**DAFTAR ISI**

**LEMBAR JUDUL SKRIPSI.......................................................................... i**

**LEMBAR PERSETUJUAN………………………………………..………..ii**

**SURAT PERNYATAAN…….........................................................................iii**

**ABSTRAK .iv**

**ABSTRACT .v**

**RINGKESAN .vi**

**KATA PENGANTAR .vii**

**DAFTAR ISI .x**

**DAFTAR TABEL .xiii**

**DAFTAR GAMBAR .xiv**

**DAFTAR LAMPIRAN .xv**

**BAB I PENDAHULUAN** 1

* 1. Latar Belakang 1
	2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian 7
		1. Fokus Penelitian ………………………………………………………7
		2. Pertanyaan Penelitian …………………………………………………7
	3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .8

1.3.1 Tujuan Penelitian .8

1.3.2 Kegunaan Penelitian .8

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis ………………………………………………….....8

1.3.2.2 Kegunaan Praktis ……………………………………………………..9

**BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**  10

2.1 Kajian Literatus 10

2.1.2 *Review* Penelitian Sejenis 10

2.2 Kerangka Konseptual 17

2.2.1 Komunikasi 17

2.2.1.1 Tujuan Komunikasi dan Fungsi Komunikasi 22

2.2.1.2 Unsur – Unsur Komunikasi …………………………………………..22

2.2.1.3 Hambatan Komunikasi 24

2.2.1.4 Lingkup Komunikasi 27

2.2.1.5 Bidang Komunikasi 28

2.2.1.6 Sifat Komunikasi 28

2.2.2 Strategi Komunikasi 29

2.2.3 Media Sosial …………………………………………………………....34

2.2.3.1 Karakteristik Media Sosial …………………………………………...36

2.2.4 Instagram ………………………………………………………………38

2.2.4.1 Fitur - Fitur Instagram ………………………………………………..39

2.3 Kerangka Teoritis ………………………………………………………...42

2.3.1 Strategi Komunikasi ……………………………………………………42

2.4 Kerangka Pemikiran ……………………………………………………...57

**BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN** 58

3.1 Subjek Penelitian 58

3.1.1 Profil Informan 58

3.1.2 Profil Diskominfo Jabar 59

3.1.2.1 Visi dan Misi Diskominfo Jabar ……………………………………...61

3.1.2.2 Tugas dan Fungsi Diskominfo Jabar 62

3.2 Objek Penelitian 63

3.3 Metodologi Penelitian 64

3.3.1 Paradigma Penelitian 66

3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data……………………………………………68

3.3.3 Rancangan Analisis Data ……………………………………………....72

3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian ……………….74

3.4 Membuka Akses dengan Subjek Penelitian……………………….……...74

3.5 Lokasi Penelitian …………………………………………………………75

3.6 Jadwal Penelitian …………………………………………………………75

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**..............................77

4.1 Hasil Penelitian ………………………………………………………….77

4.1.1 Strategi komunikasi dalam penetapan komunikator yang dilakukan

 Diskominfo Jabar pada media sosial Instagram ……………………….78

4.1.2 Strategi komunikasi dalam penetapan khalayak sasaran yang dilakukan

 Diskominfo Jabar pada media sosial Instagram ………………………87

4.1.3 Strategi komunikasi dalam penyajian pesan komunikasi yang dilakukan

 Diskominfo Jabar pada media sosial Instagram ………………………94

4.1.4 Strategi komunikasi dalam pemilihan media yang dilakukan

 Diskominfo Jabar pada media sosial Instagram ………………………102

4.2 Pembahasan…………………………………………………….………..110

4.2.1 Strategi komunikasi dalam penetapan komunikator yang dilakukan
 Diskominfo Jabar pada media sosial Instagram ……………………….111

4.2.2 Strategi komunikasi dalam penetapan khalayak sasaran yang dilakukan

 Diskominfo Jabar pada media sosial Instagram………………………..114

4.2.3 Strategi komunikasi dalam penyajian pesan komunikasi yang dilakukan

 Diskominfo Jabar pada media sosial Instagram ……………………….116

4.2.4 Strategi komunikasi pemilihan media yang dilakukan Diskominfo
 Jabar pada media sosial Instagram ………………………………….....120

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN** 122

6.1 Kesimpulan 122

6.2 Saran 124

**DAFTAR PUSTAKA** 125

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis 14

Tabel 3.6 Jadwal Penelitian 76

Tabel 4.1 Tabulasi Penetapan Komunikator Diskominfo Jabar …………... 84

Tabel 4.2 Tabulasi Penetapan Sasaran Diskominfo Jabar ………………… 92

Tabel 4.3 Tabulasi Penyajian Pesan Diskominfo Jabar ………………….... 99

Tabel 4.4 Tabulasi Pemilihan Media Diskominfo Jabar ………………….. 107

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Konten Instagram Diskominfo Jabar …………….…………..2

 Gambar 1.2 Profil Instagram Diskominfo Jabar ………………………….4

Gambar 1.3 Statistik Pengguna Media Sosial 2024 ………………………5

Gambar 2.2 Logo Instagram ……………………………………………..39

Bagan 2.4 Kerangka Pemikiran ………………………………………….57

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Riwayat Hidup …………………………………………128

Lampiran 2 Pedoman Wawancara untuk Informan Kunci ………….129

Lampiran 3 Pedoman Wawancara untuk Informan Akademis ……...132

Lampiran 4 Pedoman Wawancara untuk Informan Pendukung …….133

Lampiran 5 Dokumentasi……………………………………………134