

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
RINGKESAN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	8
1.2.2. Fokus Penelitian	8
1.2.2. Pertanyaan Penelitian	8
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1. Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	12
2.2. Kerangka Konseptual	18
2.2.1. Komunikasi	18
2.2.2 New Media	24
2.2.3 Media Sosial.....	26
2.2.4 Konten Video	27
2.2.5 Instagram.....	29
2.3. Kerangka Teoritis.....	31

2.3.1	Konsep AISAS	31
2.4	Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI		35
3.1	Subjek dan Objek Penelitian	35
3.1.1	Subjek Penelitian.....	35
3.2	Objek Penelitian	38
3.3	Metode Penelitian.....	38
3.3.1	Paradigma Penelitian.....	39
3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data	40
3.3.3	Rancangan Analisis Data	43
3.3.4	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	44
3.4	Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian ..	45
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian	45
3.5.1	Lokasi Penelitian.....	45
3.5.2	Jadwal Penelitian.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Hasil Penelitian Strategi Komunikasi Oppo Campus Untuk Membangun Attention Dari Pengguna Instagram.....	51
4.1.2	Hasil Penelitian Strategi Komunikasi Oppo Campus Untuk Membangun Interest Dari Pengguna Instagram.....	72
4.1.3	Hasil Penelitian Strategi Komunikasi Oppo Campus Untuk Membangun Search Dari Pengguna Instagram	89
4.1.4	Hasil Penelitian Strategi Komunikasi Oppo Campus Untuk Membangun Action Dari Pengguna Instagram	106
4.1.5	Hasil Penelitian Strategi Komunikasi Oppo Campus Untuk Membangun Share Dari Pengguna Instagram.....	123

4.2	Hasil Pembahasan	139
4.2.1	Hasil Pembahasan Strategi Komunikasi Oppo Campus Untuk Membangun Attention Dari Pengguna Instagram	139
4.2.2	Hasil Pembahasan Strategi Komunikasi Oppo Campus Untuk Membangun Interest Dari Pengguna Instagram.....	142
4.2.3	Hasil Pembahasan Strategi Komunikasi Oppo Campus Untuk Membangun Search Dari Pengguna Instagram.....	146
4.2.4	Hasil Pembahasan Strategi Komunikasi Oppo Campus Untuk Membangun Action Dari Pengguna Instagram.....	150
4.2.5	Hasil Pembahasan Strategi Komunikasi Oppo Campus Untuk Membangun Share Dari Pengguna Instagram	153
4.2.6	Kebaharuan Penelitian.....	155
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		148
5.1	Kesimpulan	148
5.2	Saran.....	151
DAFTAR PUSTAKA		153
LAMPIRAN.....		155
	Lampiran 1	155
	Lampiran 2	157
	Lampiran 3	160

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis	16
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	34
Tabel 3. 1 Deskripsi Informan Penelitian.....	37
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 4. 1 Tabulasi Attention.....	69
Tabel 4. 2 Tabulasi Interest.....	87
Tabel 4. 3 Tabulasi Seacrh.....	104
Tabel 4. 4 Tabulasi Action.....	121
Tabel 4. 5 Tabulasi Share.....	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Brand Smartphone.....	1
Gambar 1. 2 Hootsuite Pengguna Media Sosial	3
Gambar 1. 3 Platform Media Sosial.....	4
Gambar 4. 1 Attention Product Centric	53
Gambar 4. 2 Attention Estetika Video	55
Gambar 4. 3 Hook Oppo	67
Gambar 4. 4 Caption	69
Gambar 4. 5 Interest Story Telling.....	76
Gambar 4. 6 Interest Aktivitas	78
Gambar 4. 7 Search CTA	92
Gambar 4. 8 Share Repost & Tag	94
Gambar 4. 9 Action ajakan.....	109
Gambar 4. 10 Action Add Yours	110
Gambar 4. 11 Action Coment	111
Gambar 4. 12 Share Collab	126
Gambar 4. 13 Share Oppo Campus.....	127

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	155
Lampiran 2	157
Lampiran 3	160