

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR ISTILAH.....	xvi
INTISARI.....	xix
ABSTRACT.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Tinjauan Pustaka.....	9
1.7 Landasan Teori.....	14
1.7.1 Media Sosial.....	14
1.7.2 Instagram.....	16
1.7.3 Promosi.....	18
1.8 Metode Penelitian.....	22
1.8.1 Jenis Penelitian.....	22
1.8.2 Waktu dan Tempat.....	22

1.8.3	Alat Penelitian.....	23
1.8.4	Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.8.5	Jenis Data.....	26
1.8.6	Analisis Data.....	27
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....		29
2.1	Lokasi/Alamat Penelitian.....	29
2.2	Gambaran Umum.....	29
2.2.1	Profil PT.TWC Borobudur, Prambanan, & Ratu Boko.....	29
2.2.2	Profil Unit Teater & Pentas Ramayana Ballet Prambanan.....	31
2.2.3	<i>Venue</i> Ramayana Ballet Prambanan.....	32
a.	Panggung Terbuka.....	32
b.	Panggung Tertutup.....	34
c.	Panggung Kinnara-Kinnari.....	36
2.2.4	Visi Misi Unit Teater & Pentas Ramayana Ballet Prambanan.....	36
2.2.5	Tujuan Unit Teater & Pentas Ramayana ballet Prambanan.....	37
2.2.6	Produk Wisata Ramayana Ballet Prambanan.....	37
2.2.7	Struktur Organisasi Unit Teater & Pentas Ramayana Ballet Prambanan..	40
BAB III PEMBAHASAN.....		43
	Pemanfaatan instagram Sebagai Sarana Promosi.....	43
	Instagram @ramayanaprambanan.....	44
	<i>Followers/Audiens</i>	45
	<i>Post dan Highlights</i>	48
	Likes.....	49
	Comment.....	51
Akun @ramayanaprambanan Sebagai Media Promosi Untuk Pertunjukkan Ramayana Ballet.....		52
1.	Advertising.....	57
2.	Sales Promotion.....	59
3.	Direct Marketing.....	61
4.	Public Relations.....	62

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
4.1 Kesimpulan.....	65
4.2 Saran.....	66
Daftar Pustaka.....	68
Lampiran 1.....	70
Lampiran 2.....	74