

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI	I
SURAT PERNYATAAN	II
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	III
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	IV
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	V
ABSTRAK	VI
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	17
1.3 Rumusan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1 Manfaat Akademis.....	18
1.5.2 Manfaat Praktis.....	19
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Komunikasi.....	20
2.1.1 Proses Komunikasi.....	21
2.1.2 Fungsi Komunikasi.....	23
2.2 Komunikasi Massa.....	24

2.2.1	Pengertian Komunikasi Massa.....	24
2.2.2	Proses Komunikasi Massa.....	28
2.2.3	Fungsi Komunikasi Massa.....	32
2.2.4	Karakteristik Komunikasi Massa.....	35
2.3	Media Massa dan Media Sosial (<i>New Media</i>).....	36
2.3.1	Media Massa.....	36
2.3.2	Media Sosial (<i>New Media</i>).....	39
2.3.3	Jenis Media Sosial.....	40
2.3.4	Fungsi Media Sosial.....	42
2.4	Informasi Hoax dan Ujaran Kebencian (<i>Hate Speech</i>).....	43
2.4.1	Informasi Hoax.....	43
2.4.2	Ujaran Kebencian (<i>Hate Speech</i>).....	44
2.4.3	Jenis-jenis Informasi Hoax.....	44
2.5	Citra Umat Muslim Indonesia.....	45
2.5.1	Pengertian Citra.....	45
2.5.2	Citra Umat Muslim Indonesia.....	47
2.6	Persepsi.....	49
2.6.1	Pengertian Persepsi.....	49
2.6.2	Proses Terjadinya Persepsi.....	51
2.6.3	Jenis Persepsi.....	53

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian.....	55
3.2	Metode Penelitian.....	56
3.3	Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	57

3.3.1	Data Primer.....	57
3.3.2	Data Sekunder.....	57
3.4	Populasi Dan Sampel.....	57
3.4.1	Populasi.....	57
3.4.2	Sampel.....	58
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	59
3.5	Definisi Operasionalisasi Konsep.....	59
3.5.1	Definisi Konsep.....	59
3.5.2	Operasionalisasi Konsep.....	60
3.6	Teknik Pengolahan Dan Analisis Data.....	66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	70
4.1.1	Karakteristik Responden.....	70
4.1.2	Frekuensi Penggunaan Media Sosial.....	71
4.1.3	Persepsi Terhadap Citra Umat Muslim Indonesia Pada Kasus Penyebaran Isu Hoax dan Ujaran Kebencian Di Media Sosial Oleh Muslim Cyber Army.....	73
4.1.3.1	Tahap Perhatian (<i>Attention</i>).....	74
4.1.3.2	Tahap Penafsiran (<i>Interpretation</i>).....	77
4.1.3.3	Tahap Pengetahuan (<i>Kognitif</i>).....	80
4.1.4	Tingkat Persepsi Responden.....	84
4.2	Pembahasan.....	84
4.2.1	Karakteristik Responden.....	85
4.2.2	Frekuensi Penggunaan Media Sosial.....	86
4.2.3	Dimensi Perhatian (<i>Attention</i>).....	87

4.2.4	Dimensi Penafsiran (<i>Interpretation</i>).....	87
4.2.5	Dimensi Pengetahuan (<i>Kognitif</i>).....	89
4.2.6	Tingkat Persepsi Responden.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....		94
LAMPIRAN.....		97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		109



UNIVERSITAS
MERCU BUANA