

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Media Sosial.....	6
2.1.1 Definisi Media Sosial.....	6
2.1.2 Karakteristik Media Sosial.....	7
2.1.3 Jenis Media Sosial.....	8
2.1.4 Media Sosial Instagram.....	9
2.1.5 Kampanye di Media Sosial.....	10
2.2 <i>Influencer</i>	12
2.2.1 Definisi <i>Influencer</i>	12
2.2.2 Kolaborasi <i>Influencer</i>	14
2.3 Aktivisme Digital.....	16
2.3.1 Hierarki Aktivisme Digital.....	17
2.4 Penelitian Terdahulu.....	22
2.5 Kerangka Penelitian.....	24
III. METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Metode Dasar.....	27
3.2 Objek Penelitian.....	28
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.2.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
3.2.3 Informan.....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.3.1 Data Primer.....	31
3.3.2 Data Sekunder.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4.1 Wawancara Mendalam.....	32
3.4.2 Kuesioner/angket.....	32



3.4.3 Studi Literatur.....	32
3.5 Batasan Masalah.....	33
3.6 Definisi Operasional.....	33
3.7 Metode Analisis Data.....	34
3.7.1 Analisis Konten Instagram.....	35
3.7.2 Tabulasi Silang (<i>Cross Tabulation</i>).....	35
3.7.3 Pengambilan Keputusan.....	36
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	37
4.1 Profil Biro Komunikasi dan Layanan Informasi.....	37
4.2 Instagram Kementerian Pertanian @kementerianpertanian.....	39
V. KARAKTERISTIK PENONTON KAMPANYE “MUDA BERTANI” DI INSTAGRAM @kementerianpertanian.....	54
5.1 Jenis Kelamin.....	54
5.2 Usia.....	55
5.3 Tingkat Pendidikan.....	56
5.4 Jenis Pekerjaan.....	57
VI. KEBERLANJUTAN KAMPANYE PERTANIAN.....	58
6.1 Respons Penonton Terhadap Kampanye.....	58
6.2 Kampanye “Muda Bertani”.....	58
6.2.1 Keberlanjutan Kampanye “Muda Bertani” Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	59
6.2.2 Keberlanjutan Kampanye “Muda Bertani” Berdasarkan Usia Responden.....	61
6.2.3 Keberlanjutan Kampanye “Muda Bertani” Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden....	63
6.2.4 Keberlanjutan Kampanye “Muda Bertani” Berdasarkan Jenis Pekerjaan Responden.....	65
6.3 Keefektifan Kampanye “Muda Bertani”.....	68
VII. KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
7.1 Kesimpulan.....	70
7.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	79