

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT.....	III
HALAMAN PENGESAHAN.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	5
1.3 BATASAN PENELITIAN.....	5
1.4 PERUMUSAN MASALAH.....	5
1.5 TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.6 MANFAAT PENELITIAN.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 LANDASAN TEORI.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.1.2 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.1.3 Promosi.....	8
2.1.1.4 Tujuan Promosi.....	8
2.1.2 Media Sosial.....	9
2.1.2.1 Instagram.....	9
2.1.2.2 Media Sosial Marketing.....	9
2.2 KERANGKA BERPIKIR.....	10
BAB III.....	11
METODE PENELITIAN.....	11
3.1 METODE PENELITIAN.....	11
3.2 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	12
3.2.1 Data Primer.....	12
3.2.2 Data Sekunder.....	13
3.3 TEKNIK ANALISI DATA.....	13
3.4 TEKNIK KEABSAHAN DATA.....	14
BAB IV.....	16
ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	16
4.1 GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	16

4.1.1	Profil The Westin Resort Nusa Dua	16
4.2	PROFIL INFORMAN	18
4.2.1	Ratih Budiastuti	19
4.2.2	Fenny Christy	19
4.2.3	Clarissa Suharli	20
4.3	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	20
4.3.1	Tujuan Promosi Melalui Media Sosial Instagram di The Westin Resort Nusa Dua Bali	20
4.3.1.1	Informasi	20
4.3.1.2	Mempengaruhi	23
4.3.1.3	Membujuk	25
4.3.1.4	Mengingatkan	27
4.3.2	Manfaat Promosi Melalui Media Sosial Instagram bagi The Westin Resort Nusa Dua Bali	28
4.3.2.1	<i>Feedback</i> yang diberikan oleh <i>Followers</i>	28
4.3.2.2	Pengaruh dari kolaborasi dengan <i>Influencer</i>	29
4.3.2.3	Pengaruh penggunaan Instagram sebagai media promosi	32
4.4	PEMBAHASAN	34
BAB 5	40
KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1	KESIMPULAN	40
5.2	SARAN	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	44