

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Umum	12
1.3.2 Tujuan khusus	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Komunikasi.....	14
2.1.1 Tipe komunikasi.....	17
2.1.2 Tujuan Komunikasi	17
2.1.3 Media Baru.....	18
2.1.4 <i>Four Pillars Social Media Strategy</i>	19
2.1.5 Media Sosial dan Partisipasi Publik	20
2.1.6 Konten Media Sosial	23
2.1.7 Instagram	24
2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Metode Penelitian.....	30
3.2 Paradigma Penelitian.....	32

3.3	Jenis Data	32
3.4	Informan Penelitian	33
3.4.1	Informan Kunci	34
3.4.2	Informan Ahli	34
3.5	Unit Analisis Penelitian	34
3.6	Metode Pengumpulan Data	35
3.7	Teknik Analisis Data	37
3.8	Pemeriksaan Keabsahan Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Informan Penelitian	39
4.2	Hasil Penelitian	40
4.2.1	<i>Communication</i>	41
4.2.2	<i>Collaboration</i>	45
4.2.3	<i>Education</i>	47
4.2.4	<i>Entertainment</i>	49
4.3	Pembahasan	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	62
5.2.1	Saran Teoritis	63
5.2.2	Saran Praktis	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN		67
HASIL CEK ITHENTICATE		85