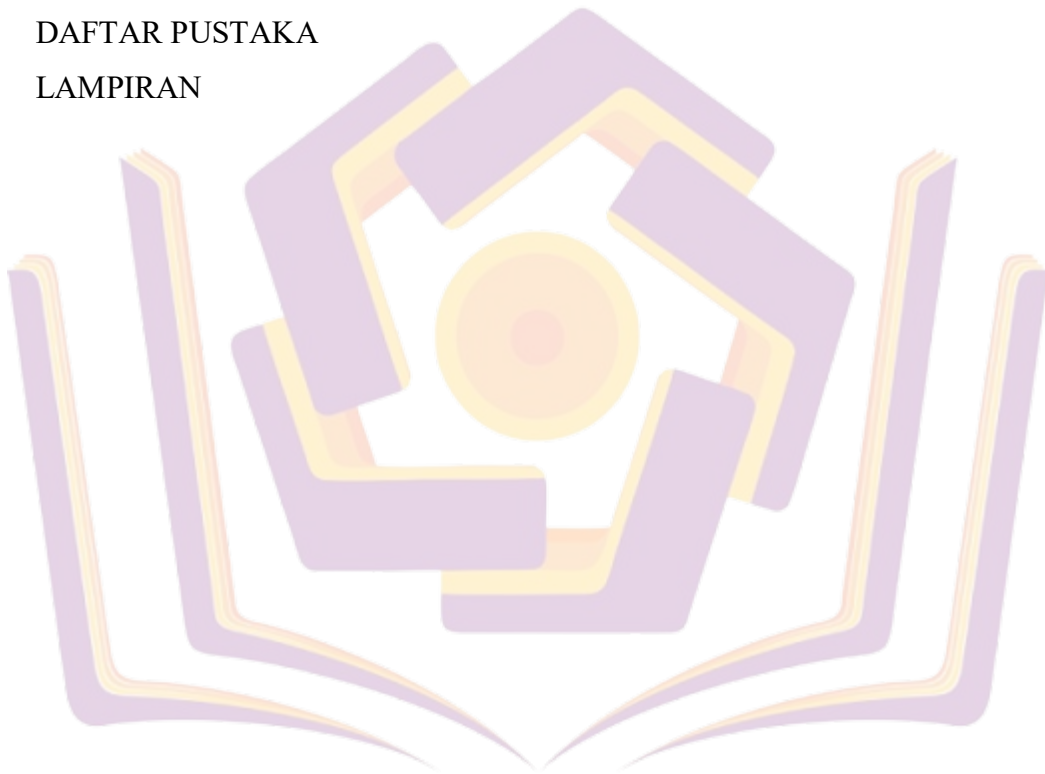


DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Sebelumnya.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
B. Metode Pengumpulan Data.....	37
C. Alat dan Bahan Penelitian.....	38
D. Konsep Penelitian	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44

A. <i>Plan</i> (Perencanaan).....	44
B. <i>Reach</i>	48
C. <i>Act</i>	52
D. <i>Convert</i>	55
E. <i>Engage</i>	58
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



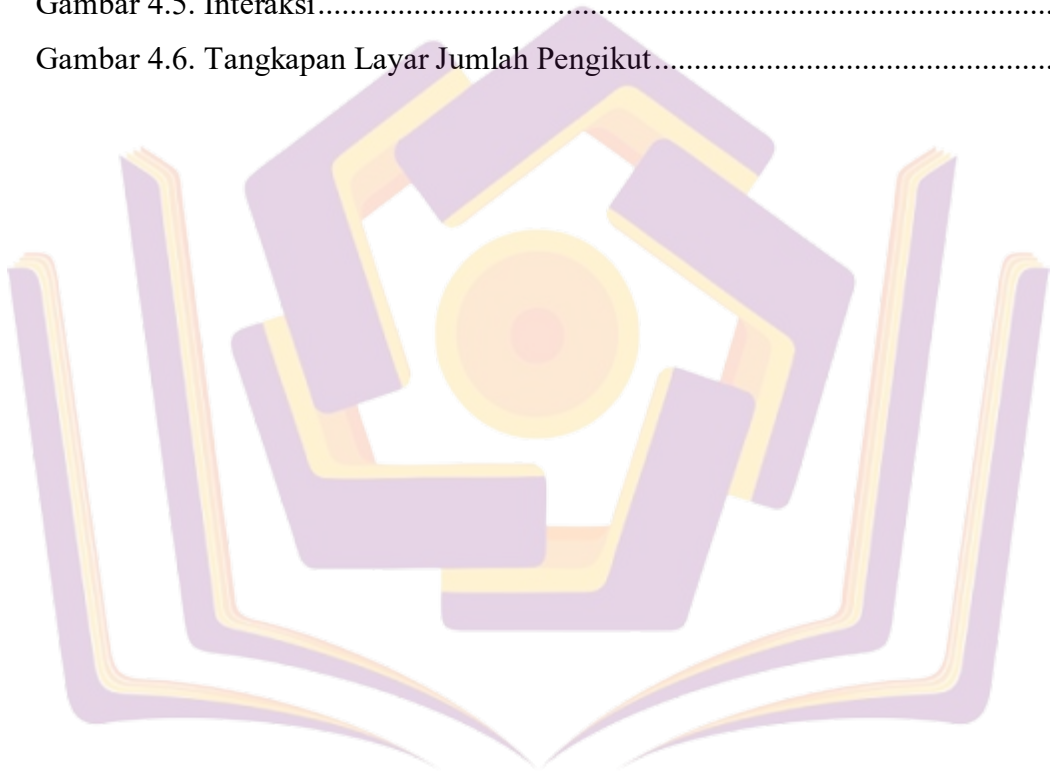
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya	36
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. <i>RACE Framework</i>	41
Gambar 4.1. Tangkapan Layar Akun PT Bhanumitra Indo Asia.....	45
Gambar 4.2. Setting Iklan	49
Gambar 4.3. Lanjutan Setting Iklan	50
Gambar 4.4. Tangkapan Layar Tayangan.....	51
Gambar 4.5. Interaksi.....	52
Gambar 4.6. Tangkapan Layar Jumlah Pengikut.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan

