

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Pertanyaan Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Komunikasi Pemasaran	14
B. <i>Digital Content Marketing</i>	15
C. <i>Social Media Marketing</i>	19
D. Indikator <i>Social Media Marketing</i>	23
E. Instagram	24
F. <i>Online Engagement</i>	30
G. Telaah Pustaka Terdahulu	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Tempat dan Waktu Penelitian	37
B. Desain Penelitian	38
C. Sumber Data dan Informan Penelitian	38
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Teknik Keabsahan Data	40
F. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46

A. Deskripsi Data.....	46
B. Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	48
1. Reduksi Data.....	48
2. Analisis Pembahasan Reduksi Data.....	61
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Implikasi.....	72
C. Keterbatasan Penelitian.....	73
D. Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	81
HASIL TURNITIN.....	137
RIWAYAT HIDUP.....	148

