



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
1 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 <i>Instagram</i>	9
2.1.1 Fitur <i>Instagram</i>	9
2.2 Teori <i>Stimulus – Organism – Respon (SOR)</i>	11
2.3 Teori <i>Engagement</i>	14
2.4 Kajian Penelitian Tedahulu	16
2.5 Kerangka Penelitian	19
3 BAB III METODA PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Metode Pengumpulan Data	21
3.3 Instrumen Penelitian.....	22



3.4 Metoda Analisis Data	24
3.5 Profil PT Jasa Marga	27
4 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Deskripsi Data <i>Instagram</i>	30
4.1.1 Jumlah <i>Postingan Feed</i>	31
4.1.2 <i>Likes</i>	33
4.1.3 Komentar	36
4.1.4 <i>Audio video Visual</i>	40
4.2 Analisis dan Pembahasan	41
4.2.1 Profil Narasumber	41
4.2.2 Analisis Hasil Wawancara dan Data Instagram	43
4.2.3 Pembahasan	61
5 BAB V SIMPULAN	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Keterbatasan Penelitian	67
5.3 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN 1	71
LAMPIRAN 2	86
LAMPIRAN 3	88
LAMPIRAN 4	89
LAMPIRAN 5	90



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Fitur Instagram.....	10
Tabel 2.2 Penelitian Sebelumnya.....	16
Tabel 3.1 Metode Pengumpulan Data.....	22
Tabel 3.2 Metode Analisa Data.....	24
Tabel 3.3 Daftar Wawancara Informan <i>Follower Instagram</i> Jasa Marga	25
Tabel 3.4 Daftar Wawancara Informan internal	26
Tabel 4.1 Jenis Konten <i>Instagram</i> Jasa Marga Berdasarkan Jenis	30
Tabel 4.2 Jumlah Konten Berdasarkan Jenis	31
Tabel 4.3 Jumlah <i>Likes</i>	33
Tabel 4.4 Jumlah <i>Likes</i> Rata-Rata per <i>Postingan</i>	34
Tabel 4.5 <i>Postingan Likes</i> Terbanyak dan Paling Sedikit.....	35
Tabel 4.6 Jumlah Komentar	37
Tabel 4.7 <i>Postingan</i> Komentar Terbanyak	38
Tabel 4.8 Jumlah Komentar Balasan JM	39
Tabel 4.9 Jenis Postingan dengan jumlah view terbanyak.....	41
Tabel 4.10 Profil Informan.....	42
Tabel 4.11 Analisa Hasil Wawancara Informan eksternal.....	44
Tabel 4.12 Analisa Hasil Wawancara Informan Internal.....	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sosial Media yang paling sering digunakan tahun 2021 di Indonesia ..	1
.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	20
Gambar 3.1 Panjang Jalan Tol di Indonesia tahun 2021	28
Gambar 4.1 Persentase Jumlah <i>postingan</i> berdasarkan jenis konten	31
Gambar 4.2 Jumlah <i>Postingan Instagram</i> per Bulan	32
Gambar 4.3 Persentase Jumlah <i>Likes Instagram</i> Jasa Marga	33
Gambar 4.4 Rata-rata <i>Likes</i> per <i>Postingan Instagram</i> Jasa Marga	34
Gambar 4.5 <i>Likes</i> Terbanyak dan Paling Sedikit per Jenis <i>Postingan</i>	35
Gambar 4.6 Persentase Jumlah Komentar <i>Instagram</i> Jasa Marga	37
Gambar 4.7 Persentase Jumlah Komentar Balasan JM	39
Gambar 4.8 Persentase Jumlah Komentar Balasan JM	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara Informan internal Perusahaan.....	71
Lampiran 2 Hasil Analisa Wawancara Eksternal Informan.....	86
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	88
Lampiran 4 Hasil Analisa Wawancara Internal Informan	89
Lampiran 5 Hasil Analisa Instagram Jasa Marga Tahun 2020	90