

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Batasan Masalah	15
D. Tujuan Penelitian	15
E. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Landasan Teori.....	17
B. Landasan Konseptual	22
C. Penelitian Sebelumnya.....	25
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS.....	28
A. Metode Penelitian	28
B. Metode Analisis	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Hasil Penelitian.....	43

B. Pembahasan	62
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Unggahan Komunitas “MARAH MARAH”	9
Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Daftar Informan.....	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial.....	2
Gambar 1. 2 X: <i>Advertising Audience Profile</i>	3
Gambar 1. 3 Hierarki Kebutuhan Maslow	5
Gambar 1. 4 Unggahan akun @georgelhopsfull.....	9
Gambar 1. 5 Unggahan akun @kelassebelahnf.....	9
Gambar 1. 6 Unggahan akun @sanhualangc	9
Gambar 1. 7 Unggahan akun @mjlaikat.....	10
Gambar 1. 8 Unggahan akun @poyayaw.....	10
Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3. 2 Analisis Data Miles dan Huberman	41
Gambar 4. 1 Komunitas “MARAH MARAH”	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kartu Bimbingan Pembimbing 1
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan Pembimbing 2
- Lampiran 3. Hasil Wawancara Informan 1, AD
- Lampiran 4. Hasil Wawancara Informan 2, ME
- Lampiran 5. Hasil Wawancara Informan 3, RS
- Lampiran 6. Hasil Wawancara Informan 4, AB
- Lampiran 7. Hasil Wawancara Informan 5, AN
- Lampiran 8. Hasil Wawancara Informan 6, MN
- Lampiran 9. Hasil Wawancara Informan 7, RN
- Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian

