

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.5.1. Manfaat Teoritis	8
1.5.2. Manfaat Praktis	8
1.6. Sistematika Penelitian	8
1.7. Waktu dan Periode Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Kajian Teori	11
2.1.1. <i>New Media</i>	11
2.1.2. Media Sosial	14
2.1.2.1. Instagram	18
2.1.3. <i>Bookstagram</i>	25
2.1.4. Motif	27
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Paradigma Penelitian	42
3.2. Metode Penelitian	43
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	44

3.3.1. Subjek Penelitian	44
3.3.2. Objek Penelitian	44
3.4. Lokasi Penelitian	45
3.5. Unit Analisis Penelitian	45
3.6. Informan Penelitian	46
3.6.1. Informan Utama	46
3.6.2. Informan Pendukung	47
3.7. Teknik Pengumpulan Data	51
3.7.1. Data Primer	51
3.7.2. Data Sekunder	53
3.8. Teknik Analisis Data	53
3.9. Teknik Keabsahan Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Karakteristik Informan	57
4.2. Hasil Penelitian	58
4.2.1. Motif	59
4.2.2. Makna	82
4.3. Pembahasan	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1. Kesimpulan	100
5.2. Saran	101
5.2.1. Saran Teoritis	101
5.2.2. Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	107