

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Identifikasi Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	13
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	13
1.6 Tahapan Penelitian.....	14
1.7 Waktu dan Periode Penelitian.....	14
1.7.1 Waktu Penelitian.....	14
1.7.2 Periode Penelitian .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1 Rangkuman Teori.....	16
2.1.1 Komunikasi .....	16
2.1.2 <i>Digital Marketing</i> .....	17
2.1.3 Media Baru .....	20
2.1.4 Media Sosial.....	21
2.1.5 <i>Digital Content</i> .....	22

2.1.6	Strategi Konten Media Sosial.....	23
2.2	Penelitian Terdahulu .....	26
2.3	Kerangka Pemikiran.....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>34</b>
3.1	Paradigma Penelitian.....	34
3.2	Metode Penelitian .....	34
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	35
3.3.1	Subjek Penelitian .....	35
3.3.2	Objek Penelitian .....	35
3.4	Definisi Konsep .....	35
3.4.1	Media Sosial Instagram.....	35
3.4.2	Komunikasi Pemasaran.....	35
3.4.3	Strategi Konten Media Sosial.....	35
3.5	Lokasi Penelitian.....	36
3.6	Unit Analisis Penelitian.....	36
3.7	Pengumpulan Data Penelitian.....	36
3.7.1	Pengumpulan Data Primer .....	37
3.7.2	Pengumpulan Data Sekunder .....	37
3.8	Teknik Analisis Data.....	37
3.9	Teknik Keabsahan Data.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
4.1	Karakteristik Informan .....	38
4.2	Hasil Penelitian.....	38
4.3	Pembahasan .....	43
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>72</b>
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>74</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>78</b>