

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	19
ABSTRAK	xix
<i>ABSTRACT</i>	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	17
C. Batasan Masalah	18
D. Tujuan Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	21
1. Teori CMC (Computer Mediated Communication).....	21
2. Model Synchronous dan Asynchronous CMC.....	28
3. Penggunaan CMC dalam Teknologi New Media/Media Baru	30
B. Landasan Konsep.....	33
1. Media Sosial.....	33
2. Instagram.....	34
C. Penelitian Sebelumnya.....	40
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS	

A. Metode Penelitian	45
1. Jenis Penelitian.....	45
2. Lokasi Penelitian.....	46
3. Nara Sumber atau Informan Penelitian	46
4. Sumber Data.....	50
5. Teknik Pengumpulan Data	51
6. Kerangka Pemikiran.....	53
B. Metode Analisis	54
1. Uji Keabsahan/Validitas dan Reliabilitas Data	54
2. Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	57
1. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	58
2. Visi dan Misi	61
3. Struktur Organisasi Pengelola Akun Instagram @elsotelpurwokerto	62
4. Strategi <i>Branding</i> Akun Instagram @elsotelpurwokerto.....	65
5. Segmenting Dan Targeting Akun Instagram @elsotelpurwokerto	67
6. Jenis Konten Unggahan Akun Instagram @elsotelpurwokerto	69
a. Interaksi Komunikasi CMC (<i>Computer Mediated Communication</i>) Impersonal Pada Akun Instagram @elsotelpurwokerto.....	78
b. Interaksi Komunikasi CMC (<i>Computer Mediated Communication</i>) Interpersonal Pada Akun Instagram @elsotelpurwokerto.....	78
c. Interaksi Komunikasi CMC (<i>Computer Mediated Communication</i>) Hypersonal Pada Akun Instagram @elsotelpurwokerto	79
B. Pembahasan.....	80
1. Strategi <i>Branding</i> Akun Instagram @elsotelpurwokerto.....	80
2. Model Teori CMC (Computer Mediated Communication)	83
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	99
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR ISTILAH
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Hotel dan Jasa Akomodasi di Kabupaten Banyumas, 2015-2018.....	2
Tabel 1.2 Perbandingan 5 hotel jumlah <i>Followers</i> Instagram	7
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	40
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Sebelumnya.....	42
Tabel 3. 1 Data Narasumber dan Informan Penelitian.....	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Hotel dan Jasa Akomodasi di Kabupaten Banyumas, 2015-2018	3
Gambar 1. 2 Jumlah pengikut akun Instagram.....	7
Gambar 1. 3 Perbandingan Akun Instagram Hotel	10
Gambar 1. 4 Perbandingan Highlights Instagram	12
Gambar 1. 5 Perbandingan Konten Event Instagram.....	13
Gambar 1. 6 Perbandingan Promosi Hidangan Hotel	15
Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 3. 2 Tahapan Analisis Data	55
Gambar 4. 1 Logo Elsotel By Daphna	58
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Pengelola @elsotelpurwokerto	62
Gambar 4. 3 Konten Foto Kamar Hotel Elsotel.....	70
Gambar 4. 4 Konten Penawaran Khusus Hotel Elsotel	70
Gambar 4. 5 Konten Acara Bagi Takjil Hotel Elsotel	71
Gambar 4. 6 Konten Gaya Hidup.....	71
Gambar 4. 7 Media Partner Influencer.....	76
Gambar 4. 8 Media Partner Influencer.....	77
Gambar 4. 9 Media Partner Influencer.....	77
Gambar 4. 10 Akun Instagram Hotel Elsotel.....	86
Gambar 4. 11 Unggahan Feedss dan Tagging	87
Gambar 4. 12 Unggahan Reels dan Caption	88
Gambar 4. 13 Komentar Followers	90
Gambar 4. 14 Konten Media Partner Influencer	92
Gambar 4. 15 Konten GiveAway Ramadhan.....	93
Gambar 4. 16 Konten Repost Stories.....	94
Gambar 4. 17 Unggahan terbaru	96
Gambar 4. 18 Komentar Followers.....	96
Gambar 4. 19 Komentar dan Umpan Balik.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. 1 Kartu Bimbingan I
- Lampiran 1. 2 Kartu Bimbingan II
- Lampiran 2. 1 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 3. 1 Hasil Wawancara
- Lampiran 4. 1 Dokumentasi Penelitian

