

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Pembatasan Masalah	15
1.4 Rumusan Masalah	15
1.5 Tujuan Penelitian	15
1.6 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Periklanan.....	16

2.1.2 Media Sosial	18
2.1.3 Strategi Media Sosial	19
2.1.4 Instagram.....	19
2.1.5 Branding.....	21
2.1.6 Tujuan dan Manfaat Branding	21
2.1.7 Unsur-unsur Branding.....	24
2.1.8 Strategi Manajemen Branding	26
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Konsep.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2 Pendekatan Penelitian	32
3.3 Metode Penelitian	33
3.4 Operasionalisasi Konsep	33
3.5 Teknik Penentuan Informan.....	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Uji Keabsahan Data	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN	41
4.1 Gambaran Fokus Penelitian	41
4.2 Hasil Penelitian	43
4.3 Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72

5.2 Saran..... 73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DOKUMENTASI WAWANCARA