

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	11
1.3. Pembatasan Masalah .....	11
1.4. Rumusan Masalah .....	12
1.5. Tujuan Penelitian.....	12
1.6. Manfaat Penelitian.....	12
1.6.1. Manfaat Akademik .....	12
1.6.2. Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP</b> .....	<b>13</b>
2.1. Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	13
2.1.2 Media Sosial .....	18
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i> .....	20
2.1.4 Instagram .....	24

2.1.5 <i>Customer Engagement</i> .....	27
2.2. Penelitian Terdahulu.....	31
2.3. Kerangka Konsep .....	34
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
3.2. Pendekatan Penelitian.....	35
3.3. Metode Penelitian.....	35
3.4. Operasionalisasi Konsep .....	36
3.5. Teknik Penentuan Informan .....	36
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.7. Teknik Analisis Data .....	38
3.8. Uji Keabsahan Data.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1. Gambaran Fokus Penelitian.....	41
4.2. Hasil Penelitian.....	47
4.3. Pembahasan .....	59
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>