

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERNYATAAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
RIWAYAT HIDUP .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian .....	2
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Kegunaan Penelitian .....	3
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	3
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	4
1.5 Landasan Pemikiran.....	4
1.5.1 Hasil Terdahulu .....	4
1.5.2 Landasan Teoritis .....	11
1.5.3 Landasan Konseptual.....	12
1.6 Langkah- langkah Penelitian .....	13
1.6.1 Lokasi Penelitian .....	13
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan .....	13
1.6.3 Metode Penelitian .....	14
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	14
1.6.5 Penentuan Informan.....	15

1.6.7	Teknik Analisis Data .....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....		18
2.1	Strategi Marketing <i>Public Relations</i> .....	18
2.1.1	Media Relations .....	20
2.1.2	<i>Event Marketing</i> .....	22
2.1.3	Influencer Marketing .....	25
2.1.4	<i>Content Marketing</i> .....	28
2.1.5	<i>Social Media PR</i> .....	31
2.2	Instagram .....	34
2.2.1	Pengertian Instagram .....	34
2.2.2	Fitur-Fitur Instagram .....	36
2.3	Konsumen.....	39
2.3.1	Pengertian Konsumen.....	39
2.3.2	Peranan Konsumen .....	41
2.3.3	Hak Konsumen .....	41
2.3.4	Tanggung Jawab Konsumen.....	43
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
3.1	Gambaran Umum Nutriti.id.....	44
3.2	Visi dan Misi .....	45
3.3	Logo dan Arti Lambang.....	46
3.4	Informan Peneltian.....	47
3.5	Hasil Penelitian.....	47
3.5.1	Strategi Marketing Public Relations Nutriti.id Membangun Opini Publik Sebagai Pembentuk Brand Image Nutriti di dalam Instagram.....	47
3.5.2	Strategi Marketing Public Relations dalam Aspek <i>Content</i> pada Pengelolaan Instagram @nutriti.id .....	61
3.5.3	Hambatan dan Peluang dalam Mengelola Akun Instagram @nutriti.id .....	72

3.6 Hasil Pembahasan Penelitian .....	84
3.6.1 Strategi Marketing Public Relations Nutriti.id Membangun Opini Publik Sebagai Pembentuk Brand Image Nutriti di dalam Instagram .....	84
3.6.2 Strategi Marketing Public Relations dalam Aspek Content pada Pengelolaan Instagram @nutriti.id .....	87
3.6.3 Hambatan dan Peluang dalam Mengelola Akun Instagram @nutriti.id .....	91
 BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....	 94
4.1 Simpulan.....	94
4.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN .....	99



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....	8
--------------------------------------	---



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Profil Instagram @Nutriti.id .....	44
Gambar 3.2 Logo Instagram @Nutriti.id .....	46
Gambar 3.3 Konten Instagram @Nutriti.id yang Mengedukasi .....	48
Gambar 3.4 Konten Instagram @Nutriti.id dengan dilengkapi Infografis .....	49
Gambar 3.5 Konten Edukatif yang dilengkapi dengan beragam tips .....	50
Gambar 3.6 Interaksi antara @Nutriti.id dengan Pengikut di Instagram .....	52
Gambar 3.7 Kolaborasi bersama Influencer dengan audiens yang relevan .....	55

