

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Akademis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.5 Landasan Pemikiran.....	8
1.5.2 Kerangka Konseptual	8
1.6 Langkah-Langkah Penelitian.....	14
1.6.1 Lokasi Penelitian	14
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian	15
1.6.3 Metode Penelitian.....	16
1.6.4 Jenis dan Sumber Data	16
1.6.5 Informan Penelitian	17
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	18
1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	18
1.6.8 Teknik Analisis Data.....	19
1.6.9 Jadwal Penelitian	22

BAB II KAJIAN PUSTAKA	23
2.1 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Pesan	31
2.2.1 Definisi Pesan dalam Komunikasi	31
2.2.2 Jenis-jenis pesan dalam Media Sosial	33
2.3 Komentar	35
2.3.1 Pengertian Komentar.....	35
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Komentar Netizen Yang Terbentuk Di Ruang Publik (Media Sosial)	36
2.4 Media Sosial	37
2.4.1 Pengertian Media Sosial	37
2.4.2 Karakteristik Media Sosial.....	38
2.4.3 Peran Media Sosial dalam Komunikasi publik	40
2.5 X (Twitter)	41
2.5.1 Pengertian dan Sejarah Perkembangan X (Twitter)	41
2.5.2 Karakteristik Media Sosial X (Twitter)	44
2.6 Instagram	45
2.6.1 Pengertian dan Sejarah Perkembangan Instagram	45
2.6.2 Karakteristik Media Sosial Instagram	48
2.7 Netizen	51
2.7.1 Pengertian Netizen	51
2.7.2 Karakteristik Netizen	52
2.8 Argumentasi.....	54
2.8.1 Pengertian Argumentasi.....	54
2.8.2 Bentuk Argumentasi.....	55
2.8 Analisis Tematik	57
2.9 Netnografi.....	60
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	66
3.1.1 Sejarah CNBC Indonesia	66
3.1.2 Profil dan Logo CNBC Indonesia	68

3.1.3 Visi dan Misi CNBC Indonesia	68
3.1.4 Struktur Organisasi CNBC Indonesia	69
3.1.5 CNBC Indonesia Pada Media Sosial Instagram	72
3.1.6 CNBC Indonesia Pada Media Sosial Twitter (X)	75
3.2 Hasil Penelitian.....	76
3.2.1 Variasi tema komentar di media sosial Instagram dan X terkait pemberitaan “DPR Tidak Mau Pindah ke IKN, Usul Jakarta Jadi Ibu Kota Legislati” yang diunggah pada akun @cnbcindonesia.	77
3.2.2 Kualitas argumentasi para penulis komentar di media sosial Instagram dan X terkait pemberitaan “DPR Tidak Mau Pindah ke IKN, Usul Jakarta Jadi Ibu Kota Legislati” yang diunggah pada akun @cnbcindonesia.	98
3.3 Pembahasan Penelitian.....	111
3.3.1 Variasi tema komentar di media sosial Instagram dan X terkait pemberitaan “DPR Tidak Mau Pindah ke IKN, Usul Jakarta Jadi Ibu Kota Legislati” yang diunggah pada akun @cnbcindonesia.	112
3.3.2 Kualitas argumentasi para penulis komentar di media sosial Instagram dan X terkait pemberitaan “DPR Tidak Mau Pindah ke IKN, Usul Jakarta Jadi Ibu Kota Legislati” yang diunggah pada akun @cnbcindonesia.	117
BAB IV PENUTUP	123
4.1 Kesimpulan.....	123
4.2 Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	133