

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Waktu Penelitian	8
1.6 Sistematika Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1 1 <i>Mass – Self Communication</i>	12
2.1 2 <i>New Media</i>	13
2.1 3 Instagram	13
2.1 4 <i>Second Account</i> Instagram	14
2.1 5 Komunikasi Interpersonal	15
2.1 6 <i>Communication Privacy Management Theory</i>	16
2.1 7 Generasi Z.....	19
2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian.....	37
3.1.1 Metode Penelitian	37
3.1.2 Paradigma Penelitian.....	38
3.1.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	38
3.1.4 Waktu dan Lokasi	39
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	40

3.2.1 Unit Analisis Penelitian.....	40
3.2.2 Informan Penelitian.....	40
3.2.3 Pengumpulan Data	44
3.3 Metode Analisis dan Keabsahan Data	45
3.3.1 Teknik Analisis Data.....	45
3.3.2 Teknik Keabsahan Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Karakteristik Informan.....	48
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Informasi Privat	53
4.2.2 Batasan Privat (Private Boundaries)	58
4.2.3 Kontrol Kepemilikan.....	63
4.2.4 Sistem Manajemen berdasarkan Aturan.....	68
4.2.5 Dialektika Management	73
4.2.6 <i>Privacy Ownership</i>	79
4.2.7 <i>Privacy Control</i>	86
4.2.8 <i>Privacy Turbulence</i>	91
4.3 Pembahasan.....	96
BAB V PENUTUP	108
5.1 Simpulan	108
5.2 Saran	109
5.2.1 Saran Teoritis.....	109
5.2.2 Saran Praktis	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN	116