

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Kerangka Pemikiran.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	17
2.1. Model Komunikasi Transaksional .....	17
2.2. Persepsi .....	21
2.3. Media Sosial.....	26
2.4. Terpaan Media Sosial.....	28
2.5. Penelitian Terdahulu .....	36
BAB III METODE PENELITIAN .....	39
3.1. Jenis Penelitian.....	39
3.2. Subjek dan Objek Penelitian .....	40
3.3. Sumber Data.....	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5. Teknik Analisis Data.....	43
3.6. Uji Keabsahan .....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	48
4.1. Gambaran Umum Tentang Akun @Panoramamagelang.....	48
4.2. Hasil Penelitian .....	51
4.3. Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	83
5.1. Kesimpulan .....	83
5.2. Saran .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN.....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung Obyek Wisata di Kabupaten Magelang Periode2016-2021 .....	3
Tabel 4.1 Deskripsi Profil Informan .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Model Komunikasi Transaksional .....	10
Gambar 4.1. Postingan Tempat Wisata @Panoramamagelang... ..	46
Gambar 4.2 Postingan Akun Rekomendasi Penginapan @panoramamagelang...47	