

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Kerangka Teori dan Pemikiran	10
1.5.1 Konsep <i>New Media</i>	10
1.5.2 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	

2.1 Komunikasi	18
2.1.1 Komunikasi Massa	20
2.2 Informasi	22
2.3 Media Baru	25
2.3.1 Internet	25
2.3.2 Media Sosial	26
2.3.3 Karakteristik Media Sosial	28
2.3.4 <i>Facebook</i>	36
2.4 Komunitas Virtual	39
2.5 <i>Traveler</i>	40
2.6 Penelitian Sebelumnya	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.3.1 Wawancara	46
3.3.2 Observasi	47
3.3.3 Studi Kepustakaan	49
3.4 Sumber Data	49
3.4.1 Data Primer	49
3.4.2 Data Sekunder	50
3.5 Teknik Analisis Data	50
3.6 Uji Validitas Data	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	55
4.1.1 Profil Grup <i>Facebook</i> “Backpacker Dunia”	55
4.1.2 Kepengurusan Grup <i>Facebook</i> “Backpacker Dunia”	59
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Latar Belakang Pendirian Grup <i>Facebook</i> “Backpacker Dunia”	60
4.2.2 Ketentuan Grup <i>Facebook</i> “Backpacker Dunia”	64
4.2.3 Informasi dan Interaksi di Grup <i>Facebook</i> “Backpacker Dunia”	66
4.2.4 Karakteristik Anggota Grup <i>Facebook</i> “Backpacker Dunia”	87
4.2.5 Kegiatan Grup <i>Facebook</i> “Backpacker Dunia” ..	96
4.3 Pembahasan	102

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN