

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PROYEK AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PROYEK AKHIR.....	v
INTISARI.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR SINGKATAN .....	xiv
DAFTAR ISTILAH .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
A. Tinjauan Pustaka .....	10
B. Landasan Teori .....	20
1. Strategi.....	20
2. Pengertian Manajemen Konten .....	24
3. Analisa Manajemen Konten .....	27
3. Instagram .....	32
BAB III PROSEDUR PROYEK AKHIR .....	34
A. Waktu dan Tempat.....	34
B. Metode Pengumpulan Data.....	34
1. Teknik Pengumpulan Data .....	34
2. Alat dan Bahan .....	36
C. Pelaksanaan Kegiatan .....	38
D. Potensi Pasar dan Hilirisasi Produk.....	39
BAB IV PEMBAHASAN.....	44
A. <i>Activity Sources</i> .....	46
1. Aktivitas Internal .....	46
2. Aktivitas Eksternal .....	53
B. <i>Abridgements</i> .....	58
1. Penyederhanaan Informasi .....	58
2. Efisiensi dan Keterbacaan .....	61

1. Aktivitas Internal .....	46
2. Aktivitas Eksternal .....	53
B. <i>Abridgements</i> .....	58
1. Penyederhanaan Informasi .....	58
2. Efisiensi dan Keterbacaan .....	61
C. <i>Activities Context</i> .....	66
1. Waktu Posting .....	67
2. Data dan Analitika .....	69
D. <i>Affordances</i> .....	72
1. Fitur dan Kemampuan Platform .....	72
2. Integrasi Platform .....	74
E. <i>Ascertained Boundaries</i> .....	75
1. Penetapan Batasan .....	75
2. Kepatuhan dan Etika.....	79
F. <i>Actors</i> .....	84
1. Fotografer .....	84
2. Tim Kreatif .....	86
3. Penulis dan Pencipta Konten .....	87
4. Editor dan Kurator Konten .....	88
5. Distributor Konten.....	89
6. Konsumen atau Audiens .....	91
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	93
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	113