DAFTAR ISI

Kata Pengantar..... i

Daftar Isi.....iv

Daftar Tabel.....viii

Daftar Gambar.....ix

Daftar Lampiran.....x

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Rumusan Masalah.....4

1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....5

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....5

1.3 Maksud dan Tujuan.....5

1.3.1 Maksud Penelitian.....5

1.3.2 Tujuan Penelitian.....6

1.4 Kegunaan Penelitian.....6

1.4.1 Kegunaan Teoritis.....6

1.4.2 Kegunaan Praktis.....6

BAB II Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran.....8

2.1 Tinjauan Pustaka.....8

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....8

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....10

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi.....11

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi.....14

2.1.2.3 Tujuan Komunikasi.....21

2.1.2.4 Unsur- Unsur Komunikasi.....23

2.1.2.5 Sifat Komunikasi.....26

2.1.2.6 Karakteristik Komunikasi.....27

2.1.2.7 Konteks-Konteks Komunikasi.....29

2.1.2.8 Proses Komunikasi.....29

2.1.2.9 Jenis Komunikasi.....32

2.1.2.10 Bentuk Komunikasi.....34

2.1.2.11 Hambatan Komunikasi.....36

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Antar Pribadi.....38

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Antar Pribadi.....38

2.1.3.2 Pentingnya Komunikasi Antar Pribadi.....44

2.1.4 Tinjauan Tentang Eksistensi Diri.....47

2.1.5 Tinjauan Tentang Penggemar.....49

2.1.5.1 Pengertian Penggemar.....49

2.1.6 Tinjauan Tentang *Onlineshop*.....51

2.1.6.1 Pengertian *Onlineshop* 51

2.1.7 Tinjauan Tentang Internet.....53

2.1.7.1 Pengertian Internet.....53

2.1.7.2 Fungsi Internet.....54

2.1.8 Tinjauan Tentang Instagram.....55

2.1.8.1 Pengertian Instagram.....55

2.1.8.2 Perusahaan Burb, Inc.....56

2.1.8.3 Asal Mula Nama Instagram.....56

2.1.8.4 Fitur-Fitur Instagram.....57

2.2 Kerangka Pemikiran.....64

2.2.1 Kerangka Teoritis.....64

2.2.1 Kerangka Konseptual.....65

BAB III METODE PENELITIAN.....68

3.1 Metode Penelitian.....68

3.2 Informan Penelitian.....70

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....72

3.3.1 Studi Pustaka.....72

3.3.2 Studi Lapangan.....74

3.3.3 Teknik Penentuan Informan.....78

3.3.3.1 Subjek Penelitian.....78

3.4 Uji Keabsahan Data.....78

3.5 Teknik Analisa Data.....80

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....84

3.6.1 Lokasi Penelitian.....84

3.6.2 Waktu Penelitian.....84

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....86

4.1 Hasil Penelitian.....86

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....87

4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian.....96

4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....100

4.1.3.1 Kepercayaan diri yang dimiliki oleh para penggemar online shop melalui aplikasi Instagram.....101

4.1.3.2 Karakteristik yang dimiliki oleh para penggemar online shop melalui apliaksi Instagram.....103

4.1.3.3 Pengetahuan yang dimiliki oleh para penggemar online shop melalui aplikasi Instagram.....106

4.2 Pembahasan.....109

BAB V PENUTUP.....114

5.1 Kesimpulan.....114

5.1.1 Kepercayaan Diri.....114

5.1.2 Karakteristik.....114

5.1.3 Pengetahuan.....114

5.2 Saran.....115

5.2.1 Universitas.....115

5.2.2 Mahasiswa.....115

5.2.3 Masyarakat Umum.....116

DAFTAR PUSTAKA.....117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....9

Tabel 3.1 Data Informan Penelitian.....71

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....85

Tabel 4.1 Tabel Data Singkat Informan Utama.....96

Tabel 4.2 Tabel Data Singkat Informan Pendukung.....98

Tabel 4.3 Tabel Waktu dan Tempat Wawancara.....100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Definisi Penggemar.....50

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....67

Gambar 3.1 Komponen Dalam Analisis Data.....82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Fotokopi berita acara bimbingan.....120

Lampiran 2

Fotokopi surat rekomendasi pembimbing mengikuti SUP.....121

Lampiran 3

Fotokopi surat pengajuan pendaftaran SUP.....122

Lampiran 4

Persetujuan menjadi pembimbing skripsi.....123

Lampiran 5

Lembar revisi usulan penelitian.....124

Lampiran 6

Fotokopi Surat rekomendasi pembimbing mengikuti sidang sarjana.....125

Lampiran 7

Fotokopi surat pengajuan pendaftaran sidang sarjana.....126