

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	9
1.2.1 Fokus Penelitian.....	9
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.1 Kajian Literatur	11
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	11
2.2 Kerangka Konseptual	13
2.2.1 Komunikasi	13
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Digital	21
2.2.4 Media Sosial	24
2.2.5 Instagram	28
2.3 Kerangka Teoritis	31
2.4 Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Subjek, Objek dan Metodologi	36
3.1.1 Subjek Penelitian	36
3.1.2 Objek Penelitian.....	38
3.1.3 Metodologi Penelitian.....	38
3.1.4 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian	46
3.1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian	49
3.1.6 Hasil Penelitian Mengenai Attention	49
3.1.7 Hasil Penelitian Mengenai Interest	63

3.1.8	Hasil Penelitian Mengenai Search	72
3.1.9	Hasil Penelitian Mengenai Action	81
3.1.10	Hasil Penelitian Mengenai Share.....	92
3.2	Pembahasan Hasil Penelitian	104
3.2.1	Pembahasan Mengenai Attention	105
3.2.2	Pembahasan Mengenai Interest.....	109
3.2.3	Pembahasan Mengenai Search.....	112
3.2.4	Pembahasan Mengenai Action.....	115
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
5.1	Kesimpulan	120
5.2	Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....		125