

Daftar Isi

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	x
ABSTRACT	xii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Pemikiran.....	5
F. Kerangka Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	9
G. Metodologi Penelitian	15
1. Pendekatan Penelitian.....	15
2. Metode Penelitian	16
3. Objek Penelitian	17
4. Teknik Pengumpulan Data	18
5. Teknis Analisis Data	19
BAB II POLA KOMUNIKASI SEBAGAI SEBUAH STRATEGI.....	20
2.1 Pengertian Pola Komunikasi melalui Konsep Framing.....	20
2.1.1 Frame dan realitas	22
2.1.2 Mobilisasi massa.....	24
2.2 Merumuskan Strategi Komunikasi	26
2.2.1 Desain strategi.....	33
2.2.2 Penerapan dan perencanaan Strategi Komunikasi	37
2.2.2 Perencanaan Strategi Komunikasi	44
BAB III MEDIA SOSIAL DAN DINAMIKA PERKEMBANGAN AKUN INSTAGRAM @lambe_turah	45
3.1 Sejarah dan Jenis Media Sosial	45
3.1.1 Sejarah Media Sosial	45
3.1.2 Jenis Media Sosial	48
3.2 Dinamika Perkembangan Instagram Lambe Turah	59
3.2.1 Sejarah Instagram Lambe Turah.....	59

3.2.2 Ragam Konten Instagram Lambe Turah.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN (Diskripsi Ragam Konten Melalui Unggahan Akun Instagram @lambe_turah)	63
A. PEMBAHASAN	63
1. Konten Isu Selebritas Lokal	64
2. Konten Isu Selebritas Mancanegara	67
3. Konten Dukungan Politik/Agenda Pemerintahan	68
4. Konten Layanan Sosial (donasi bencana alam).....	70
5. Konten Iklan penjualan produk	72
6. Konten Foto dan video seksual.....	73
7. Konten Isu keagamaan (spiritual).....	75
8. Konten Promosi karya selebritas (album lagu ataupun film)	76
9. Konten lain-lain (di luar dari ke-8 konten di atas)	78
B. TEMUAN PENELITIAN	80
1. Konten yang dinilai Sukses	80
2. Konten yang dinilai Tidak Sukses.....	87
BAB V PENUTUP.....	91
A. KESIMPULAN	91
B. SARAN	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar

Gambar 2.1 Salah satu komentar yang menunjukkan eksistensi Lambe Turah.....	39
Gambar 2.2 Penyebaran program bantuan yang bekerjasama dengan perusahaan swasta.....	40
Gambar 2.3 Konten mengucapkan kebahagiaan bagi selebritas yang menikah.....	41
Gambar 2.4 Unggahan lambe_turah yang menyatakan belasungkawa	42
Gambar 2.5 Komentar-komentar oleh warga net.....	43
Gambar 3.1 Platform Media Sosial.....	49
Gambar 3.2 Akun Instagram @lambe_turah.....	59
Gambar 3.3 Akun serupa Lambe Turah.....	61
Gambar 4.1 Contoh konten isu selebritas lokal yang sedang hangat diperbincangkan.....	65
Gambar 4.2 <i>Caption</i> yang disertakan memicu pandangan <i>followers</i> untuk berspekulasi negatif dengan kalimat yang tersirat “ <i>semoga ga ada yang babak belur</i> ”	66
Gambar 4.3 Berita terkait orang asing (mancanegara) yang ada di Indonesia.....	67
Gambar 4.4 Salah satu konten selebritas mancanegara yang diunggah oleh lambe-turah....	68
Gambar 4.5 Contoh konten terkait pemerintah dan dukungan nasionalisme.....	70
Gambar 4.6 Contoh konten tentang informasi bencana yang terjadi.....	71
Gambar 4.7 Salah satu contoh iklan produk melalui fitur <i>instastory</i> lambe_turah.....	72
Gambar 4. 8 Konten iklan produk yang ditawarkan melalui unggahannya.....	73
Gambar 4.9 Konten yang menayangkan video yang bersifat negatif, selebritas ini melakukan hal tidak pantas namun lambe_turah tetap mengunggahnya.....	74
Gambar 4.10 Konten pornografi ini memperlihatkan seorang selebritas.....	75
Gambar 4.11 Contoh konten yang mengangkat isu tokoh keagamaan.....	76
Gambar 4.12 Salah satu contoh konten promosi karya lagu (konser).....	77
Gambar 4.13 Salah satu contoh konten promosi karya film terbaru.....	78
Gambar 4.14 Salah satu konten yang diambil oleh sumber berita online bukan asli dari akun Instagram lambe_turah.....	79

Tabel

Tabel 1.1 Operasionalisasi konsep.....	9
Tabel 1.2 Kategorisasi Konten.....	12
Tabel 1.3 Perbedaan jumlah followers akun instagram.....	13
Tabel 1.4 Indikator dimensi konten.....	15
Tabel 2.1 Pemaknaan Framing terhadap realitas peristiwa.....	23
Tabel 2.2 Aspek yang dipakai untuk membuat dimensi dari konstruksi berita.....	25
Tabel 2.3 Langkah-langkah desain strategi.....	33
Tabel 4.1 Kategori Konten (foto) <i>likes</i> terbanyak.....	82
Tabel 4.2 Kategori Konten (video) <i>likes</i> terbanyak.....	85
Tabel 4.3 Kategori Konten (foto) <i>comment</i> terbanyak.....	85
Tabel 4.4 Kategori Konten (video) <i>comment</i> terbanyak.....	86
Tabel 4.5 Kategori Konten (foto) <i>likes</i> tersedikit.....	87
Tabel 4.6 Kategori Konten (video) <i>likes</i> tersedikit.....	87
Tabel 4.7 Kategori Konten (foto) <i>comment</i> tersedikit.....	88
Tabel 4.8 Kategori Konten (video) <i>comment</i> tersedikit.....	88