

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Edukasi Lingkungan.....	6
2.1.2 <i>Urban Farming</i>	6
2.1.3 Media Sosial	8
2.1.4 Instagram	9
2.1.5 <i>Content Series</i>	11
2.1.6 Semiotika.....	12
2.2 Justifikasi Penelitian.....	17
2.3 Kerangka Berpikir.....	20
BAB III. METODE PENELITIAN	22
3.1 Metode Penelitian.....	22
3.2 Jenis dan Sumber Data	22
3.3 Teknik Pengumpulan Data	23
3.4 Pembatasan Masalah	24
3.5 Definisi Operasional.....	25
3.6 Uji Keabsahan Data.....	27

3.7 Metode Analisis Data	28
BAB IV. PROFIL UMUM PERUSAHAAN KEBUN KUMARA DAN INSTAGRAM @KEBUNKUMARA	30
4.1 Profil Perusahaan Kebun Kumara	30
4.2 Akun Instagram @kebunkumara	32
4.3 Distribusi Konten Instagram @kebunkumara	33
BAB V. ANALISIS SEMIOTIKA SOSIAL PADA KONTEN INSTAGRAM @KEBUNKUMARA	36
5.1 Analisis Semiotika Sosial Konten <i>Carousel</i>	37
5.2 Analisis Semiotika Sosial Konten <i>Reels</i>	49
BAB VI. REPRESENTASI SEMIOTIKA SOSIAL PADA KONTEN EDUKASI LINGKUNGAN DAN <i>URBAN FARMING</i>	58
6.1 Makna Representasional	59
6.2 Makna Interaksional	62
6.3 Makna Komposisional	65
BAB VII. REPRESENTASI EDUKASI LINGKUNGAN DAN <i>URBAN FARMING</i> SERTA MANFAAT SEMIOTIKA SOSIAL PADA INSTAGRAM @KEBUNKUMARA	70
7.1 Representasi Edukasi Lingkungan dan <i>Urban Farming</i>	70
7.2 Manfaat Semiotika Sosial pada Instagram @kebunkumara	71
BAB VIII. KESIMPULAN DAN SARAN	74
8.1 Kesimpulan	74
8.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77