

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
A. Kajian Teoritis	11
1. Promosi.....	11
2. Media sosial Instagram.....	12
3. Efektivitas Promosi pada Media Sosial Instagram.....	15
4. Model AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>).....	18
B. Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	26
B. Desain Penelitian.....	26
C. Sumber Data dan Sampel Penelitian	27
1. Sumber Data	27
2. Sampel Penelitian	27

D. Teknik Pengumpulan Data	29
1. Wawancara	29
2. Observasi	30
3. Triangulasi	30
E. Teknik Keabsahan Data.....	31
1. Uji Kredibilitas	31
2. Uji Transferabilitas	33
3. Uji <i>Dependability</i> (Reliabilitas)	33
F. Teknik Analisis Data	34
1. Reduksi data	34
2. Penyajian data.....	34
3. Menarik kesimpulan	35
BAB IV	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Deskripsi Data	36
B. Hasil Data.....	37
C. Pembahasan.....	45
BAB V.....	64
PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Implikasi.....	66
C. Keterbatasan Penelitian	67
D. Rekomendasi bagi penelitian selanjutnya	68
DAFTAR PUSTAKA	69
DAFTAR LAMPIRAN	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Top Brand</i> Chatime Selama Lima Tahun	2
Gambar 1.2 Akun Instagram Chatime.....	4
Gambar 1.3 Postingan Promo 17 Agustus	4
Gambar 1.4 <i>Engagement rate</i> Akun Instagram Chatime	5
Gambar 1.5 Postingan Promo 17 Agustus	6
Gambar 1.6 Keluhan Konsumen pada Unggahan Promosi Chatime	6
Gambar 1.7 Keluhan Konsumen pada Postingan Promosi Chatime.....	7
Gambar 1.8 Keluhan Konsumen pada Postingan Promosi Chatime.....	7
Gambar 1.9 Keluhan Konsumen pada Postingan Promosi Chatime.....	8
Gambar 4.1 Headline, gambar dan video yang menarik perhatian	46
Gambar 4.2 Slogan dan Hashtag yang Menarik Perhatian	48
Gambar 4.3 <i>Brand Ambassador</i> yang menarik perhatian	50
Gambar 4.4 Grafik postingan Chatime dalam setiap bulan	52
Gambar 4.5 Grafik postingan Chatime dalam setiap bulan	56
Gambar 4.6 elemen-elemen yang mempengaruhi AIDA.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan Teori AIDA.....	29
Tabel 4.1 Deskripsi Data Informan dan Jadwal Pelaksanaan Wawancara.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 pembuatan pertanyaan penelitian	74
Lampiran 2 hasil wawancara.....	75
Lampiran 3 Hasil Uji Kemiripan Naskah.....	108
Lampiran 4 riwayat hidup	109