

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial	13
2.1.2 Content Pillar.....	16
2.1.3 Strategi Public Relations	18
2.1.4 Media Sosial Instagram	19
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.2.1 Jurnal Nasional Terdahulu.....	24
2.2.2 Jurnal Internasional Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	39

3.3	Subjek dan Objek Penelitian	40
3.3.1	Subjek Penelitian	40
3.3.2	Objek Penelitian	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1	Data Primer.....	40
3.4.2	Data Sekunder	42
3.5	Teknik Pemilihan Informan	42
3.6	Teknik Analisis dan Penjaga Keabsahan Data.....	43
3.6.1	Teknik Analisis Data	43
3.6.2	Penjagaan Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Profil Informan Penelitian.....	46
4.2	Hasil Penelitian	47
4.2.1	Strategi pengelolaan konten media sosial instagram @finpaypromo.....	47
4.2.2	Konten yang Disajikan pada Akun Instagram @finpaypromo.....	59
4.3	Pembahasan.....	67
4.3.1	Strategi Pengelolaan Konten Instagram @finpaypromo berdasarkan Teori The Circular Model of SoMe.....	67
4.3.2	Strategi Pengelolaan Konten Instagram @finpaypromo berdasarkan Konsep Strategi <i>Public Relations</i>	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	78
5.2.1	Saran Akademis.....	78
5.2.2	Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		85