancara .....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Bentuk Interaksi Pengguna Instagram terhadap Konten Media.....	2
Gambar 1.2 Contoh Keterlibatan Interaktif <i>Followers</i> terhadap Konten @Folkative.....	3
Gambar 1.3 Contoh Konten @Folkative Mengadopsi Unggahan Warganet.....	9
Gambar 1.4 Data Yang Dibutuhkan dalam Metode <i>Scroll Back</i> .....	19
Gambar 3.1 Tampilan Akun Instagram Media Folkative.....	31
Gambar 3.2 Beberapa Unggahan Konten Informasi Harian @Folkative.....	33
Gambar 3.3 Contoh Unggahan Konten Informasi Harian @Folkative.....	33
Gambar 4.1 Perbandingan Bentuk Iklan pada Portal Media dan Folkative.....	43
Gambar 4.2 Hasil Penyaringan Konten Folkative yang Disukai oleh Informan.....	48
Gambar 4.3 Ekspresi emosional pada komentar para informan.....	51
Gambar 4.4 Ekspresi kritik pada komentar informan.....	52
Gambar 4.5 Unggahan kembali konten Folkative oleh <i>followers</i> .....	54
Gambar 4.6 Respon Interaktif pada Komentar Pengguna Lain.....	58
Gambar 4.7 Pengalaman Interaksi Dan Perolehan Respon pada Komentar Informan E.....	60

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Perbedaan Karakter Era Media (Littlejohn, 2011) .....	24
Tabel 2.2 Studi Audiens pada Komunikasi Massa.....	26
Tabel 3.1 Daftar <i>homeless media</i> populer di Instagram (per tanggal 7 Desember 2022).....	32
Tabel 3.2 Sebaran Latar Belakang Informan.....	35

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1.1 Model Penelitian Hasil Olahan Peneliti dari Berbagai Sumber.....	11
Bagan 2.1 Dimensi Prilaku Audiens (Napoli, 2010) .....	29