

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
RINGKESAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	9
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1 Kajian Literatur	13
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	13
2.2 Kerangka Konseptual.....	18
2.2.1 Komunikasi Digital	18
2.2.1 Media Baru.....	20
2.2.2 Media Sosial.....	22
2.2.3 Instagram.....	23
2.2.4 Kampanye	25
2.2.5 Rekrutmen.....	27
2.2.6 Generasi Z	28
2.2.7 Komunitas	30

2.3 Kerangka Teoritis.....	32
2.3.1 Teori CMC	32
2.4 Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Subjek Penelitian.....	38
3.1.1 Subjek Penelitian.....	38
3.2 Objek Penelitian	41
3.3 Metodologi Penelitian	43
3.3.1 Paradigma Penelitian	44
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data	45
3.3.3 Rancangan Analisis Data.....	49
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	51
3.3.5 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian..	53
3.4 Lokasi dan Jadwal Penelitian	54
3.5 Jadwal Penelitian	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Data Informan	60
4.2 Hasil penelitian	60
4.2.1 Keikutsertaan <i>Audience</i> Untuk Bergabung Dengan Komunitas Paramuda Indonesia.....	60
4.2.2 Keterbukaan Paramuda Indonesia Terkait <i>Campaign</i> Rekrutmen Yang Ditawarkan Kepada <i>Audience</i>	72
4.2.3 Percakapan <i>Audience</i> Untuk Bergabung Dengan Komunitas Paramuda Indonesia	84
4.2.4 Komunitas <i>Audience</i> Untuk Bergabung Dengan Komunitas Paramuda Indonesia	95

4.2.5	Menghubungkan Komunikasi <i>Audience</i> Untuk Bergabung Dengan Komunitas Paramuda Indonesia.....	104
4.3	Pembahasan.....	113
4.3.1	Keikutsertaan <i>Audience</i> Untuk Bergabung Dengan Komunitas Paramuda Indonesia.....	113
4.3.2	Keterbukaan Paramuda Indonesia Terkait <i>Campaign</i> Rekrutmen Yang Ditawarkan Kepada <i>Audience</i>	119
4.3.3	Percakapan <i>Audience</i> Untuk Bergabung Dengan Komunitas Paramuda Indonesia	124
4.3.4	Komunitas <i>Audience</i> Untuk Bergabung Dengan Komunitas Paramuda Indonesia	129
4.3.5	Menghubungkan Komunikasi <i>Audience</i> Untuk Bergabung Dengan Komunitas Paramuda Indonesia.....	135
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		141
5.1	Kesimpulan	141
5.2	Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA		147
LAMPIRAN		150