

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	10
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Maksud Penelitian	11
1.3.2 Tujuan penelitian	11
1.4 Kegunaan penelitian	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis	12
1.4.2 Kegunaan Praktis	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	14
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	18
2.1.3 Definisi Ilmu Komunikasi	20
2.1.4 Konteks Komunikasi	24
2.1.5 Tujuan Komunikasi	25
2.1.6 Proses Komunikasi	26
2.1.7 Fungsi Komunikasi	28
2.1.8 Unsur-unsur Komunikasi	38
2.1.9 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa	31
2.1.10 Karakteristik Komunikasi Massa	39
2.1.11 Proses Komunikasi Massa	41
2.1.12 Fungsi Komunikasi Massa	44
2.1.13 Tinjauan Tentang Daya Tarik	44
2.1.14 Tinjauan Tentang Media Sosial	62
2.1.15 Peran media Sosial	67
2.1.16 Fungsi Media Sosial	68
2.1.17 Tinjauan Tentang <i>Influencer</i>	69
2.1.18 Tinjauan Tentang Promosi	70
2.1.19 Tujuan Promosi	72
2.1.20 Bauran Promosi	74
2.1.21 Tinjauan Tentang Instagram	76

2.1.22 Kelebihan Instagram	76
2.1.23 Fitur – Fitur Instagram	80
2.2 Kerangka pemikiran	82

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	86
3.1.1 Paradigma Penelitian	87
3.1.2 Desain Penelitian	88
3.2 Informan Penelitian	90
3.2.1 Informan Kunci	90
3.2.2 Informan Pendukung	92
3.3 Teknik Pengumpulan Data	93
3.3.1 Studi Pustaka	93
3.3.2 Studi Lapangan	95
3.4 Uji Keabsahan Data	97
3.5 Teknik Analisa Data	99
3.6 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitia	101
3.6.1 Lokasi Penelitian	101
3.6.2 Waktu Penelitian	102

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	104
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	107
4.1.2 Deskripsi Informan	110

4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian	114
4.1.3.1 Kredibilitas Komunikator meliputi keahlian, apa keahlian yang dimiliki oleh Aljiany Hartini menurut <i>Followers</i>. 114	
4.1.3.2 <i>Attractiveness</i> /Atraksi atau Daya Tarik meliputi Kesamaan,	117
4.1.3.3 Adapun indikator yang terakhir yaitu meliputi kekuasaan atau	121
4.1.3.4 Kredibilitas Komunikator meliputi keahlian, menurut Aljiany	123
4.1.3.5 <i>Attractiveness</i> /Atraksi atau Daya Tarik meliputi indikator Kesamaan, dikenal, disukai dan fisik.	125
4.1.3.6 Adapun indikator yang terakhir yaitu meliputi kekuasaan atau pengaruh.	126
4.1.4 Pembahasan	127
4.1.4.1 Kredibilitas Komunikator	128
4.1.4.2 <i>Attractiveness</i>/Atraksi (Daya Tarik)	131
4.1.4.3 Kekuasaan (Pengaruh)	134
 BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	137
5.2 Saran	138
5.2.1 Saran untuk yang Objek penelitian	138
5.2.2 Saran untuk Peneliti selanjutnya	138
 DAFTAR PUSTAKA	133
 LAMPIRAN	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

2.1	Tabel Tinjauan Terdahulu	15
2.2	Tabel Formula Laswell	42
3.1	Informan Kunci	91
3.2	Informan Pendukung	92
3.3	Tabel Penelitian	102
4.1	Tabel Data wawancara Informan Key dan Informan.....	113

DAFTAR GAMBAR

2.1	Gambar Model Kerangka Pemikiran	85
3.1	Gambar Model Analisis Data	101
4.1	Gambar Objek Penelitian Aljiany Hartini	107
4.2	Gambar Winda Shintia Sari (<i>Followers @Aljiany dan Owner Melody Outlet</i>).....	110
4.3	Gambar Laela Fauziah (<i>Followers @Aljiany</i>).....	111
4.4	Gambar Sabataria Wulandari A. (<i>Followers @Aljiany</i>)	112
4.5	Gambar Herda Ayu Agustina (<i>Followers</i>)	131
4.7	Gambar Model Atraksi dari Aljiany	133
4.8	Gambar Model Kekuasaan dari Aljiany	135
4.9	Gambar Model Daya Tarik Influencer @Aljiany dalam mempromosikan bisnis online shop di Instagram	136

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Obervasi

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

Lampiran 3: Surat Pra Penelitian

Lampiran 4: Persetujuan Pembimbing Skripsi

Lampiran 5: Pengajuan Pendaftaran SUP Skripsi

Lampiran 6: Rekomendasi SUP

Lampiran 7: BAP

Lampiran 8: Riwayat Hidup