

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
RINGKESAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
SURAT PERNYATAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat teoritis	9
1.5.2 Manfaat praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kerangka Konseptual	11
2.2.1 Konsep Komunikasi	11

2.2.2 Komunikasi Interpersonal	12
2.2.3 Komunikasi Intrapersonal	14
2.3 Komunikasi Organisasi.....	15
2.3.1 Strategi Presentasi Diri	17
2.3.2 Konsep Media Baru	19
2.3.3 Media Sosial	20
2.3.4 Instagram.....	23
2.3.5 Konsep Organisasi Masyarakat.....	26
2.4 XTC	27
2.5 Kerangka Teoritis	28
2.5.1 Teori Dramaturgi.....	28
2.5.1.1 Panggung Belakang	29
2.5.1.2 Panggung Depan	30
2.5.2 kerangka pemikiran	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Metodologi Penelitian.....	39
3.1.1 Pradigma Penelitian	39
3.1.2 Pendekatan Penelitian.....	40
3.1.3 Subjek Penelitian.....	42
3.1.4 Objek Penelitian	45
3.1.5 Prosedur Pengambilan Data.....	46
3.1.6 Rancangan Analisis Data.....	46
3.1.7 Kredibilitas dan tingkat kepercayaan hasil penelitian	47

3.1.8 Membuka Akses Dan menjalin Hubungan Subjek Penelitian...	48
3.2 Profil Informan	48
3.3 Lokasi dan jadwal penelitian	53
3.3.1 Lokasi	53
3.3.2 Jadwal peneliti	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.1.2 Hasil Analisis Panggung Depan.....	55
4.2.3 Hasil Analisis Panggung Belakang	74
4.2 Pembahasan	87
4.2.1 Motivasi Presentasi Diri Anggota Organisasi Masyarakat XTC	87
4.2.2 Strategi Presentasi Diri Anggota Organisasi Masyarakat XTC ..	92
4.2.3 Presentasi Diri Panggung Depan Anggota Organisasi Masyarakat XTC	96
4.2.4 Presentasi Diri Panggung Belakang Anggota Organisasi Masyarakat XTC	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	110