

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	6
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	6
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
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 TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	11
2.1.2 Tinjauan Media Sosial	12
2.1.6.1 Pengertian Media Sosial	12
2.1.6.2 Fungsi Media Sosial	13
2.1.6.3 Karakteristik Media Sosial	14
2.1.6.4 Jenis-jenis Media Sosial	15
2.1.3 Tinjauan Tentang Media Sosial Instagram	16
2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	20
2.1.4.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	20
2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Pemasaran	23
2.1.4.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	24
2.1.5 Tinjauan Tentang Metode SOSTAC	26
2.1.6 Tinjauan Tentang Pariwisata	29
2.2 Kerangka Pemikiran	32

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian Kualitatif	35
3.2 Informan Penelitian	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Studi Pustaka	39
3.3.2 Studi Lapangan	41
3.4 Uji Keabsahan Data	43
3.5 Teknik Analisis Data	44
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian	46
3.6.1 Lokasi Penelitian	46
3.6.2 Waktu Penelitian	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Objek Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	53
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian	57
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian	64
4.2 Pembahasan	84
4.2.1 <i>Situation Analysis</i>	85
4.2.2 <i>Objective</i>	88
4.2.3 <i>Strategy</i>	90
4.2.4 <i>Tactics</i>	92
4.2.5 <i>Action</i>	94
4.2.6 <i>Controlling</i>	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Infoman Kunci	38
Tabel 3.2 Informan Pendukung	39
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Akun Instagram Situ Mustika Kota Banjar	4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1	Akun Media Sosial Instagram @situmustika_kotabandar	58
Gambar 4.2	Informan Kunci, Dedi Suardi	60
Gambar 4.3	Informan Kunci, Jenny Tjahyani	61
Gambar 4.4	Informan Pendukung, Kresty Amelania Putri	62
Gambar 4.5	Informan Pendukung, Fira Thalia	63
Gambar 4.6	Informan Pendukung, Irwan Herwanto	64
Gambar 4.7	Informan Pendukung, Ende Riki Permana	64
Gambar 4.8	Postingan Terkait Wahana Situ Mustika Kota Banjar	70
Gambar 4.9	<i>Insight</i> Media Sosial Instagram @situmustika_kotabandar ...	87
Gambar 4.10	<i>Situation Analisis</i> Pada Media Sosial Instagram @situmustika_kotabandar	88
Gambar 4.11	<i>Objective</i> Pada Media Sosial Instagram @situmustika_kotabandar	90
Gambar 4.12	<i>Strategy</i> Pada Media Sosial Instagram @situmustika_kotabandar	92
Gambar 4.13	<i>Tactics</i> Pada Media Sosial Instagram @situmustika_kotabandar	94
Gambar 4.14	Tagar/ <i>HashTag</i> Tentang Situ Mustika di Media Sosial Instagram	96
Gambar 4.15	<i>Actions</i> Pada Media Sosial Instagram @situmustika_kotabandar	97
Gambar 4.16	<i>Controlling</i> Pada Media Sosial Instagram @situmustika_kotabandar	99
Gambar 4.17	Metode SOSTAC Pemanfaatan Media Sosial Instagram @situmustika_kotabandar Sebagai Komunikasi Pemasaran.	100