

DAFTAR ISI

BAB 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Landasan Pemikiran	6
1.5.1 Hasil Penelitian Relevan	15
1.5.2 Landasan Teoritis	15
1.5.3 Kerangka Konseptual	17
1.5.3.1 Penyajian Berita	18
1.5.3.2 Infografis	19
1.5.3.3 Instagram Sebagai Media Komunikasi	20
1.6 Langkah-langkah Penelitian.....	21
1.6.1 Lokasi Penelitian	21
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	21
1.6.3 Metode Penelitian.....	22
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian	23
1.6.4.1 Jenis Data	23
1.6.4.2 Sumber Data.....	24
1.7. Informan	25
1.8 Teknik Pengumpulan Data	26
1.8.1 Wawancara.....	26
1.8.2 Observasi.....	27
1.8.3 Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	27
1.8.4 Teknik Analisis Data.....	27
BAB II KAJIAN PUSTAKA	29
2.1 Berita.....	29
2.1.1 Pengertian Berita	29
2.1.2 Jenis Berita	30
2.1.3 Penyajian Berita di Media Sosial	31
2.2 Infografis	35
2.2.1 Pengertian Infografis.....	35

2.2.2 Sejarah Infografis	37
2.3 The Sircular Model of Some	39
2.3.1 Share.....	40
2.4 Instagram.....	45
2.4.1 Sejarah Instagram.....	45
2.4.2 Fitur Instagram	46
2.4.3 Instagram Sebagai Media Penyajian Berita	46
2.5 Minat Pembaca	51
2.5.1 Pengertian Minat Pembaca	51
2.5.2 Tujuan Meningkatkan Minat Pembaca	53
2.5.3 Korelasi Antara Infografis dan Minat Membaca di Media Sosial	25
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
3.1 Profil Pandit Football	59
3.1.1 Sejarah Singkat Pandit Fooball	59
3.1.2 Logo Pandit Football.....	60
3.1.3 Struktur Keredaksian Pandit Footbal	61
3.1.4 Instagram Pandit Football	62
3.1.5 Profil Informan	64
3.2 Hasil Penelitian	67
3.2.1 Penyebaran Berita Infografis (Share)	67
3.2.1.1 Menentukan Media Sosial.....	69
3.2.1.2 Terkoneksi dengan Publik.....	72
3.2.2 Pengoptimalan Informasi Melalui Instagram (Optimize)	76
3.2.2.1 Meningkatkan Konten Produksi.....	77
3.2.2.2 Pengoptimalan Fitur Hastag dan Caption pada Instagram.....	79
3.2.3 Pengelolaan Infograsi Melalui Instagram (Manage).....	84
3.2.3.1 Pandit Football Monitoring Akun Media Sosial	84
3.2.3.2 Interaksi Langsung.....	86
3.2.4 Pelibatan Publik Melalui Instagram (Engange)	91
3.2.4.1 Penggunaan Fitur Komentar dan Story pada Instagram	92
3.2.4.2 Keterlibatan Influencer atau Talent.....	93
BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN	99
4.1 Kesimpulan	99
4.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103