

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.2.1. Rumusan Masalah Makro.....	11
1.2.2. Rumusan Masalah Mikro	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1 Maksud Penelitian	12
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1. Kegunaan Teoritis	12
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	15
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	15
2.2. Tinjauan Pustaka	16

2.2.1 Tinjauan Mengenai Komunikasi	16
2.2.1.1 Definisi Komunikasi.....	17
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi	19
2.2.1.3 Lingkup Komunikasi	20
2.2.2 Tinjauan Perilaku Komunikasi.....	22
2.2.3 Tinjauan Media Sosial.....	24
2.2.5 Tinjauan Akun Ganda	25
2.2.6 Tinjauan Mengenai Mahasiswa.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Informan Penelitian.....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1 Studi Pustaka	41
3.3.2 Studi Lapangan.....	41
3.4 Uji Keabsahan data	44
3.5 Teknik Analisa Data.....	46
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	47
3.6.1 Lokasi Penelitian	47
3.6.2 Waktu Penelitian	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	50
4.1.1.1 Instagram	51

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan	57
4.1.2.1 Informan Penelitian	57
4.1.3. Analisis Hasil Penelitian	68
4.1.3.1 Motif “Sebab” (<i>Because of Motive</i>) Mahasiswa Di Kota Bandung dalam Menggunakan Akun Ganda pada Media Sosial Instagram	69
4.1.3.2 Motif “Tujuan” (<i>in Order to Motive</i>) Mahasiswa Di Kota Bandung dalam Menggunakan Akun Ganda pada Media Sosial Instagram	79
4.1.3.3 Makna pada Mahasiswa Di Kota Bandung dalam Menggunakan Akun Ganda di Media Sosial Instagram.....	89
4.2 Pembahasan.....	93
4.2.1 Motif “Sebab” (<i>Because of Motive</i>) Mahasiswa di Kota Bandung dalam Menggunakan Akun Ganda pada Media Sosial Instagram	95
4.2.2 Motif “Tujuan” (<i>in Order to Motive</i>) Mahasiswa Di Kota Bandung dalam Menggunakan Akun Ganda Pada Media Sosial Instagram	98
4.2.3 Makna pada Mahasiswa di Kota Bandung dalam Menggunakan Akun Ganda di Media Sosial Instagram	101
4.2.4 Perilaku Komunikasi Mahasiswa di Kota Bandung dengan Menggunakan Akun Ganda di Sosial Media Instagram berdasarkan Studi Fenomenologi.....	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	109

5.2.1	Saran Bagi Universitas	109
5.2.2	Saran Bagi Masyarakat	110
5.2.3	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	111
DAFTAR PUSTAKA		112
LAMPIRAN.....		114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		174