

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iv</b>
<b>RINGKESAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian .....	9
1.2.1 Fokus Penelitian .....	9
1.2.2 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	<b>12</b>
2.1 Kajian Literatur .....	12
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	12
2.2 Kerangka Konseptual .....	16
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	16
2.2.1.2 Prinsip Komunikasi .....	19

2.2.1.3 Unsur – Unsur Komunikasi .....	20
2.3 Definisi Komunikasi Massa .....	21
2.3.1.1 Karakteristik Komunikasi Massa.....	24
2.3.1.2 Efek Komunikasi Massa .....	25
2.3.1.3 Teori Komunikasi Massa .....	27
2.3.1.4 Fungsi Komunikasi Massa.....	29
2.4 New Media .....	31
2.4.1 Pandangan New Media .....	32
2.4.2 Manfaat New Media .....	33
2.5 Media Sosial.....	34
2.6 Instagram.....	35
2.6.1 Fitur - Fitur Instagram .....	36
2.6.2 Akun Kedua (Second Account) .....	39
2.7 Kerangka Teoritis.....	41
2.7.1 Konsep Diri.....	41
2.7.2 Nilai-Nilai Budaya .....	47
2.7.2.1 Pengertian Nilai .....	47
2.7.2.2 Pengertian Budaya .....	47
2.7.2.3 Pengertian Nilai Budaya .....	48
2.7.3 Teori Elizabeth Hurlock.....	48
2.8 Kerangka Pemikiran.....	50

<b>BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
3.1 Subjek, Objek dan Metode Penelitian .....	54
3.1.1 Subjek Penelitian .....	54
3.1.2 Objek Penelitian.....	56
3.2 Metodologi Penelitian .....	57
3.2.1 Desain/Paradigma Penelitian .....	58
3.2.2 Prosedur Pengumpulan Data.....	60
3.2.3 Rancangan Analisis Data .....	62
3.2.4 Kredibilitas dan Tingkat Keabsahan Hasil Penelitian .....	63
3.2.5 Membuka Akses, dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian..	64
3.2.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>66</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	66
4.1.1 Identifikasi Umum.....	71
4.1.2 Visualisasi dan Deskripsi Second Account Instagram.....	71
4.1.3 Gambaran Umum Konsep Diri.....	78
4.1.4 Perceptual.....	79
4.1.5 Conceptual.....	90
4.1.6 Attitudinal.....	100
4.2 Pembahasan.....	108
4.2.1 Perceptual.....	109
4.2.2 Conceptual.....	110

4.2.3 *Attitudinal*.....112

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 114**

5.1 Kesimpulan.....114

5.2 Saran.....115

**DAFTAR PUSTAKA 116**

**LAMPIRAN 119**

**LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI 137**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis.....	13
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	65
Tabel 4.1 Data Informan.....	67
Tabel 4.2 Tabel Tabulasi Perceptual.....	84
Tabel 4.3 Tabel Tabulasi Conceptual.....	95
Tabel 4.4 Tabel Tabulasi Attitudinal.....	104

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia.....	8
Gambar 2.1 Model Prinsip Komunikasi.....	19
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 4.1 Visualisasi <i>Second Account Instagram</i> 1.....	72
Gambar 4.2 Visualisasi <i>Second Account Instagram</i> 2.....	73
Gambar 4.3 Visualisasi <i>Second Account Instagram</i> 3.....	74
Gambar 4.4 Visualisasi <i>Second Account Instagram</i> 4.....	75
Gambar 4.5 Visualisasi <i>Second Account Instagram</i> 5.....	76
Gambar 4.6 Visualisasi <i>Second Account Innstagram</i> 6.....	77