

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Teori.....	7
1.5.1 Efek Terhubung (Connect)	8
1.5.2 Efek Jaringan (Network).....	9

1.5.3	Efek Informasi (Information)	9
1.5.4	Efek Dinamis (Dynamic).....	10
1.5.5	Efek Ketepatan Waktu (Timeliness).....	11
1.5.6	Keterikatan.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	New Normal	12
2.1.1	Pengertian New Normal	12
2.2	New Normal Wedding.....	13
2.2.1	Pengertian New Normal Wedding.....	13
2.3	Komunikasi pemasaran.....	13
2.3.1	Pengertian Komunikasi pemasaran	13
2.4	Promosi.....	14
2.4.1	Pengertian Promosi.....	14
2.5	Internet.....	15
2.5.1	Pengertian Internet.....	15
2.6	Media Sosial	16
2.6.1	Pengertian Media Sosial	16
2.6.2	Fungsi Media Sosial	17
2.6.3	Karakteristik Media Sosial	18
2.6.4	Jenis-jenis Media Sosial	19
2.7	Pengertian Konten	22
2.8	Instagram sebagai Media Sosial	23
2.9	Penelitian Terdahulu.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Subjek Penelitian	27
3.3 Lokasi Penelitian	28
3.4 Objek Penelitian	28
3.5 Sumber Data	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data	29
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.8 Uji Keabsahan Data	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Patron Wedding Organizer	34
4.1.1 Sejarah	34
4.1.2 Struktur Organisasi	35
4.1.3 Demografi Pengakses	37
4.1.4 Logo dan Motto Perusahaan	38
4.1.5 Visi dan Misi	39
4.1.6 Keunggulan	39
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Instagram Patron Wedding Organizer	40
4.2.1.1 Tampilan Konten Instagram Patron Wedding Organizer	40
4.2.2 Back Office	45
4.2.3 Kondisi Lapangan berdasarkan setiap Efek	46

4.2.3.1 Connect.....	47
4.2.3.2 Network	51
4.2.3.3 Information	53
4.2.3.4 Dynamic.....	55
4.2.3.5 Timeliness.....	57
4.3 Pembahasan.....	58
4.3.1 Peran dari Patron Wedding Organizer.....	59
4.3.2 Keterlibatan Klien terhadap Instagram Patron Wedding Organizer.....	65
4.3.3 Hasil secara general dari sudut pandang penulis	67

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN