

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	11
2.1 Netnografi	11
2.2 Media Sosial dan Computer Mediated Communication.....	12
2.3 Media Sosial <i>X</i>	15
2.2.1 Fungsi dan Keuntungan Media Sosial.....	18
2.4 <i>Charity</i>	21
2.5 E-WOM (<i>Electronic Word of Mouth</i>).....	22
2.5.1 Indikator e-Wom (<i>Electronic Word of Mouth</i>).....	23
2.6 Penelitian Terdahulu	23

2.7	Kerangka Pemikiran.....	32
BAB II METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Paradigma Penelitian	35
3.2	Metode Penelitian	36
3.3	Unit Analisis	37
3.4	Informan Penelitian.....	39
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6	Teknis Analisis Data	41
BAB 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan		43
4.1	Fenomena <i>Charity</i> yang dilakukan Army Indonesia di X.....	43
4.1.1	Analisis Konten Menggunakan Netnografi.....	49
4.1.2	Analisis Data menggunakan Nvivo.....	59
4.1.3	Analisis interaksi dan pola komunikasi dalam melakukan kegiatan <i>charity</i> untuk mengeksplorasi dinamika interaksi di antara anggota ARMY di media sosial X dan bagaimana Army melakukan berkomunikasi dalam menjalankan kegiatan <i>charity</i>	61
4.2	Pembahasan.....	68
4.2.1	Pemanfaatan Media Sosial untuk <i>Charity</i>	68
4.2.2	Dinamika Interaksi Komunikasi Army Indonesia.....	69
4.2.3	Peran e-Wom dalam Meningkatkan Efektivitas <i>Charity</i> ARMY di Media Sosial X	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		73