

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
BIODATA SINGKAT PENULIS	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Pokok Permasalahan	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Signifikansi Penelitian	7
I. Signifikansi Teoritis	7
II. Signifikansi Praktis	7
E. Keterbatasan Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Komunikasi Politik	9
B. Media Komunikasi Politik	9
I. Instagram sebagai media komunikasi politik	9
II. Partisipasi dan Ekspresi Politik Melalui Media Sosial	11
C. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik	13
D. Persepsi	17

E. Teori <i>New Media</i> dalam Pemanfaatan Media Sosial	20
F. Penelitian Terdahulu	23
G. Kerangka Konsep	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	27
B. Metode penelitian	28
C. Sifat penelitian	29
D. Deskripsi Konsep	30
E. Unit Analisis	31
F. Informan dan Sumber Informasi	31
G. Teknik Pengumpulan Data	33
H. Teknik Analisa Data	37
I. Uji Kesahihan atau Keabsahan Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	41
I. Profil Informan	43
II. Alasan penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	47
III. Peluang Penyajian Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik	50
B. Pembahasan	
1. Keberhasilan Pemanfaatan Media Sosial <i>Instagram</i> Walikota Tangerang Arief Wismansyah	86
2. Persepsi Masyarakat Terhadap Media Sosial Walikota Tangerang Arief Wismansyah	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	97
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	104