

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Deretan Media Sosial Paling Aktif di Indonesia 2018.....	2
Gambar 1.2 Gambar Produk Martabak Mertua.....	5
Gambar 1.3 Akun Instagram @MartabakMertua.....	6
Gambar 1.4 Riset Pengguna Instagram Indonesia.....	7
Gambar 2.1 Logo Instagram.....	24
Gambar 2.2 Komponen Strategi Komunikasi.....	33
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1 Siklus Analisis Data Penelitian Kualitatif Model Interaktif.....	42
Gambar 4.1 Foto Andhika Putra Pemilik Martabak Mertua.....	45
Gambar 4.2 Foto Alan Okadenan Pemilik Martabak Mertua.....	46
Gambar 4.3 Foto Agustin Santriana Sebagai Konsultan Pemasaran.....	47
Gambar 4.4 Unggahan Konten Martabak Mertua.....	50
Gambar 4.5 Konten Foto Martabak Mertua.....	52
Gambar 4.6 Unsur Informatif & Persuasif pada Konten Martabak Mertua.....	53
Gambar 4.7 Penggunaan Bahasa Informal.....	55
Gambar 4.8 Kuis Interaktif pada Instagram Martabak Mertua.....	56
Gambar 4.9 Interaksi Konsumen dan Martabak Mertua di Kolom Komentar.....	57
Gambar 4.10 Gambar <i>repost</i> Martabak Mertua.....	58
Gambar 4.11 Konten <i>review influencer</i> saat mencoba Martabak Mertua.....	60
Gambar 4.12 Daftar Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak.....	61
Gambar 4.13 Komentar Konsumen.....	62
Gambar 4.14 Konten <i>food blogger</i> Mengunggah Martabak Mertua.....	64
Gambar 4.15 Grafik Waktu Pengikut Akun @martabakmertua.....	65
Model 4.1 Strategi Isi Informasi Martabak Mertua.....	51
Model 4.2 Strategi Kreatif Pesan Martabak Mertua.....	59
Model 4.3 Strategi Pemilihan Instagram Martabak Mertua.....	63
Model 4.4 Strategi Celah Konsumen Martabak Mertua.....	66