

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Manfaat Akademis	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Digital Marketing	6
2.1.1 Pengertian Digital Marketing.....	6
2.1.2 Jenis-Jenis Digital Marketing	6
2.1.3 Sosial Media	8
2.1.4 Instagram	9
2.1.5 Model REAN	10
2.2 Iklan.....	11
2.2.1 Definisi Iklan.....	11
2.2.2 Fungsi Iklan.....	12
2.3 Kerangka Pikir Penelitian	13

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	14
	3.1 Metodologi Penelitian	14
	3.2 Fokus Penelitian	14
	3.3 Lokasi dan Waktu	14
	3.4 Tahap-tahap Penelitian	15
	3.5 Teknik Pengumpulan Data	15
	3.6 Teknik Analisa Data	17
	3.7 Profil Narasumber	18
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	19
	4.1 Profil Perusahaan	19
	4.2 Profil Instagram JCO	20
	4.3 Pembahasan	21
	4.3.1 Reach	22
	4.3.2 Engage	24
	4.3.3 Activate	27
	4.3.4 Nurture	29
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	35
	5.1 Kesimpulan	35
	5.1.1 Evaluasi metode REAN	35
	5.2.1 Proses Evaluasi dengan Metode REAN	36
	5.2 Saran	37
	DAFTAR PUSTAKA	38