

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
MOTTO	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Tinjauan Pustaka.....	8
1.7 Landasan Teori.....	11
1.7.1 Media Sosial.....	11
1.7.2 Instagram.....	14
1.7.3 <i>Social Media Marketing</i>	17
1.8 Metode Penelitian	19
1.8.1 Jenis Penelitian.....	19
1.8.2 Waktu dan Tempat Penelitian	20
1.8.3 Alat Penelitian.....	20
1.8.4 Jenis Data	21
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.8.6 Teknik Analisis Data.....	23
BAB II	26
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	26

2.1 Profil Mavindo Event Organizer.....	26
2.2 Logo Mavindo Event Organizer	27
2.3 Struktur Organisasi Mavindo Event Organizer.....	28
2.4 Visi dan Misi Mavindo Event Organizer	29
2.5 Award Mavindo Event Organizer	30
2.6 Instagram Mavindo Event Organizer	30
2.7 Ruang Lingkup Event Mavindo Event Organizer.....	31
BAB III.....	32
PEMBAHASAN	32
3.1 Hasil Penelitian	32
a. Penggunaan Fitur <i>Feed</i>	33
b. Penggunaan Fitur <i>Stories</i>	34
c. Penggunaan Fitur <i>Tag</i>	35
d. Penggunaan Fitur <i>Hastag</i>	37
e. Penggunaan Fitur <i>Bio</i>	37
f. Penggunaan Fitur <i>Promosi</i>	38
g. Penggunaan Fitur <i>Direct Message</i>	39
h. Penggunaan Fitur <i>Highlight</i>	39
i. Penggunaan Fitur <i>Insight</i>	40
3.2 Diskusi	45
3.2.1 Social Media Marketing Mavindo Event Organizer Menggunakan Instagram ...	45
BAB IV	49
PENUTUP.....	49
4.1 Kesimpulan	49
4.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51
DAFTAR LAMAN.....	52
DAFTAR LAMPIRAN.....	53
DAFTAR NARASUMBER.....	54
DAFTAR PERTANYAAN.....	55