

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI	6
DAFTAR GAMBAR.....	9
DAFTAR TABEL	1
ABSTRAK.....	2
ABSTRACT	3
BAB 1	4
PENDAHULUAN	4
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.6 Sistematika Penulisan	16
Bab I Pendahuluan	16
Bab II Tinjauan Pustaka.....	16
Bab III Metode Penelitian.....	16
Bab IV Hasil dan Pembahasan.....	16
Bab V Kesimpulan dan Saran	16
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	17
2.1.1 Media Sosial	17
2.1.2 Instagram.....	20
2.1.3 Promosi Online	23

2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III	37
METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Operasional Variabel.....	38
3.3 Tahapan Penelitian.....	40
3.4 Situasi Sosial	41
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	43
3.6 Uji Validitas	45
3.6.1 Uji Validitas Internal (Kredibilitas)	45
3.6.2 Uji Transferabilitas.....	47
3.6.3 Uji Dependabilitas.....	48
3.6.4 Uji Konfirmabilitas	48
3.7 Teknik Analisis Data	48
BAB IV	49
PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	49
4.1 Karakteristik Informan.....	49
4.2 Informan Peneliti	50
4.3 Informan Informan.....	50
4.3.1 Informan Kunci 1	50
4.3.2 Informan Kunci 2	51
4.3.3 Informan Kunci 3	52
4.3.4 Informan Ahli	52
4.3.5 Informan Pendukung 1	53
4.3.6 Informan Pendukung 2	54
4.4 Hasil Penelitian	55

4.4.1 Fitur Instagram <i>Stories</i>	59
4.4.2 Fitur <i>Direct Message</i> (DM).....	62
4.4.3 Fitur <i>Like</i>	64
4.4.4 Fitur <i>Highlight</i>	66
4.4.5 Fitur <i>Reels</i>	68
4.4.6 Fitur <i>Feed</i>	71
4.4.7 Fitur <i>Insight</i>	73
4.4.8 Fitur <i>Live Instagram</i>	75
4.5 Pembahasan.....	77
BAB V	82
KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN	87