

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah/Fokus Penelitian.....	6
1.2.1 Sulitnya memperoleh informasi yang objektif di Indonesia akibat pengaruh pembentuk opini yang tidak bebas dari kepentingan – kepentingan tertentu.....	7
1.2.2 Pembentukan opini publik melalui keterlibatan <i>buzzer</i> dengan sistem kerja yang terorganisir dan tersembunyi	7
1.2.3 Minimnya studi akademik terhadap proses internal dan strategi komunikasi <i>buzzer</i> dalam media sosial khususnya di Indonesia.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Signifikansi Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Akademis	9
1.5.2 Manfaat Sosial/Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka/Kerangka Teoritis.....	10
2.2 Kerangka Berpikir	10
2.3 Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODOLOGI	24
3.1 Paradigma Penelitian	24

3.2	Metode Penelitian	24
3.3	Sumber dan Pengambilan Data.....	25
3.3.1	Objek yang Diteliti	27
3.3.2	Keabsahan Penelitian.....	28
3.3.3	Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Hasil Penelitian.....	31
4.1.1	<i>Buzzer</i> dalam Media Sosial di Indonesia.....	31
4.1.2	Profil, Latar Belakang Informan, dan Motivasi.....	32
4.1.3	Sistem Rekrutmen dan Struktur Kerja <i>Buzzer</i>	34
4.1.4	Strategi Komunikasi	41
4.1.5	Temuan Menarik	55
4.2	Pembahasan	60
4.2.1	Penerapan Kerangka Teori dalam Analisis	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		82