

## DAFTAR ISI

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....            | i   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....       | ii  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....       | iii |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....           | iv  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....               | vi  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....            | ix  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....             | x   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                  | xi  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                 | xii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....        | 1   |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....   | 1   |
| 1.2 Fokus Penelitian .....            | 7   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....           | 7   |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....          | 7   |
| 1.5 Tahapan Penelitian .....          | 8   |
| 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian ..... | 9   |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....  | 10  |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....        | 10  |
| 2.2 Tinjauan Teori .....              | 19  |
| 2.2.1 Komunikasi .....                | 19  |
| 2.2.1.1 Definisi Komunikasi .....     | 19  |
| 2.2.1.2 Proses Komunikasi .....       | 20  |
| 2.2.1.3 Fungsi Komunikasi .....       | 20  |
| 2.2.1.4 Tujuan Komunikasi .....       | 21  |
| 2.2.2 Organisasi .....                | 22  |

|  |                                      |           |
|--|--------------------------------------|-----------|
| 2.2.2.1                                    | Definisi Organisasi .....            | 22        |
| 2.2.2.2                                    | Karakteristik Organisasi .....       | 23        |
| 2.2.3                                      | Komunikasi Organisasi .....          | 25        |
| 2.2.3.1                                    | Definisi Komunikasi Organisasi ..... | 25        |
| 2.2.3.2                                    | Fungsi Komunikasi Organisasi .....   | 26        |
| 2.2.4                                      | Pesan .....                          | 28        |
| 2.2.4.1                                    | Definisi Pesan .....                 | 28        |
| 2.2.4.2                                    | Bentuk Pesan .....                   | 29        |
| 2.2.5                                      | Arah Aliran Informasi .....          | 30        |
| 2.2.6                                      | Pola Komunikasi .....                | 35        |
| 2.2.7                                      | Media Baru .....                     | 38        |
| 2.2.8                                      | Media Sosial .....                   | 40        |
| 2.2.8.1                                    | Definisi Media Sosial .....          | 40        |
| 2.2.8.2                                    | Karakteristik Media Sosial .....     | 41        |
| 2.3  | Kerangka Pemikiran .....             | 44        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b> |                                      | <b>46</b> |
| 3.1  | Paradigma Penelitian .....           | 46        |
| 3.2  | Metode Penelitian .....              | 47        |
| 3.3  | Subjek dan Objek Penelitian .....    | 48        |
| 3.3.1                                      | Subjek Penelitian .....              | 48        |
| 3.3.2                                      | Objek Penelitian .....               | 49        |
| 3.4  | Definisi Konsep .....                | 49        |
| 3.5  | Unit Analisis .....                  | 49        |
| 3.6  | Informan Penelitian .....            | 50        |
| 3.7  | Teknik Pengumpulan Data.....         | 52        |
| 3.7.1                                      | Observasi .....                      | 53        |
| 3.7.2                                      | Wawancara .....                      | 54        |
| 3.7.3                                      | Studi Dokumentasi .....              | 55        |
| 3.8  | Teknik Keabsahan Data .....          | 56        |
| 3.9  | Teknik Analisis Data .....           | 57        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                        | <b>60</b> |
| 4.1 Karakteristik Informan .....   | 60        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....   | 64        |
| 4.2.1 Komunikasi Organisasi Insta Nusantara Bandung .....                  | 64        |
| 4.2.2 Pertemuan <i>Offline</i> .....                                       | 65        |
| 4.2.3 Alur Pesan .....   | 66        |
| 4.2.3.1 Pesan yang Berupa Fakta .....                                      | 70        |
| 4.2.3.2 Pesan yang Membangkitkan Semangat .....                            | 73        |
| 4.2.4 Arah Aliran Informasi .....  | 75        |
| 4.3 Pembahasan .....   | 84        |
| 4.3.1 Komunikasi Organisasi Insta Nusantara Bandung .....                  | 84        |
| 4.3.2 Pertemuan <i>Offline</i> .....                                       | 85        |
| 4.3.3 Alur Pesan .....   | 85        |
| 4.3.3.1 Pesan Informatif .....   | 87        |
| 4.3.3.2 Pesan Persuasif .....  | 88        |
| 4.3.4 Arah Aliran Informasi .....  | 89        |
| 4.3.5 Pola Komunikasi Pertemuan <i>Offline</i> Insta Nusantara Bandung ... | 93        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                    | <b>96</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 96        |
| 5.2 Saran .....  | 97        |
| 5.2.1 Saran Akademis .....   | 97        |
| 5.2.2 Saran Praktis .....  | 97        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>98</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>  |           |