

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Komunikasi Pemasaran	27
2.3 Media Sosial	23
2.4 Instagram	24
2.4.1 Pengertian Instagram	24
2.4.2 Konten dan Istilah Dalam Instagram	26
2.5 Brand Awareness	27
2.6 Brand Engagement	29
BAB III	35
METODOLOGI PENELITIAN	35

3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Subyek Penelitian	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1 Data Primer	39
3.4.2 Data sekunder	41
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	75
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
4.1.1 Profil Perusahaan	46
4.1.2 Visi dan Misi Florence Indonesia	47
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Akun Instagram Florence Mattress Indonesia	48
4.2.2 Fitur Instagram Akun Florence Matress Indonesia	48
4.2.4 Monitoring dan Respond Activities	58
4.2.4 Konten Lead	57
4.2 Pembahasan	59
BAB V	66
KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
5.2.1 Saran Akademis	67
5.2.2 Saran Praktis	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72