

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	i
MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Pemikiran.....	7
1. Pengertian Dinamika Komunikasi	8
2. Dinamika Komunikasi Internal	10
a. Struktur Komunikasi	11
b. Budaya Komunikasi	11
3. Media Komunikasi.....	12
a. Media Sosial	13
b. Pola Komunikasi di Media Sosial Twitter	17
c. Pengelolaan Media Sosial Twitter	19

4. Gerakan Sosial Kontemporer	24
F. Model Penelitian.....	29
G. Metodologi Penelitian.....	30
1. Paradigma Penelitian.....	30
2. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
3. Metode Penelitian.....	31
4. Objek Penelitian	31
5. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
6. Teknik Pengumpulan Data.....	32
7. Teknik Analisis Data.....	33
8. Metode Keabsahan Data	35
9. Limitasi Penelitian	35
 BAB II MEDIA BARU DAN GERAKAN SOSIAL KONTEMPORER	
A. Media sosial dan Gerakan Sosial Kontemporer	36
B. Perkembangan Gerakan Sosial Kontemporer di Indonesia.....	42
C. Komunikasi dalam Gerakan Sosial Kontemporer.....	49
 BAB III TENTANG GERAKAN NUSANTARA MENGAJI	
A. Sejarah terbentuknya Gerakan Nusantara Mengaji.....	52
B. Program-program Gerakan Nusantara Mengaji	56
C. Tim Media Gerakan Nusantara Mengaji.....	59
D. Sekretariat Yayasan Gerakan Nusantara Mengaji.....	60
 BAB IV DINAMIKA KOMUNIKASI INTERNAL TIM MEDIA GERAKAN NUSANTARA MENGAJI DALAM MENGELOLA MEDIA SOSIAL TWITTER	
A. Karakteristik Gerakan Nusantara Mengaji.....	63
B. Dinamika Komunikasi Internal Tim Media Gerakan Nusantara Mengaji	68
1. Pola Interaksi dan Interpendensi	68
2. Basis Komunikasi bersifat serentak dan terpolarisasi.....	69

3. Komunikasi tidak berjalan satu arah	71
C. Pola Komunikasi Tim Media Gerakan Nusantara Mengaji di Twitter	74
D. Pengelolaan Media Sosial Twitter Oleh Tim Media Gerakan Nusantara Mengaji	85
1. Perencanaan	86
a. <i>Define Social Media Audiences</i>	86
b. <i>Messaging</i>	88
c. <i>Interaction Strategy</i>	91
2. Pelaksanaan.....	93
a. Mengirimkan sebuah Link sebagai Sumber Informasi	93
b. Menginformasikan Kegiatan kepada Khalayak Twitternya.....	96
c. Menunjukkan Pernyataan Politik.....	98
d. Membahas Topik di Luar Konteks Politik	99
e. Berdiskusi dengan Anggota Parlemen Lain	101
f. Mencantumkan Tautan ke Unggahan Blog Pribadi Wakil Rakyat, Partai dll.....	102
g. Meminta Masukan dari Pengguna Twitter Lain	102
3. Evaluasi	103
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	105
B. Rekomendasi.....	107
1. Rekomendasi Praktis.....	107
2. Rekomendasi Akademis.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Cara Kerja atau Proses dalam Berkomunikasi.....	9
Tabel 1.2 Fungsi dan implikasi Media Sosial.....	15
Tabel 1.3 Tujuh Tipe Komunikasi dalam Tweet yang diunggah.....	22
Tabel 1.4 Jenis Jaringan berdasarkan Hubungan Sosial Masyarakat.....	27
Tabel 1.5 Daftar Narasumber Penelitian.....	32
Tabel 2.1 Poin Kunci dari Media Baru.....	36
Tabel 2.2 Syarat Utama Gerakan Sebagai Aksi Sosial.....	38
Tabel 2.3 Tahap-Tahap Gerakan Sosial dari Segi Pola Perkembangan.....	39
Tabel 2.4 Jenis-Jenis Gerakan Sosial.....	41
Tabel 2.5 Contoh Kasus Dukungan melalui Media Sosial.....	46
Tabel 2.6 Contoh Gerakan Sosial Online di Indonesia.....	46
Tabel 3.1 Penasehat dan Koordinator GNM.....	55
Tabel 3.2 Visi dan Misi GNM.....	56
Tabel 3.3 Tugas Tim Media GNM.....	59
Tabel 3.4 Struktur Pengurus Tim Media GNM.....	60
Tabel 3.5 Daftar Rekening Bank Resmi GNM.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pola Komunikasidi di Media Sosial	18
Gambar 1.2 Model Penelitian Dinamika Komunikasi	29
Gambar 1.4 Analisis Data <i>Interactive Miles</i> dan Huberman	34
Gambar 4.1 Contoh Kerjasama GNM dengan Kemkumham RI Pada Acara Memperingati Hari Bakti Pemasarakatan Ke 53	65
Gambar 4.2 Contoh Kerjasama GNM dengan Kemnaker RI Pada Acara Buruh Mengaji Memperingati May Day	66
Gambar 4.3 Penyebaran Informasi di Twitter dilakukan Secara Serentak	70
Gambar 4.4 Serba-serbi Kegiatan Nusantara Mengaji.....	76
Gambar 4.5 Respon Tim Media dengan Follower di Twitter (<i>Pola Conversation</i>) ...	84
Gmabar 4.6 Contoh Tweet berdasarkan Target Audiens	87
Gambar 4.7 Rapat Terbatas mengenai Penyusunan Pesan Media Sosial.....	88
Gambar 4.8 Kegiatan di Media Sosial yakni Memperingati Hari Anak Dunia	90
Gambar 4.9 Mengudate Hikmah-Hikmah Ayat Tertentu	92
Gambar 4.10 Pemberitaan Koran Tertentu yang Memuat seputar GNM	94
Gambar 4.11 Memberikan Informasi kepada Khalayak melalui beberapa Ayat	97
Gambar 4.12 Pesan Tidak Menunjukkan Pernyataan Politik.....	102
Gambar 4.13 Membahas Topik di luar Konteks Politik	100
Gambar 4.14 Diskusi Membahas Perencanaan dan Evaluasi Tim Desain.....	104