

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Akademis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teoritis.....	11
2.1.1. Digital Storytelling	11
2.2 Landasan Konseptual	12
2.2.1. Pesan Sebagai Bagian dari Komunikasi	12
2.2.1. Storytelling.....	13
2.2.2. Konten Media Sosial.....	15
2.2.3. Fitur-Fitur Instagram.....	16
2.2.4. Crowdfunding	17
2.3 Penelitian Terdahulu	18
2.3.1. Jurnal Nasional Terdahulu	18
2.3.2. Jurnal Internasional Terdahulu	23

2.4 Kerangka Pemikiran	27
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	30
3.3.1. Subjek Penelitian	30
3.3.2. Objek Penelitian.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4.1 Data Primer	31
3.4.2 Data Sekunder	31
3.5 Teknik Pemilihan Informan	32
3.6 Teknik Analisis Data	33
3.7 Teknik Keabsahan Data	35
BAB IV	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Karakteristik Informan.....	36
4.2 Hasil Penelitian	38
4.3 Pembahasan	54
4.3.1 Storytelling sebagai Pilar Komunikasi Kitabisa	55
4.3.2 Eksplorasi Karakter dalam Kampanye Berbasis Storytelling Kitabisa	56
4.3.3 Peran Konflik dan Tujuan dalam Narasi Kampanye Penggalangan Dana	60
4.3.4 Resolusi Sebagai Penutup Cerita	61
4.3.5 Menyusun Konten Kampanye Penggalangan Dana berbasis Storytelling.....	61
BAB V	68
KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
5.2.1 Saran Akademis	69

5.2.2	Saran Praktis	70
-------	---------------------	----