

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>RINGKESAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian/Pertanyaan Penelitian .....	10
1.2.1. Fokus penelitian .....	10
1.2.2. Pertanyaan penelitian .....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	13
2.1 Kajian Literatur .....	13
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	13
2.2. Kerangka Konseptual .....	18
2.2.1 Komunikasi.....	18
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	18
2.2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi .....	19
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi .....	20
2.2.2 <i>Marketing Communication</i> .....	22
2.2.2.1 Pengertian <i>Marketing Communication</i> .....	22

2.2.2.2	Proses Komunikasi Pemasaran .....	24
2.2.3	Strategi Komunikasi .....	25
2.2.3.1	Pengertian Strategi .....	25
2.2.3.2	Pengertian Promosi .....	27
2.2.4	Media Sosial .....	27
2.2.4.1	Pengertian Media Sosial .....	27
2.2.4.2	Karakteristik Media sosial .....	28
2.2.5	Instagram .....	30
2.2.5.1	Pengertian Instagram .....	30
2.2.5.2	Instagram Sebagai Media Sosial.....	31
2.2.5.3	Fitur-fitur Instagram .....	32
2.3.	Kerangka Teoritis .....	34
2.3.1	<i>The Circular Model of SOME</i> .....	34
2.3.1.1	Pengertian <i>The Circular Model of SOME</i> .....	34
2.3.1.2	Komponen strategi <i>The Circular Model of SOME</i> .....	35
2.4	Kerangka Pemikiran .....	39
<b>BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI .....</b>		<b>42</b>
3.1	Subjek, Objek, dan Metodologi.....	42
3.1.1	Subjek Penelitian .....	42
3.1.2	Objek Penelitian.....	45
3.1.3	Metodologi Penelitian.....	47
3.2	Desain/Paradigma Penelitian.....	47
3.3	Prosedur Pengumpulan Data .....	48
3.4	Rancangan Analisis Data.....	50
3.5	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	51
3.6	Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian ...	54
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	54
3.7.1	Lokasi Penelitian.....	54

3.7.2	Jadwal Penelitian .....	54
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	57
4.1.1	Hasil Penelitian Mengenai <i>Share</i> .....	57
4.1.2	Hasil Penelitian Mengenai <i>Optimize</i> .....	69
4.1.3	Hasil Penelitian Mengenai <i>Manage</i> .....	79
4.1.4	Hasil Penelitian Mengenai <i>Engage</i> .....	89
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
4.2.1	Pembahasan Strategi Mengenai <i>Share</i> .....	97
4.2.2	Pembahasan Strategi Mengenai <i>Optimize</i> .....	101
4.2.3	Pembahasan Strategi Mengenai <i>Manage</i> .....	105
4.2.4	Pembahasan Strategi Mengenai <i>Engage</i> .....	109
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>113</b>
5.1	Simpulan.....	113
5.2	Saran .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>117</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>120</b>