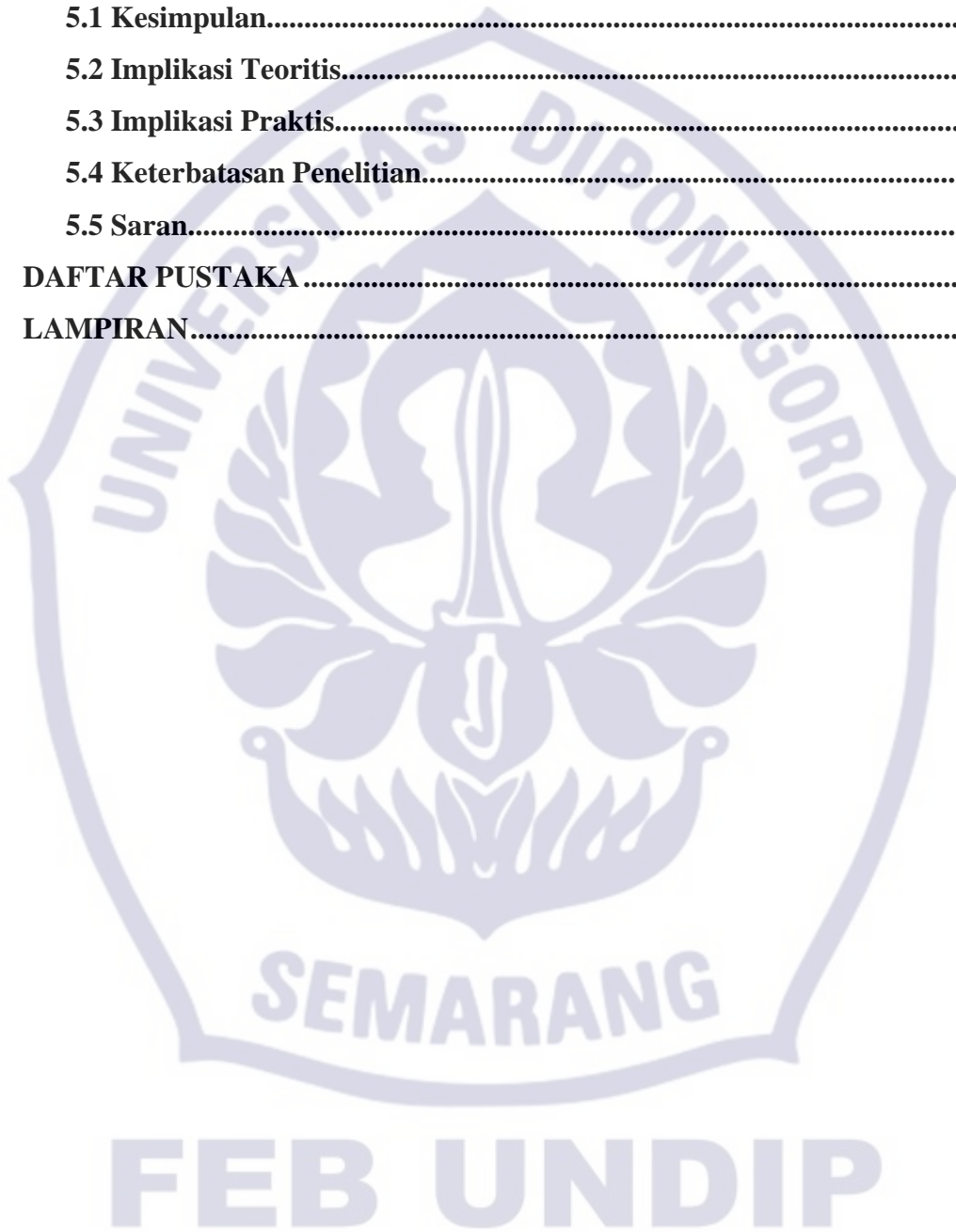


DAFTAR ISI

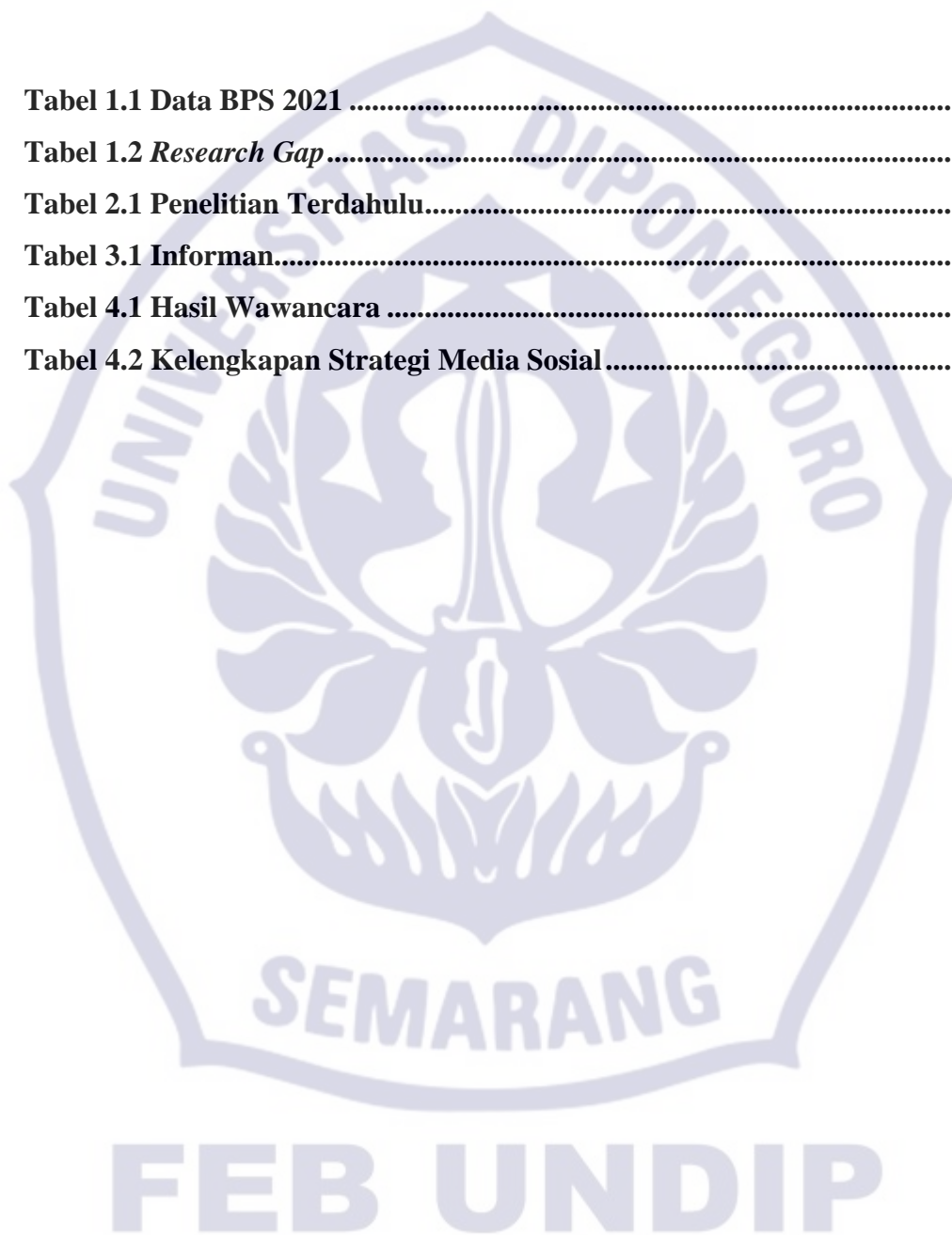
LEMBAR JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
4.1 Latar Belakang	1
4.2 Rumusan Masalah	11
4.3 Tujuan Penelitian	11
4.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Telaah Teori	13
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Alur Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Desain Penelitian	29
3.3 Unit Analisis dan Level Analisis	30
3.4 Jenis dan Sumber Data	31
3.5 Informan	31
3.6 Metode Pengumpulan Data	32
3.7 Teknik Analisis	33
3.8 Keterpercayaan dan Keautentikan	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39

4.1 Hasil Penelitian.....	39
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Implikasi Teoritis.....	70
5.3 Implikasi Praktis.....	70
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	71
5.5 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data BPS 2021	2
Tabel 1.2 <i>Research Gap</i>	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Informan.....	32
Tabel 4.1 Hasil Wawancara	41
Tabel 4.2 Kelengkapan Strategi Media Sosial.....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Penelitian	28
Gambar 3.1 Model Analisis Data.....	33
Gambar 3.1 <i>Target Audience</i>	44
Gambar 3.1 <i>Channel Choice</i>	47
Gambar 3.1 <i>Resources</i>	49
Gambar 3.1 <i>Policies</i>	52
Gambar 3.1 <i>Monitoring</i>	55
Gambar 3.1 <i>Content Activities</i>	59
Gambar 3.1 <i>The Social Strategy Cone</i>	62
Gambar 3.1 Penghambat.....	65
Gambar 3.1 Pendorong.....	67

SEMARANG
FEB UNDIP