

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Engagement Rate Media Sosial Telkom Property	1
Gambar 2.1 Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak	2
Gambar 3.1 Halaman Instagram @telkomproperty	3
Gambar 4.1 Halaman Instagram @mitratel	5
Gambar 5.1 Journey Video Yang Dibuat Oleh LINIKINI.....	7
Gambar 6.1 Social Media Management Oleh LINIKINI.....	7
Gambar 7.1 Company Profile	7
Gambar 8.2 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 9.3 Model Analisis Data Miles & Huberman.....	38
Gambar 10.3 Triangulasi “teknik” Pengumpulan Data	39
Gambar 11.4 Caption pada Postingan @telkomproperty.....	48
Gambar 12.4 Postingan @telkomproperty menarik interaksi audience.....	54
Gambar 13.4 Jumlah likes & comment yang diperoleh.....	54
Gambar 14.4 Meeting Editorial Plan	56
Gambar 15.4 Hasil Konten Melalui Editorial Plan	56
Gambar 16.4 Publikasi yang dilakukan oleh TELKOM PROPERTY	58
Gambar 17.4 Konten Video Life At Telpro	59
Gambar 18.4 Konten Tips @telkomproperty.....	60
Gambar 19.4 Konten Merayakan Event Yang Sedang Berlangsung	60
Gambar 20.4 Postingan Games Interaktif Melalui Instastory	61
Gambar 21.4 Konten Sebelum Perubahan Logo Perusahaan.....	62
Gambar 22.4 Konten Setelah Perubahan Logo Perusahaan.....	63
Gambar 23.4 Konten Games Melalui Postingan Feed	64
Gambar 24.4 Pemanfaatan Fitur Filer oleh TELKOM PROPERTY	66