

DAFTAR ISI

Cover

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Public Relations	13
2.3 <i>Reception Anlysis</i> (Analisis Resepsi)	14
2.4 Proses <i>Encoding-Decoding Audience</i> Stuart Hall.....	17
2.5 <i>New media</i>	19
2.5.1 Pengertian <i>New media</i>	19
2.5.2 Pandangan <i>New media</i>	22
2.5.3 Manfaat <i>New media</i>	22
2.5.4 Karakteristik <i>New Media</i>	23
2.6 Media Sosial.....	23
2.6.1 Pengertian Media Sosial.....	23

2.7	<i>Instagram</i>	25
2.8	Fashion hijab	29
BAB III		31
METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1	Paradigma Penelitian	31
3.2	Tipe Penelitian	31
3.3	Metode Penelitian.....	32
3.4	Subyek Penelitian	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data	34
3.5.1	Data Primer	35
3.5.2	Data Sekunder	37
3.6	Teknik Analisis Data	37
3.7	Uji Keabsahan Data.....	38
BAB IV		41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.2	Hasil Penelitian	44
4.2.1	Pandangan Khalayak tentang <i>Trend Fashion Hijab</i>	45
4.2.2	Alasan Mengikuti Akun <i>Instagram @dwiandaanda</i>	47
4.2.3	Pandangan Khalayak Tentang Trend Fashion Hijab pada Akun <i>Instagram @dwiandaanda</i>	50
4.3	Pembahasan.....	54
BAB V.....		62
KESIMPULAN & SARAN		62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	63
5.2.1	Saran Akademis	63
5.2.2	Saran Praktis	63
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		