

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5 Waktu dan Periode penelitian.....	15
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.1.2 <i>Online Marketing</i>	17
2.1.3 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	19
2.1.4 Sosial Media.....	27
2.1.5 Instagram.....	27
2.1.6 <i>Social Enterprise</i>	28
2.1.7 Interaksi Sosial.....	29
2.1.8 Dampak Sosial.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III.....	48
METODOLOGI PENELITIAN.....	48

3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Populasi dan Sampel.....	49
3.2.1 Populasi.....	49
3.2.2 Sampel.....	49
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	50
3.4 Pengumpulan Data.....	50
3.4.1 Data Primer.....	50
3.4.2 Data Sekunder.....	50
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas.....	51
3.5.1 Uji Validitas.....	51
3.5.2 Uji Realibilitas.....	51
BAB IV.....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Pengumpulan Data.....	53
4.2 Karakteristik Responden.....	54
4.3 Hasil Penelitian.....	55
4.3.1 Hasil Uji Realibilitas Antar <i>Coder</i>	55
4.3.2 Hasil Analisis Karakteristik Isi Instagram @torajamelo.....	59
4.4 Pembahasan.....	96
BAB V.....	108
KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	108
5.2.1 Saran Akademis.....	109
5.2.2 Saran Praktis.....	109