

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|-----|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAK | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3 Fokus Penelitian | 8 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis..... | 9 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis | 9 |
| 1.6 Tahapan Penelitian | 10 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 12 |
| 2.1 Komunikasi dalam Media Baru..... | 12 |
| 2.2 Media Baru | 14 |
| 2.3 Media Sosial | 15 |
| 2.4 Instagram | 17 |
| 2.5 Generasi <i>Millennial</i> | 18 |

| | | |
|--|---|----|
| 2.6 | Konstruksi Identitas..... | 21 |
| 2.7 | Interaksi Simbolik | 22 |
| 2.8 | Dramaturgi Erving Goffman | 24 |
| 2.9 | Kerangka Pemikiran | 27 |
| 2.10 | Penelitian Terdahulu..... | 28 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 38 |
| 3.1 | Paradigma Penelitian | 38 |
| 3.2 | Metode Penelitian..... | 39 |
| 3.3 | Subjek & Objek Penelitian | 40 |
| 3.3.1 | Subjek Penelitian | 40 |
| 3.3.2 | Objek Penelitian..... | 41 |
| 3.4 | Definisi Konsep..... | 41 |
| 3.5 | Unit Analisis..... | 42 |
| 3.6 | Informan Penelitian | 42 |
| 3.7 | Teknik Pengumpulan Data | 46 |
| 3.7.1 | Wawancara..... | 46 |
| 3.7.2 | Observasi | 46 |
| 3.7.3 | Dokumentasi | 46 |
| 3.7.4 | Tinjauan Literatur | 46 |
| 3.8 | Teknik Analisis Data | 47 |
| 3.9 | Teknik Keabsahan Data..... | 47 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 49 |
| 4.1 | Hasil Penelitian..... | 49 |
| 4.1.1 | Karakteristik Informan..... | 49 |
| 4.2 | <i>Significant Statement</i> dan Penelusuran Tema..... | 51 |
| 4.2.1 | Aktivitas Generasi <i>Millennial</i> di Instagram..... | 52 |
| 4.2.2 | Panggung Sandiwara Generasi <i>Millennial</i> di Instagram..... | 57 |

| | | |
|--------------------------------|--|----|
| 4.2.3 | Konstruksi Identitas Generasi <i>Millennial</i> di Instagram | 67 |
| 4.2.4 | Hasil Observasi | 71 |
| 4.3 | Pembahasan | 77 |
| 4.3.1 | Panggung Sandiwara Generasi <i>Millennial</i> di Instagram..... | 77 |
| 4.3.2 | Interaksi Simbolik dalam Aktivitas Generasi <i>Millennial</i> di Instagram | 82 |
| 4.3.3 | Konstruksi Identitas Generasi <i>Millennial</i> di Instagram | 85 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | | 87 |
| 5.1 | Simpulan..... | 87 |
| 5.1.1 | Bagaimana Generasi <i>Millennial</i> di Kota Bandung Mengkonstruksikan Identitas dalam Media Sosial Instagram melalui <i>Front Stage</i> (panggung depan) menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman..... | 87 |
| 5.1.2 | Bagaimana Generasi <i>Millennial</i> di Kota Bandung Mengkonstruksikan Identitas di Media Sosial Instagram melalui <i>Back Stage</i> (panggung belakang) menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman | 88 |
| 5.2 | Saran | 89 |
| 5.2.1 | Saran Akademis | 89 |
| 5.2.2 | Saran Praktis | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 90 |
| LAMPIRAN | | 93 |