

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....	11
2.1 Netnografi .....	11
2.2 Media Sosial dan Computer Mediated Communication.....	12
2.3 Media Sosial <i>X</i> .....	15
2.2.1 Fungsi dan Keuntungan Media Sosial.....	18
2.4 <i>Charity</i> .....	21
2.5 E-WOM ( <i>Electronic Word of Mouth</i> ).....	22
2.5.1 Indikator e-Wom ( <i>Electronic Word of Mouth</i> ).....	23
2.6 Penelitian Terdahulu .....	23

2.7	Kerangka Pemikiran.....	32
BAB II	METODE PENELITIAN .....	35
3.1	Paradigma Penelitian .....	35
3.2	Metode Penelitian .....	36
3.3	Unit Analisis .....	37
3.4	Informan Penelitian.....	39
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6	Teknis Analisis Data .....	41
BAB 4	Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	43
4.1	Fenomena <i>Charity</i> yang dilakukan Army Indonesia di X .....	43
4.1.1	Analisis Konten Menggunakan Netnografi.....	49
4.1.2	Analisis Data menggunakan Nvivo.....	59
4.1.3	Analisis interaksi dan pola komunikasi dalam melakukan kegiatan <i>charity</i> untuk mengeksplorasi dinamika interaksi di antara anggota ARMY di media sosial X dan bagaimana Army melakukan berkomunikasi dalam menjalankan kegiatan <i>charity</i> .....	61
4.2	Pembahasan.....	68
4.2.1	Pemanfaatan Media Sosial untuk <i>Charity</i> .....	68
4.2.2	Dinamika Interaksi Komunikasi Army Indonesia .....	69
4.2.3	Peran e-Wom dalam Meningkatkan Efektivitas <i>Charity</i> ARMY di Media Sosial X .....	69
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1	Kesimpulan .....	71
5.2	Saran .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....		73