

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kebaruan Penelitian	9
F. Sistematika Pembagian Bab.....	11
BAB II LANDASAN TEORITIS DAN KONSEPTUAL MANAJEMEN MEDIA SOSIAL DAN EDUKASI LITERASI DIGITAL	12
A. Kerangka Teori.....	12
1. Lanskap Literasi Digital di Indonesia	12
a. Literasi Digital	12
b. Transformasi Digital dan Literasi Digital di Indonesia	13
2. Penggunaan Media Sosial Organisasi untuk Edukasi dan Diseminasi Informasi.....	19
a. Media Sosial Organisasi	19
b. Konten Edukasi oleh Pusat Kajian di Media Sosial.....	22
3. Manajemen Konten Media Sosial	25
a. Manajemen Strategis: Penentuan sumber daya dan identitas konten	27
b. Manajemen Operasional: Formulasi dan produksi konten	29
c. Manajemen Operasional: Distribusi dan evaluasi konten.....	30
B. Kerangka Konsep	31
BAB III METODOLOGI.....	36
A. Metode Penelitian.....	36

B.	Objek Penelitian	36
C.	Informan Penelitian	37
D.	Teknik Pengumpulan Data	38
1.	Wawancara	38
2.	Observasi	39
3.	Studi Dokumen	40
E.	Teknik Analisis Data	40
F.	Teknik Validasi Data	41
G.	Limitasi Penelitian	41
BAB IV MANAJEMEN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @CfDS_UGM DAN TIKTOK @DIGITALSOCIETY.ID OLEH CENTER FOR DIGITAL SOCIETY UNTUK EDUKASI LITERASI DIGITAL		42
A.	Manajemen Konten Media Sosial oleh CfDS pada Akun Instagram dan TikTok	43
1.	Manajemen Strategis: Penentuan sumber daya dan identitas konten	46
a.	Penentuan sumber daya internal	48
b.	Penentuan identitas konten	53
i.	Panduan (<i>guidelines</i>)	54
ii.	Jenis saluran media	58
iii.	Kata kunci dan elemen simbolik	60
2.	Manajemen Operasional: Formulasi dan produksi konten	64
a.	Topik (<i>Topic</i>)	68
b.	<i>Tone</i> (Gaya)	74
c.	<i>Source</i> (sumber informasi)	78
d.	<i>Message</i> (pesan)	87
e.	<i>Format</i> (bentuk penyajian konten)	92
f.	<i>Communication-mix</i> (kolaborasi elemen-elemen komunikasi)	98
3.	Manajemen Operasional: Distribusi dan evaluasi konten	100
a.	Publikasi konten media sosial	100
b.	Pemantauan dan evaluasi konten media sosial	102
B.	Ruang Lingkup Edukasi Literasi Digital pada Media Sosial Instagram dan TikTok @cfds_ugm	106
1.	<i>Digital Safety</i>	106

2. <i>Digital Ethics</i>	111
3. <i>Digital Culture</i>	115
4. <i>Digital Skills</i>	119
C. Analisis dan Dinamika Manajemen Konten pada Akun Instagram dan TikTok CfDS untuk Edukasi Literasi Digital di Media Sosial	123
BAB V PENUTUP	132
A. Kesimpulan.....	132
B. Saran.....	135
Daftar Pustaka	138
LAMPIRAN	147