

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAKSI	xii
ABSTRACT	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Objek Penelitian	7
F. Kerangka Pemikiran	7
1. Media baru	7
a. Karakteristik media baru	7
b. Pola komunikasi dalam media baru.....	10
c. Teknologi komunikasi dalam media baru	12
d. Teori komunikasi untuk mengkaji media baru	13
2. Komunikasi organisasi	16
a. Karakteristik organisasi	16
b. Manajemen informasi dalam organisasi media baru	17
c. Komunikasi dalam organisasi	21
d. Teknologi komunikasi dalam organisasi	22
3. Gerakan sosial	23
a. Definisi gerakan sosial	23
b. Klasifikasi gerakan sosial	24
c. Tipe gerakan sosial	27
d. Gerakan sosial dan media	28
G. Kerangka Konsep	30
1. Media baru dan penggunaannya dalam organisasi.....	30
2. Media baru dan perannya dalam gerakan sosial	31
3. Komunikasi organisasi dan manajemen informasi	31
H. Metodologi Penelitian	32
1. Jenis penelitian	32
2. Metode penelitian	33

3. Lokasi penelitian	34
4. Teknik pengumpulan data	34
5. Teknik analisis data	35
BAB II MEDIA BARU DI INDONESIA.....	37
A. Perkembangan penggunaan media baru di Indonesia	37
1. Era orde baru.....	37
2. Era reformasi.....	40
3. Era setelah reformasi	43
a. Perkembangan internet di Indonesia	44
b. Penggunaan <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> , dan <i>YouTube</i>	47
B. Konsekuensi penggunaan media baru	50
1. Komunitas <i>Blood for Life Indonesia</i> dan konsekuensi sosialnya	50
2. Situs <i>Bukalapak.com</i> dan konsekuensi ekonomi	52
3. Grup <i>Facebook Gerakan 1.000.000 Facebookers dukung Bibit-Chandra</i> dan konsekuensi politik.....	54
4. Petisi daring <i>Membatalkan kebijakan baru pencairan dana JHT minimal 10</i> <i>tahun</i> di <i>Change.org</i> dan konsekuensi hukum	56
BAB III DESKRIPSI AJI YOGYA.....	58
A. Profil Aliansi Jurnalis Independen Indonesia	58
1. Sejarah dan perkembangan AJI Yogya	61
2. Visi dan misi AJI Yogya	63
3. Perekrutan anggota AJI Yogya	64
4. Sumber dana AJI Yogya.....	65
BAB IV PENGGUNAAN MEDIA BARU OLEH AJI YOGYA DALAM UPAYA MENDORONG PENUNTASAN KASUS PEMBUNUHAN WARTAWAN UDIN: TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Pengantar	66
B. AJI Yogya memandang kasus pembunuhan wartawan Udin	67
C. Penggunaan media baru oleh AJI Yogya	72
1. Facebook dan Twitter AJI Yogya	73
2. Video YouTube Lagu untuk Udin	80
3. Petisi daring Tuntaskan kasus Udin Bernas dan menolak daluwarsa di <i>Change.org</i>	83
D. Konvergensi penggunaan media baru	86
E. Media baru sebagai pendorong gerakan sosial.....	90
1. Kedekatan masyarakat Yogyakarta dengan internet	92
2. Dukungan media massa	93
3. Solidaritas masyarakat	94
F. Keuntungan dan kendala penggunaan media baru	95
1. Keuntungan.....	95
a. Sebagai arsip digital	95
b. Interaktivitas dapat memperkaya informasi	96
c. Teknologi tautan memberi banyak manfaat	97

d. Tindakan virtual yang menjadi aksi nyata	98
2. Kendala	99
a. Koneksi dan sinyal terganggu	99
b. Saling timpa informasi	100
c. Absennya admin	101
d. Sulitnya mencari <i>followers</i> dan relawan	102
 BAB V PENUTUP	 103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	106
 DAFTAR PUSTAKA	 107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pola komunikasi dalam media baru	10
Tabel 1.2 Bentuk dan pola komunikasi dalam media baru	11
Tabel 1.3 Perbandingan organisasi tradisional dan organisasi modern	17
Tabel 1.4 Tipe gerakan sosial menurut Aberle	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komponen dasar dalam <i>Convergence Model of Communication</i>	14
Gambar 2.1 Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia	42
Gambar 2.2 Diagram lama jadi pelanggan internet	43
Gambar 2.3 Peringkat jumlah pengguna internet negara-negara Asia	45
Gambar 2.4 Peta jumlah pengguna internet di Indonesia	46
Gambar 2.5 Profil pengguna <i>Facebook</i> di Indonesia per Januari 2016	48
Gambar 3.1 Logo AJI	60
Gambar 3.2 Logo AJI Yogya	62
Gambar 3.3 Anggota AJI Yogya	63
Gambar 4.1 Poster karya <i>Anti-Tank</i>	71
Gambar 4.2 Tangkapan layar laman profil <i>Facebook</i> AJI Yogya	74
Gambar 4.3 Tangkapan layar laman profil <i>Twitter</i> @ajiyogya	74
Gambar 4.4 Tangkapan layar aktivitas di <i>Twitter</i> @ajiyogya	75
Gambar 4.5 Tangkapan layar aktivitas <i>Twitter</i> dan <i>Facebook</i> AJI Yogya	76
Gambar 4.6 Tangkapan layar contoh kontribusi salah satu akun di <i>Facebook</i> AJI Yogya	77
Gambar 4.7 Tangkapan layar kontribusi anggota AJI Yogya lewat <i>Facebook</i>	78
Gambar 4.8 Tangkapan layar interaktivitas di <i>Facebook</i> AJI Yogya	79
Gambar 4.9 Tangkapan layar laman <i>YouTube</i> Lagu untuk Udin	81
Gambar 4.10 Tangkapan layar laman petisi daring Udin di <i>Change.org</i>	84
Gambar 4.11 Tangkapan layar beberapa komentar di laman petisi <i>Change.org</i> AJI Yogya	86
Gambar 4.12 Tangkapan layar <i>live tweet</i> dari <i>Twitter</i> AJI Yogya	87
Gambar 4.13 Tangkapan layar kontribusi pengguna <i>Facebook</i> Lpm Ekspresi di laman <i>Facebook</i> AJI Yogya dalam peringatan kasus Udin	88
Gambar 4.14 Tangkapan layar menunjukkan fitur di <i>Twitter</i> yang bisa melihat kembali <i>tweets</i> lama. Dapat berfungsi sebagai arsip	96



MEDIA BARU DALAM KASUS UDIN Studi Kasus Penggunaan Media baru oleh Aliansi Jurnalis Independen

Yogyakarta dalam Mendorong Penuntasan Kasus Pembunuhan Wartawan Udin

SILVERIUS GUNTUR DWI P, Wisnu Martha Adiputra, S.IP., M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>