

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
RINGKESAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian/Pernyataan Masalah.....	6
1.2.1. Fokus Penelitian.....	6
1.2.2. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
2.1. Kajian Literatur	9
2.1.1. Review Penelitian Sejenis.....	9
2.2. Kerangka Konseptual	16
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.1.1. Definisi Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.1.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	19
2.2.1.3. Bentuk-bentuk Komunikasi Pemasaran.....	19

2.2.1.4.	Proses Komunikasi Pemasaran	21
2.2.1.5.	Promosi	24
2.2.1.6.	Promosi melalui Media Sosial	25
2.2.2.	Komunikasi Pariwisata	26
2.2.3.	Media Sosial.....	30
2.2.3.1.	Pengertian Media Sosial	30
2.2.3.2.	Karakteristik Media Sosial.....	32
2.2.3.3.	Jenis-jenis Media Sosial.....	33
2.2.4.	Instagram.....	34
2.2.4.1.	Fitur – fitur Instagram.....	35
2.3.	Kerangka Teoritis	37
2.3.1.	The Circular Model of SOME	37
2.3.1.1.	Pengertian The Circular Model of SOME	37
2.4.	Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1	Subjek, Objek dan Metodologi	43
3.1.1.	Subjek Penelitian	43
3.1.2.	Objek Penelitian.....	45
3.2	Metodologi Penelitian	46
3.3	Desain/Paradigma Penelitian	47
3.4	Prosedur Pengumpulan Data	48
3.5	Rancangan Analisis Data.....	50
3.6	Kredibilitas dan Tingkat kepercayaan Hasil Penelitian.....	51
3.7	Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian	52
3.8	Lokasi dan Jadwal Penelitian	53
3.8.1	Lokasi Penelitian	53
3.8.2.	Jadwal penelitian.....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.1.1. Hasil Penelitian Mengenai <i>Share</i>	56
4.1.2. Hasil Penelitian Mengenai <i>Optimize</i>	71
4.1.3. Hasil Penelitian Mengenai <i>Manage</i>	82
4.1.4. Hasil Penelitian Mengenai <i>Engage</i>	91
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	103
4.2.1. Pembahasan Mengenai <i>Share</i>	104
4.2.2. Pembahasan Mengenai <i>Optimize</i>	106
4.2.3. Pembahasan Mengenai <i>Manage</i>	108
4.2.4. Pembahasan Mengenai <i>Engage</i>	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN.....	120