

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN JUDUL MAKSUD PENULISAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Rumusan Masalah	I-14
I.3 Tujuan Penelitian	I-14
I.4 Manfaat Penelitian	I-14
I.5 Tinjauan Pustaka	I-14
I.5.1 Literasi Digital.....	I-14
I.5.2 <i>Digital Immigrant</i>	I-20
I.5.3 Ibu Rumah Tangga di Indonesia	I-24
I.5.4 Ibu Rumah Tangga sebagai Entitas	I-25
I.5.5 Media Sosial.....	I-26
I.6 METODOLOGI PENELITIAN.....	I-28
I.6.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian	I-28
I.6.2 Tipe Penelitian.....	I-28
I.6.3 Metode Penelitian.....	I-29
I.6.4 Subjek dan Objek	I-29
I.6.5 Unit Analisis.....	I-30
I.6.6 Teknik Pengumpulan Data	I-30
I.6.7 Teknik Analisis Data	I-30
BAB II GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN	II-1
II.1 Profil Informan	II-1
II.1.1 Informan YY	II-1
II.1.2 Informan RY	II-2
II.1.3 Informan DM	II-3
II.1.4 Informan EP	II-4
II.1.5 Informan TM.....	II-5
II.1.6 Informan RA	II-6
II.1.7 Informan SK.....	II-7
II.1.8 Informan AR	II-7

II.1.9 Informan EL.....	II-8
II.1.10 Informan KL	II-9
II.2 Media Sosial	II-11
II.2.1 Macam Media Sosial.....	II-14
II.2.2 Perempuan dan Internet	II-16
BAB III ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	
III.1 Literasi Digital Ibu Rumah Tanga di Surabaya Menurut Belshaw	III-1
III.1.1 <i>Culture</i>	III-2
III.1.1.1 Budaya Masa Lalu Yang Tidak Bisa Ditinggalkan.....	III-2
III.1.2 <i>Cognitive</i>	III-5
III.1.2.1 Menyaring Informasi dengan Sumber Terpercaya	III-5
III.1.3 <i>Construtive</i>	III-8
III.1.3.1 Media Sosial Sebagai Media Sumber Informasi	III-8
III.1.3.2 Media Sosial Sebagai Media Media Berjualan.....	III-10
III.1.4 <i>Communicative</i>	III-11
III.1.4.1 Mudahnya Komunikasi dengan Kehadiran Media Sosial ..	III-11
III.1.5 <i>Confident</i>	III-13
III.1.5.1 Kesadaran Ibu Rumah Tangga Mengenai Penyebaran Info Memiliki Dampak Tertentu.....	III-13
III.1.6 <i>Creative</i>	III-14
III.1.6.1 Whatsapp sebagai Media Berjualan.....	III-14
III.1.6.2 Keengganan Dalam Menggunakan Fitur Baru yang ada Media Sosial	III-16
III.1.7 <i>Critical</i>	III-17
III.1.7.1 Ketidak Percayaan Ibu Rumah Tangga Terhadap Informasi yang Beredar di Media Sosial	III-17
III.1.7.2 Ibu Rumah Tangga Surabaya dalam Menghindari Konflik di Media Sosial	III-19
III.1.7.3 Membatasi Informasi yang Masuk Sesuai Kebutuhan	III-20
III.1.8 <i>Civic</i>	III-21
III.1.8.1 Penyebaran Informasi Secara Bertanggung Jawab dalam Penggunaan Media Sosial	III-21
III.2 Ibu Rumah Tangga Sebagai <i>Digital Immigrant</i>	III-23
III.3 Penggunaan Media Sosial Oleh Ibu Rumah Tangga	III-28
III.3.1.1 Hoax Menurut Ibu Rumah Tangga.....	III-28
III.3.1.1 Tanggapan Hoax Menurut Ibu Rumah Tangga.....	III-30
BAB IV PENUTUP	
IV.1 Kesimpulan	IV-1
IV.2 Saran.....	IV-2
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN.....	
LAMPIRAN 1 <i>Interview Guide Line</i>	1

LAMPIRAN 2 Transkrip Wawancara.....	3
LAMPIRAN 3 Dokumentasi Penelitian.....	51
LAMPIRAN 4 Berita Acara Revisi.....	54
LAMPIRAN 5 Surat Keterangan Tes Kesamaan (Similarity/ Turnitin).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Aktif di Indonesia	I-7
Gambar 1.2 Alasan Utama dalam Penggunaan Internet di Indonesia.....	I-7
Gambar 1.3 Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Pekerjaan	I-9
Gambar 1.4 Pengguna Internet Indonesia berdasarkan Urban dan Rural	I-10
Gambar 2.1 Alasan Menggunakan Internet	II-5
Gambar 3.1 Status Whatsapp Informan EL tentang agama	III-19
Gambar 3.2 Status Whatsapp Informan YY tentang masakan.....	III-21
Gambar 3.3 Tas yang dijual melalui status Whatsapp SK	III-19

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Klasifikasi Media Sosial oleh Kaplan dan HaelinI-22
Tabel 2.1 Perbedaan *Digital Immigrant* dan *Digital Natives*..... II-1