

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	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Kerangka Teori	12
1.5.1 New Media	12
1.5.2 Instagram sebagai media baru dan media sosial	17
1.5.3 CMC (Computer Metiated Communication).....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	

2.1 Media Sosial	24
2.2 Instagram Sebagai Media Sosial Yang Kekinian	
2.3 Penelitian Terdahulu.....	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Unit Analisis.....	46
3.3 Populasi dan Sampel	49
3.4 Sumber Data.....	50
3.4.1 Data Primer.....	50
3.4.2 Data Sekunder	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	51
3.6.1 Definisi Konsep.....	51
3.6.2 Definisi Operasional.....	54
3.7 Objek Penelitian	61
3.8 Subjek Penelitian.....	62
3.9 Teknik Analisis Data	62
3.10 Teknik Keabsahan Data.....	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Instagram.....	65
4.2 Analisis dan Hasil Penelitian.....	68
4.3 Hasil Pembahasan.....	85

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan..... 91

5.2 Saran..... 93

DAFTAR PUSTAKA