

DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Rumusan Masalah	18
1.4. Tujuan Penelitian.....	18
1.5. Kegunaan Penelitian.....	19
1.6. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II	22
OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN	22
2.1. Objek Penelitian	22
2.2. Subjek Penelitian	23
BAB III.....	27
TINJAUAN PUSTAKA	27
3.1 Komunikasi.....	27
3.1.1 Komunikasi Verbal dan Non Verbal	29
3.1.1.1 Komunikasi Verbal.....	29
3.1.1.2 Komunikasi Non-verbal	31
3.1.2 Komunikasi Massa	32

3.2 Media Baru	33
3.2.1 Media Sosial	36
3.2.2 Instagram	38
3.3 Teori Pengelolaan Kesan.....	43
3.4 Teori Dramaturgi.....	48
3.4.1 Panggung Depan (Front Stage)	51
3.4.2 Panggung Belakang (<i>Back Stage</i>)	53
BAB IV	54
METODOLOGI PENELITIAN	54
4.1 Pendekatan Penelitian.....	54
4.2 Metode Penelitian.....	56
4.3 Metode Pengumpulan Data	57
4.4 Unit Analisis.....	61
4.5 Uji Keabsahan Data.....	61
4.5 Teknik Analisa Data.....	62
BAB V.....	64
HASIL DAN PEMBAHASAN	64
5.1 Hasil Penelitian.....	64
5.2 Pembahasan.....	73
5.2.1 Impression Management Process - Stereotyping	73
5.2.2 Impression Management Process - Implicit Personality	77
5.2.3 Impression Management Process - Atribusi.....	81
5.2.4 Impression Management Strategy - <i>Ingratiation</i>	84
5.2.5 Impression Management Strategy - Self Promotion	88
5.2.6 Impression Management Strategy – Exemplification	95
5.2.7 Impression Management Strategy – Intimidation	99
5.2.8 Impression Management Strategy – Supplication.....	103
5.2.9 Dramaturgi - Front Stage.....	106
5.2.10 Dramaturgi - Back Stage	111
BAB VI.....	115
KESIMPULAN DAN SARAN	115
6.1 Kesimpulan.....	115
6.2 Saran.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna harian Instagram.....	3
Gambar 1.2 Rentan usia pengguna Instagram di seluruh dunia.....	3
Gambar 1.3 Teori hierarki kebutuhan maslow	5
Gambar 1.4 Teori Hierarki kebutuhan maslow.....	10
Gambar 1.5 Teori Hierarki kebutuhan maslow.....	11
Gambar 1.6 Akun Instagram Gaby Wijaya.....	13
Gambar 1.7 Konten Pada Akun Instagram Gaby Wijaya	13
Gambar 1.8 Kerja sama Gaby Wijaya dengan Guardian Indonesia.....	14
Gambar 1.9 Kerja sama Gaby Wijaya dengan Perusahaan MS Slim.....	15
Gambar 1.10 Teori Hierarki kebutuhan maslow	16
Gambar 1.11 Kerjasama Gaby dengan Perusahaan Game Online PUBG	17
Gambar 5.1 Akun Instagram Gaby Wijaya.....	75
Gambar 5.2 Dua Konten Unggahan Instagram Gaby Wijaya.....	80
Gambar 5.3 Unggahan Akun Instagram Gaby Wijaya	86
Gambar 5.4 Kumpulan foto Gaby Wijaya dalam akun Instagram.....	92
Gambar 5.5 Kumpulan Unggahan Prestasi Gaby Wijaya Pada Story Instagram ..	94
Gambar 5.6 Kumpulan Unggahan Story Gaby Wijaya	98
Gambar 5.7 Unggahan Foto dan Komentar Pada Instagram Gaby Wijaya	101
Gambar 5.8 Unggahan story Instagram Gaby Wijaya	105

Gambar 5.9 Dokumentasi Halloween Party Gaby Wijaya Bersama Teman113



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A

Transkrip Wawancara Key Informan W.....	A-1
Transkrip Wawancara Informan JS	A-38
Transkrip Wawancara Informan KA	A-50
Transkrip Wawancara Informan GW.....	A-68
Transkrip Wawancara Informan K.....	A-95
Open Coding Interview W	A-110
Open Coding Interview JS	A-185
Open Coding Interview KA.....	A-206
Open Coding Interview GW.....	A-240
Open Coding Interview K	A-288
Axial Coding	A-316

Lampiran B

TURNITIN.....	B-1
LEMBAR MONITORING	B-2
CV	B-3