

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan penelitian.....	5
1.4.1 Kegunaan secara akademis	5
1.4.2 Kegunaan Secara Praktis.....	6
1.5 Hasil penelitian relevan.....	7
1.6 Landasan Pemikiran	10
1.6.1 Landasan Teoritis.....	10
1.6.2 Kerangka Konseptual.....	14
1.7 Langkah-langkah penelitian.....	16
1.7.1 Lokasi penelitian.....	16
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan	16
1.7.3 Metode penelitian.....	18
1.7.4 Jenis data dan sumber data.....	18
1.7.5 Informan dan unit analisis.....	19
1.7.6 Teknik pengumpulan data.....	19
1.7.7 Teknik penentuan keabsahan data.....	20
1.7.8 Teknik analisis data.....	21
1.7.9 Rencana Jadwal Penelitian.....	22
BAB II.....	23

KAJIAN PUSTAKA	23
2.1 Generasi Z	23
2.1.1 Pengertian Generasi Z	23
2.1.2 Pembeda Generasi Z dengan Generasi Sebelumnya	24
2.1.3 Indiakator Generasi Z	27
2.2 Pola Konsumsi Informasi Generasi Z	30
2.2.1 Karakteristik Generasi Z	31
2.1.3 Konsumsi Berita Generasi Z	39
2.2.2 Proses Berkembangnya Media Sosial Instagram	43
2.2.3 Generasi Z dan Media Sosial	45
BAB III	49
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	49
3.1 Gambaran Umum Penelitian	49
3.2 Sejarah Jurnalistik UIN Bandung	50
3.2.1 Profil Jurnalistik UIN Bandung	51
3.2.2 Visi Misi Jurnalistik UIN Bandung	53
3.3 Profile Folkative	55
3.3.1 Visi Misi Folkative	57
3.3.2 Tujuan Folkative	58
3.3.3 Logo Folkative	59
3.4 Gambaran Informan	59
3.5 HASIL PENELITIAN	61
3.5.1 Sensasi Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi	62
3.5.2 Atensi Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi	77
3.5.3 Interpretasi Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi	90
3.6 Pembahasan Penelitian	101
3.6.1 Sensasi Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi	102
3.6.2 Atensi Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada Akun Instagram Folkative sebagai Media Informasi	107

3.6.3 Interpretasi Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada Akun Instagram Folkative sebagai Media Informasi.....	111
BAB IV	115
KESIMPULAN DAN SARAN	115
4.1 Kesimpulan	115
4.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Informan Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Akun Instagram @folkative	57
Gambar 3. 2 Logo Folkative.....	59
Gambar 3. 3 Sensasi Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada Akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi	77
Gambar 3. 4 Atensi Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi	90
Gambar 3. 5 Interpretasi Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada Akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi.....	101

