

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Teori Utama AISAS	9
2.3 Landasan Konseptual	12
2.3.1 Komunikasi Pemasaran	12
2.3.2 Content Marketing	15
2.3.3 Media Sosial	17
2.3.4 Instagram	21
2.3.5 Audiens/Customer Engagement	24
2.4 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	26
3.2 Desain Penelitian	27
3.3 Bahan dan Unit Analisis data	28
3.4 Sumber data key informan dan informan	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Uji Keabsahan Data	31
3.7 Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Subjek Penelitian	34
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 Penggunaan Instagram @awkdewi	35
4.2.2 Pembuatan Content Secara Berkala @awkdewi	36
4.2.3 Hambatan Dalam Penggunaan Sosial media Instagram	42

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Pembahasan	47
5.1.1 Penggunaan media sosial Instagram Pada Beauty Influencer @awkdewi	47
5.1.2 Pembuatan Content @awkdewi secara berkala	49
5.1.3 Hambatan Penggunaan Instagram @awkdewi	54

BAB VI KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan	57
6.2 Saran	57

DAFTAR PUSTAKA 58

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	60
Lampiran 2 Absensi Bimbingan	61
Lampiran 3 Hasil Wawancara dan Dokumentasi	62

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2.1</i> AIDMA menjadi AISAS.....	11
<i>Gambar 2.2</i> Kerangka Pemikiran	26
<i>Gambar 3.1</i> Tipe Tipe Desain Studi Kasus Yin	29
<i>Gambar 4.1</i> Dewi Suryanigrum	34
<i>Gambar 5.1</i> Fitur Feed Instagram	48
<i>Gambar 5.2</i> Fitur instastory	48
<i>Gambar 5.3</i> Fitur Reels dan Video	49
<i>Gambar 5.4</i> Aplikasi editing	50
<i>Gambar 5.5</i> Konten Make Up Art	53
<i>Gambar 5.6</i> Konten Fashion	54
<i>Gambar 5.7</i> Konten Review	54
<i>Gambar 5.8</i> Hate Comment	56

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2.1</i> Penelitian Terdahulu	9
<i>Tabel 2.2</i> Indikator Variabel AISAS	11