

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR SINGKATAN .....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu .....	7
2.2. Kerangka Teori .....	10
2.2.1. Ekologi Media.....	10
2.2.2. Konvergensi Media .....	12
2.2.3. Media Sosial.....	13
2.2.4. Instagram.....	15
2.2.5. Berita.....	15
2.3. Kerangka Pemikiran .....	17
BAB III .....	18
METODOLGI PENELITIAN.....	18
3.1. Paradigma Penelitian, Metode Penelitian, Jenis Penelitian, dan Jenis Data .....	18
3.1.1. Paradigma Penelitian.....	18
3.1.2. Metode Penelitian.....	18

3.1.3.	Jenis Penelitian.....	19
3.1.4.	Jenis Data .....	19
3.2.	Bahan Penelitian.....	20
3.3.	Sumber <i>Data Key Informan</i> dan Informan.....	20
3.4.	Teknik Pengumpulan Data .....	21
3.5.	Uji Keabsahan Data.....	22
3.6.	Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV	.....	25
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	25
4.1.	Objek Penelitian .....	25
4.1.1.	Gambaran Umum Metro TV .....	25
4.1.2.	Logo Metro TV .....	26
4.1.3.	Tagline Metro TV .....	28
4.1.4.	Visi dan Misi Metro TV .....	28
4.1.5.	Segmentasi Penonton Metro TV .....	29
4.1.6.	Area Jangkauan Metro TV .....	30
4.1.7.	Daftar Program Metro TV.....	30
4.2.	Hasil Penelitian.....	31
4.2.1.	Instagram Metro TV.....	31
4.2.2.	Profil Audiens Akun Instagram Metro TV.....	32
4.2.3.	Struktur Pengelolaan Media Sosial Metro TV .....	33
4.2.4.	Strategi Pengelolaan Instagram Metro TV.....	34
4.2.5.	Tujuan Pembuatan Akun Instagram Metro TV .....	36
4.2.6.	Proses Publikasi Berita di Instagram Metro TV .....	36
4.2.7.	Pemanfaatan Instagram pada Metro TV dalam Penyebaran Berita .....	40
BAB V	.....	43
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	43
5.1.	Kesimpulan.....	43
5.2.	Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	.....	45
LAMPIRAN	.....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan Khalayak Indonesia Sepanjang 2020.....	3
Gambar 1.2. Data Negara Pengguna Instagram Tahun 2023 .....	3
Gambar 3. 1. Model Analisis Miles dan Huberman.....	23
Gambar 4. 1. Logo Metro TV 25 November 2000 – 20 Mei 2010 .....	26
Gambar 4. 2. Logo Metro TV 20 Mei – Sekarang (2023) .....	27
Gambar 4. 3 Profil Instagram Metro TV .....	31
Gambar 4. 4. Profil Audiens Instagram Metro TV .....	33
Gambar 4. 5. Gambar Struktur Digital Hub yang .....	33
Gambar 4. 6. Proses Produksi Konten Berita.....	37
Gambar 4. 7. Instagram Reels Metro TV .....	40
Gambar 4. 8. Instagram Story Metro TV .....	41
Gambar 4. 9. Instagram Post Metro TV .....	41
Gambar 4. 10. Instagram Collaboration Metro TV .....	42

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Tabel Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 2. 2. Kerangka Pemikiran .....	17
Tabel 3. 1. Tabel Informan .....	20
Tabel 4. 1. Segementasi penonton Metro TV .....	29

## DAFTAR SINGKATAN

APJII	Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
Daring	Dalam Jaringan
DPRD	Dewan Pimpinan Rakyat Daerah
FB	Facebook
PR	<i>Public Relation</i>
TV	Televisi
UGC	<i>User-Generated Content</i>