

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.4.1 Manfaat Teoritis	19
1.4.2 Manfaat Praktis	19
1.5 Kerangka Teori.....	20
1.5.1 Dramaturgi	20
1.5.2 Konsep <i>New Media</i>	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Eksistensi Manusia dan Teknologi Komunikasi Informasi	26
2.1.1 Eksistensi Secara Umum	26
2.1.2 Faktor-Faktor Mempengaruhi Eksistensi Diri Manusia.....	27
2.1.3 Ciri-Ciri Manusia yang Memiliki Eksistensi Diri	28
2.1.4 Pencapaian Eksistensi Diri	28
2.1.5 Hakikat Manusia Sebagai Pelaku Komunikasi	29

2.1.6 Eksistensi Teknologi Komunikasi Informasi	31
2.2 <i>Media Is The Extention Of Man</i>	32
2.3 Konsep Diri dan Presentasi Diri Dalam Media Sosial	33
2.3.1 Konsep Diri Dalam Komunikasi	34
2.3.2 Presentasi Diri Dalam Media Sosial.....	36
2.4 Pengelolaan Kesan (<i>Impression Management</i>).....	39
2.5 Media Sosial.....	41
2.6 Instagram.....	44
2.6.1 Penjelasan Konsep Instagram.....	44
2.7 <i>Computer Mediated Communication</i>	45
2.8 Kerangka Pemikiran.....	48
2.9 Penelitian Terdahulu	49
BAB III METODOLOGI	53
3.1 Jenis Penelitian.....	53
3.2 Jenis Data	56
3.3 Subyek dan Obyek Penelitian	57
3.3.1 Subyek Penelitian	57
3.3.2 Obyek Penelitian	58
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.5 Keabsahan Data.....	61
3.6 Teknik Analisis Data.....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Profil Informan.....	66
4.2 Hasil Penelitian	67
4.3 Panggung Depan	67
4.3.1 Penataan Panggung (<i>Setting</i>).....	68
4.3.2 Penampilan (<i>Appearance</i>)	96
4.3.3 Gaya Bertingkah-laku (<i>manner</i>).....	110
4.4 Panggung Belakang.....	118
4.4.1 Hal Yang Dilakukan Dibalik Layar Ketika Tidak Berperan Sebagai <i>Foodstagram Influencer</i>	119

4.4.2 Penampilan di Kehidupan Nyata.....	121
4.4.3 Peran Lingkungan Sekitar	123
4.5 Pembahasan.....	124
BAB V PENUTUP	141
5.1 Kesimpulan	141
5.2 Saran.....	143
DAFTAR PUSTAKA	145

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penggunaan Jumlah Tagar atau <i>Hashtag</i> di Instagram.....	4
Tabel 4.1 Profil Informan.....	66
Tabel 4.2 Pemetaan Dramaturgi Panggung Depan	129
Tabel 4.3 Pemetaan Dramaturgi Panggung Belakang.....	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan <i>Hastag #Foodstagram</i>	5
Gambar 1.2 Penggunaan <i>Hastag #Indonesiafood</i>	6
Gambar 1.3 Penggunaan <i>Hastag #jogjafoodie</i>	7
Gambar 1.4 Hasil Riset Berdasarkan Frekuensi dan Jenis Kelamin.....	8
Gambar 1.5 Hasil Riset Mencari Informasi Makanan Saat Jam Makan	9
Gambar 1.6 Hasil Riset Jenis Informasi yang Dicari.....	10
Gambar 1.7 Hasil Riset Dorongan Membeli / Mendatangi.....	11
Gambar 1.8 Hasil Riset Faktor yang Mempengaruhi.....	11
Gambar 1.9 <i>Foodstagram Influencer</i> Yogyakarta	12
Gambar 1.10 Dramaturgi <i>Foodstagram Influencer</i> Yogyakarta.....	17
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 3.1 Triangulasi Sumber	63
Gambar 4.1 Lokasi Pengambilan Foto atau Video	76
Gambar 4.2 Foto atau Video yang Menggugah Selera	83
Gambar 4.3 Akun Instagram Informan	95
Gambar 4.4 Gambar Situasi Foto atau Video	97
Gambar 4.5 Unggahan Foto & Video <i>Foodstagram Influencer</i>	101
Gambar 4.6 Kesan yang Ingin Ditampilkan.....	107
Gambar 4.7 Penggunaan Teks dan Emoticon	108
Gambar 4.8 Gimik dan Ekspresi Wajah.....	114
Gambar 4.9 Melakukan Interaksi	116