

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II.....	11
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Pustaka	13
2.2.1 Tinjauan Komunikasi.....	13
2.2.2 <i>Mass Self-Communication</i>	17
2.2.3 Fungsi Komunikasi	17
2.2.4 Unsur-Unsur Komunikasi	19
2.2.5 Proses Komunikasi.....	21
2.2.6 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.7 Strategi Komunikasi.....	25
2.2.8 Promosi	27
2.2.9 <i>Digital Marketing</i>	28
2.2.10 Media Sosial.....	29
2.2.11 Digital <i>Influencer</i>	33
2.2.12 Ethos Komunikator	35

2.3	Kerangka Pemikiran	37
BAB III		39
3.1	Desain dan Metode Penelitian	39
3.2	Informan Penelitian	40
3.2.1	Informan Kunci	41
3.2.2	Informan Pendukung	42
3.3	Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1	Studi Pustaka	43
3.3.2	Studi Lapangan	44
3.4	Uji Keabsahan Data	47
3.5	Teknik Analisis Data	48
3.6	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	50
3.6.1	Lokasi Penelitian	50
3.6.2	Waktu Penelitian	50
BAB IV		52
4.1	Hasil Penelitian	52
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	52
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian	54
4.1.3	Analisa Hasil Penelitian	59
4.2	Pembahasan	71
4.2.1	Kredibilitas Digital <i>Influencer @adiputramar_</i> Dalam Mempromosikan Tempat Wisata di Media Sosial Instagram	72
4.2.2	Atraksi Digital <i>Influencer @adiputramar_</i> Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Di Media Sosial Instagram	80
4.2.3	Kekuasaan Digital <i>Influencer @adiputramar_</i> Dalam Mempromosikan Tempat Wisata di Media Sosial Instagram	83
4.2.4	Peran Digital <i>Influencer @adiputramar_</i> Dalam Mempromosikan Tempat Wisata di Media Sosila Instagram	85
BAB V		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		90