

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Akademis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	12
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Teori	13
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	15
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.1.4 Media Sosial.....	21
2.1.5 Instagram.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian.....	38

3.3	Subjek dan Objek Penelitian	38
3.3.1	Subjek Penelitian.....	38
3.3.2	Objek Penelitian	39
3.4	Informan Penelitian	39
3.5	Lokasi Penelitian	41
3.6	Unit Analisis.....	41
3.7	Teknik Pengumpulan Data	42
3.7.1	Observasi.....	42
3.7.2	Wawancara.....	43
3.7.3	Studi Dokumentasi	43
3.8	Teknik Analisis Data	43
3.9	Teknik Keabsahan Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Karakteristik Informan	47
4.2	Hasil Penelitian.....	49
4.2.1	<i>Traffic</i>	49
4.2.2	<i>Conversion</i>	60
4.2.3	<i>Engagement</i>	64
4.3	Pembahasan	66
4.3.1	<i>Traffic</i>	67
4.3.2	<i>Conversion</i>	72
4.3.3	<i>Engagement</i>	73
BAB V PENUTUP.....		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran	78
5.2.1	Saran Akademik.....	78
5.2.2	Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		82