

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat penelitian	11
1.5 Kerangka Pemikiran dan Teori	12
1.5.1 ABC Of Attitude	12
1.5.2 Kerangka Pemikiran	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Sikap.....	15
2.1.1 Pengertian Sikap	15
2.1.2 Ciri-Ciri Sikap.....	15
2.1.3 Fungsi Sikap dalam Kehidupan Sosial dan Komunikasi	16
2.1.4 Komponen Sikap.....	18
2.2 Pembentukan Sikap di Era Media Sosial	19
2.2.1 Sikap <i>Viewers</i> terhadap Konten Media Sosial	22
2.3 <i>Oversharing</i>	24
2.3.1 Pengertian <i>oversharing</i>	24

2.3.2 Faktor <i>Oversharing</i>	26
2.3.3 Ciri – Ciri <i>Oversharing</i>	27
2.3.4 Bahaya <i>Oversharing</i>	27
2.4 Penelitian Terdahulu	28
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Subjek Penelitian.....	33
3.3 Lokasi Penelitian	33
3.4 Sumber Data	33
3.4.1 Data Primer	33
3.4.2 Data Sekunder.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.1 Teknik Wawancara	35
3.5.2 Teknik Analisis Dokumen.....	36
3.6 Uji Keabsahan Data.....	36
3.6.1 Triangulasi Sumber	37
3.6.2 Triangulasi teknik	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum	41
4.1.1 Gambaran Umum Dilan Janiyar	41
4.1.2 Profil Informan	46
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Afektif	51
4.2.2 Behavioral.....	56
4.2.3 Kognitif.....	59
4.3 Pembahasan	66
4.3.1 Komponen Afektif: Respon Emosional	67
4.3.2 Komponen Behavioral: Tindakan yang Reflektif dan Selektif.....	68

4.3.3 Komponen Kognitif: Penilaian Rasional terhadap Etika, Kepantasan, dan Kebebasan Ekspresi	71
BAB V	74
KESIMPULAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83