

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademik	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
1.5.1 Lokasi Penelitian	9
1.5.2 Waktu Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Komunikasi Massa	11
2.2 Computer Mediated Communication (CMC)	12
2.3 Media Baru.....	13
2.4 Media Sosial.....	14

2.5 Konstruksi Realitas Media	17
2.6 Analisis Wacana Kritis.....	20
2.7 Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough	22
2.8 Penelitian Terdahulu	28
2.9 Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Metode Penelitian.....	38
3.1.1 Objek Penelitian	39
3.2 Metode Pengumpulan Data	39
3.2.1 Data Primer.....	40
3.2.2 Data Sekunder.....	40
3.2.3 Unit Analisis	40
3.3 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	42
3.3.1 Metode Analisis.....	43
3.3.2 Metode Penjagaan Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	45
4.2 Pembahasan.....	104
BAB V PENUTUP.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	107
5.2.1 Saran Akademis.....	107
5.2.2 Saran Praktis	107
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN 1 CEK ITHENTICATE.....	114

**LAMPIRAN II POSTINGAN KONTEN TIKTOK PANDAWARAGROUP PERIODE
AGUSTUS – OKTOBER115**