

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
RINGKESAN.....	vi
<i>DAFTAR ISI</i>	i
<i>DAFTAR TABEL</i>	iii
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	iv
<i>BAB I</i>	1
<i>PENDAHULUAN</i>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan penelitian.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan penelitian.....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
BAB II.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka	18
2.1. <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	18
2.1.2 Kerangka konseptual.....	24
2.1.2.1 Komunikasi	24
2.1.2.2 Komunikasi pemasaran	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III	36
3.1 Subjek Penelitian.....	36
3.2 Objek Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.2.1 Desain/Paradigma penelitian.....	40
3.2.2 Prosedur Pengumpulan Data	41
3.2.3 Rancangan Analisis Data	44

3.2.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	46
3.2.5 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian .	46
3.3 Lokasi penelitian	47
3.4 Jadwal penelitian.....	48
BAB IV	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Deskripsi Informan Penelitian.....	66
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian	69
4.2 Hasil pembahasan.....	81
4.2.1 Bagaimana strategi penciptaan konten yang dilakukan mangkoboii melalui Instagram dalam meningkatkan minat beli	84
4.2.2 Bagaimana strategi penyebaran konten yang dilakukann mangkoboii melalui Instagram untuk menjangkau dan menarik perhatian konsumen	88
4.2.3 Bagaimana mangkoboii membangun hubungan dengan konsumen melalui Instagram dalam upaya meningkatkan minat beli	91
4.2.4 Bagaimana mangkoboii membangun komunitas melalui Instagram untuk meniptakan keterlibatan konsumen dan meningkatkan minat beli	93
BAB V.....	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran.....	99
LAMPIRAN.....	102