

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Abstrak.....	xiv
Abstract	xv
Glosarium.....	xvi
BAB I.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan	17
1. Rumusan masalah	17
2. Pertanyaan penelitian.....	17
C. Keaslian Penelitian	17
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	18
1. Tujuan penelitian	18
2. Manfaat penelitian	18
E. Urgensi dan Kebaruan Penelitian.....	19
1. Urgensi.....	19
2. Kebaruan.....	19
F. Teorisasi	20
1. Penelitian terdahulu	20
2. Landasan teori.....	26
3. Konseptualisasi	36
4. Asumsi penelitian	40

G. Metode Penelitian	40
1. Pendekatan	40
2. Metode	42
3. Unit analisis	42
4. Teknik pengumpulan data.....	43
5. Teknik analisis data	44
H. Limitasi Penelitian.....	46
BAB II.....	47
A. Peran Media Sosial Dalam Mendorong Konstruksi Nasionalisme	47
B. Diskusi Teori Nasionalisme.....	54
C. Diskusi Teori Ekologi Media.....	60
D. Media Sosial: Konsep dan Makna	63
E. Memahami Logika Media Sosial	72
F. Arsitektur Twitter.....	85
G. Sintesis Baru Nasionalisme dan Twitter.....	113
BAB III	121
A. Evolusi Ekosistem Media Digital di Indonesia	122
B. Evolusi Ekosistem Media Sosial di Indonesia.....	124
C. Konteks Politik, Sosial dan Budaya Media Sosial di Indonesia	130
1. Media Massa dan Komunikasi Politik Tingkat Global.....	130
2. Media Sosial dan Komunikasi Politik Tingkat Global	132
3. Media Massa dan Komunikasi Politik di Indonesia	132
4. Konteks Sosial dan Politik Media Sosial di Indonesia	138
D. Konteks Ekonomi Media Sosial di Indonesia	139
E. Indonesia dalam Konteks Politik, Sosial, dan Budaya	150
BAB IV	153
A. Struktur jaringan pengguna berpengaruh di #HUTRI76	153
B. Struktur Pesan pada Jaringan #HUTRI76.....	160
C. Struktur Media pada #HUTRI76: Twitter sebagai ‘Hub’	165

BAB V	182
A. Informasi Didistribusikan oleh Publik atau Pengguna Sendiri.....	202
B. Diskusi Bersifat Terbuka Untuk Publik.....	206
C. Diskusi Bersifat Nyata (<i>Real-Time</i>).....	214
BAB VI	230
A. Peningkatan (<i>Enhancement</i>)	234
1. Curahan Isi Hati	234
2. Efek Bola Salju (<i>Snowball Effect</i>)	244
3. Prosumer yang melahirkan nasionalisme hibrid	248
4. Percakapan langsung antara pemerintah dengan masyarakat	276
5. Jangkauan yang luas	279
6. Kenyamanan (<i>conviviality</i>)	284
7. Kemudahan berbagi tautan, cuitan ulang, <i>likes</i> dan <i>reply</i>	289
B. Keusangan (<i>Obsolete</i>).....	293
1. Meninggalkan Ketergantungan Informasi dari Produsen dan Beralih ke Permintaan Konsumen.....	293
2. Siaran Terjadwal	294
3. Situs Independen.....	297
4. Dari Jurnalisme Tradisional ke Jurnalisme <i>Ambient</i>	298
C. Mendapatkan kembali (<i>Retrieve</i>).....	312
1. Struktur relasional ' <i>following/mengikuti</i> '	313
2. Mekanisme diskusi sehari-hari tentang nasionalisme (<i>banal 'conversation' nationalism</i>)	314
3. Percakapan menggunakan simbol.....	320
D. Pembalikan (<i>Reverse</i>).....	326
1. Masalah Privasi.....	327
2. Masalah Perundungan.....	328
3. Hiruk Pikuk Percakapan	331
4. Kata-kata Umpatan dan Caci Maki.....	337
5. Berita Palsu	338
6. Kesenjangan Berita	339



BAB VII.....	348
A. KESIMPULAN	348
1. Temuan dan Implikasi	348
2. Refleksi Peneliti Terhadap Penelitian Media Sosial Twitter	353
3. Pertimbangan Etis Penelitian	355
B. SARAN.....	357
DAFTAR PUSTAKA	359