

HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK.....	7
<i>ABSTRACT</i>	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Waktu Penelitian	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	9
2.1.1 Pemasaran Digital Pada Era Persaingan Global.....	10
2.2 Media Sosial dalam Pemasaran.....	11
2.3 Instagram.....	12
2.4 Media Sosial dan Target Audiens	17
2.5 Strategi Pemasaran Media Sosial	18
2.6 Model Pemasaran AIDDA (Awareness, Interest, Desire, Decision, and Action)	19
2.7 Kepercayaan Pelanggan	21

2.8	Penelitian Terdahulu	22
2.9	Kerangka Berpikir	38
BAB III		39
METODOLOGI PENELITIAN.....		39
3.1	Metode Penelitian.....	39
3.2	Paradigma Penelitian.....	40
3.3	Subjek Penelitian.....	41
3.4	Data Informan	41
3.5	Objek Penelitian	42
3.6	Lokasi Penelitian	42
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.6	Teknik Analisis Data.....	44
3.7	Metode Analisis dan Keabsahan Data.....	44
DAFTAR PUSTAKA		46
LAMPIRAN.....		48