

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
<u>HALAMAN PERSETUJUAN</u>	2
LEMBARORISINALITAS.....	3
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK.....	7
ABSTACT.....	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Fokus Penelitian	20
1.3 Identifikasi Masalah	20
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Manfaat Penelitian	21
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	21
1.5.2 Manfaat Praktis	21

1.6 Lokasi Penelitian	21
1.7 Waktu Penelitian	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 Model Perencanaan Komunikasi	23
2.1.2 Sosial Media	25
2.1.3 Sosial Media Instagram	26
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Informan	38
3.4 Unit Analisis.....	40
3.5 Pengumpulan Data Penelitian.....	40
3.5.1 Wawancara	40
3.5.2 Dokumentasi	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.7 Keabsahan Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Karakteristik Informan	43
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Penelitian (Research)	44

4.2.2 Perencanaan (<i>plan</i>).....	46
4.2.3 Pelaksanaan (<i>Execute</i>).....	49
4.2.4 Pengukuran (<i>Measure</i>).....	54
4.2.5 Pelaporan (<i>Report</i>).....	56
4.3 Pembahasan	58
4.3.1 Penelitian (Research).....	58
4.3.2 Perencanaan (<i>Plan</i>).....	58
4.3.3 Pelaksanaan (<i>Execute</i>).....	59
4.3.4 Pengukuran (<i>Measure</i>).....	59
4.3.5 Pelaporan (<i>Report</i>).....	59
BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
5.2.1 Saran Akademik.....	61
5.2.2 Saran Praktisi.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65