

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Volume Pencarian Kata Kunci “Ramadan 2024” di Indonesia3	3
Gambar 1.2 Hasil Analisa SERP Pada <i>Website Semrush</i>3	3
Gambar 1.3 Konten <i>Instagram</i> @Telkomsel, @Indosat, dan@ MyXL.....3	3
Gambar 1.4 <i>Hashtag</i> Ramadan Dari Ketiga Operator Seluler3	3
Gambar 1.5 Hubungan <i>Engagement Rate</i> Dengan Cakupan Audiens3	3
Gambar 1.6 <i>User Generated Content</i> (UGC) Dengan <i>Hastag</i> (#)Provider3	3
Gambar 1.7 Data Jumlah Publikasi Media Ketiga Provider3	3
Gambar 2.1 G.R.E.A.T dalam Kesuksesan <i>Storytelling</i>3	3
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran3	3
Gambar 3.1 Gedung Indosat Ooredoo Hutchison (IOH).....3	3
Gambar 3.2 Model Analisis Data Miles dan Huberman3	3
Gambar 4.1 Reaksi Audiens Pada Konten Telkomsel “Ibu Berkah Terbesarku”....3	3
Gambar 4.2 Reaksi Audiens Pada Konten “ <i>Surprise Deal</i> : Puas Internetan & Telponan”3	3
Gambar 4.3 Ruangan <i>Meeting</i> Tim Kreatif, Tim Produksi, dan Tim Editing Indosat3	3
Gambar 4.4 Tiga Konten dengan <i>Engagement</i> Tertinggi di @Indosat3	3
Gambar 4.5 Tiga Konten dengan <i>Engagement</i> Tertinggi di @MyXL3	3