

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	6
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8

1.4.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
.....	10
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan Pustaka.....	13
2.2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi	13
2.2.2 Tinjauan Tentang Perkembangan Media Komunikasi.....	17
2.2.3 Tinjauan Tentang Media Baru	20
2.2.4 Tinjauan Tentang Media Siber.....	22
2.2.5 Tinjauan Tentang Media Sosial	31
2.2.6 Tinjauan Tentang Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi	36
2.3 Kerangka Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Desain Penelitian	46
3.2 Informan Penelitian	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data	50
3.3.1 Studi Pustaka.....	50
3.3.2 Studi Lapangan.....	50
3.4 Uji Keabsahan Data	51
3.5 Teknik Analisa Data	52

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	54
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	54
3.6.2 Waktu Penelitian.....	54
BAB IV PEMBAHASAN.....	56
4.1 Hasil Penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	56
4.1.1.1 Akun-Akun Yang Dimiliki PT. Mea Digital.....	58
4.1.1.1.1 LinkedIn.....	58
4.1.1.1.2 Website.....	59
4.1.1.1.3 Tiktok.....	61
4.1.1.1.4 Instagram.....	63
4.1.1.2 Misi PT. Mea Digital.....	66
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	69
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian.....	74
4.1.3.1 Jenis Produksi Konten Agar Dapat Meningkatkan Minat Audience.....	76
4.1.3.2 Kendala Ditemukan Dalam Memproduksi Konten.....	88
4.1.3.3 Hasil Distribusi Konten Media Sosial Instagram Untuk Mempromosikan PT. Mea Digital.....	89
4.2 Pembahasan.....	101

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	108