



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I.....	1
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	6
3. Tujuan Penelitian	7
4. Manfaat Penelitian	7
5. Kajian Pustaka.....	8



6.	Kerangka Teori	11
7.	Metode Penelitian	15
7.1	Subjek Penelitian.....	17
7.2	Sumber Data.....	18
7.3	Teknik Pengumpulan Data.....	19
7.4	Teknik Analisis Data.....	22
BAB II.....		25
1.	Klasifikasi Penggunaan Platform Media Sosial (Instagram, Twitter, dan LinkedIn).....	25
1.1	Instagram.....	30
1.2	Twitter	32
1.3	LinkedIn	35
2.	Dinamika Media Sosial, Pergeseran Konten dan <i>Audience</i>	37
2.1	Pergeseran ‘Genre’ Konten	51
2.2	Pergeseran ‘ <i>Imagined Audience</i> ’	53
BAB III		55
1.	Respons <i>Fresh Graduate</i> ketika Melihat Kembali Personal Data Historis di Media Sosial.....	56
1.1	Emosi Negatif	59
1.2	Emosi Netral	69
1.3	Emosi Positif	72



2.	Strategi bagi <i>Fresh Graduate</i> dalam Memperlakukan Personal Data Historis	
		76
2.1	Upaya Membersihkan Personal Data Historis	77
2.2	Upaya Menampilkan Personal Data Historis	87
BAB IV		92
1.	<i>Self-Tracking</i> sebagai Sarana Melihat dan Mengenang Kembali Proses Tumbuh	93
1.1	<i>Virtual Diary</i> : “Saya Pernah di Titik Itu”	96
1.2	Refleksi Diri	106
2.	Praktik <i>Self-Tracking</i> dalam Pembentukan Identitas Diri (<i>self-hood</i>) <i>Fresh Graduate</i>	113
2.1	<i>Self-Tracking</i> sebagai Upaya Monitoring Perilaku <i>Fresh Graduate</i>	115
2.2	<i>Self-Tracking</i> sebagai Upaya Mencari Identitas Diri (<i>self-hood</i>) ...	126
BAB V.....		137
1.	Kesimpulan	137
2.	Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA		146