

## DAFTAR ISI

### DAFTAR ISI

### DAFTAR TABEL

### DAFTAR GAMBAR

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Efektivitas .....	8
2.2 Media Massa .....	9
2.3 Media <i>Online</i> (Media Baru) .....	11
2.3.1 Forum <i>Online</i> .....	12
2.3.2 Jual Beli.....	13
2.3.3 Jual Beli <i>Online</i> .....	14
2.3.4 Jual Beli Barang Bekas Forum <i>Online</i> HTML .....	15
2.4. Komunikasi Kelompok .....	15
2.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keefektifan Kelompok .....	16
2.4.1.1 Kelompok Maya ( <i>Virtual Communities</i> ).....	18
2.4.2 Komunitas .....	19
2.4.3 Komunitas Motor ..	20
2.4.3.1 Komunitas Motor Honda Tiger Miling List.....	21
2.5 Teori Multi Langkah .....	22
2.6 Kerangka Pikir .....	23

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	25
3.2 Definisi Konsep.....	26
3.3 Fokus Penelitian .....	28

3.4 Informan.....	28
3.5 Sumber Data Penelitian.....	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	31

#### **BAB IV GAMBARAN UMUM**

4.1 Komunitas Honda Tiger Miling List (HTML).....	33
4.1.1 Sejarah Singkat .....	33
4.1.2 Bentuk dan Sifat HTML .....	34
4.1.3 Visi dan Misi HTML .....	34
4.1.4 Kepengurusan .....	35
4.1.5 Identitas Komunitas .....	36
4.1.6 Media Komunikasi.....	36
4.2 Forum Honda Tiger Miling List.....	37
4.2.1 Sub Forum Jual Beli Barang Bekas .....	38

#### **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1 Identitas Informan .....	52
5.2 Penyajian Hasil Penelitian.....	55
5.2.1 Hasil Penelitian .....	55
5.3 Pembahasan Penelitian.....	92
5.3.1 Pembahasan Kegunaan Hasil Penelitian Secara Teoritis.....	93
5.3.2 Pembahasan Kegunaan Hasil Penelitian Secara Praktis .....	94

#### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan .....	96
6.2 Saran.....	98

#### **DAFTAR PUSTAKA**