

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Rumusan Masalah	24
1.4 Manfaat Penelitian.....	25
1.4.1 Manfaat Akademis	25
1.4.2 Manfaat Praktis	25
1.5 Kerangka Pemikiran	25
1.5.1 Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram	25
1.5.2 Efektivitas Komunikasi Pemasaran	28
1.5.3 Customer Path 5A	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	32
2.1 Komunikasi Pemasaran	32
2.2 Tinjauan Tentang Media Sosial.....	33
2.3 Tinjauan Tentang Instagram.....	35
2.3.1 Insight Instagram.....	36
2.4 Rumah Sakit Pendidikan	37
2.5 Penelitian Sebelumnya	38
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Lokasi Penelitian	44
3.3 Objek Penelitian	44

3.4	Subjek Penelitian.....	45
3.5	Jenis Data	48
3.5.1	Data Primer	48
3.5.2	Data Sekunder.....	48
3.6	Teknik Pengumpulan Data	49
3.7	Teknik Analisis Data	50
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1	Profil Rumah Sakit Akademik Universitas Gadjah Mada	53
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	54
4.1.3	Produk dan Layanan.....	55
4.1.4	Profil Informan.....	56
4.2	Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram	63
4.2.1	Media Sosial Instagram Rumah Sakit Akademik UGM.....	63
4.2.2	Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Akademik UGM melalui Media Sosial Instagram	66
4.3	Efektivitas Komunikasi Pemasaran melalui Instagram.....	72
4.3.1	Customer Path 5A Komunikasi Pemasaran Layanan Vaksinasi Covid-19	74
4.3.2	Faktor yang Melandasi Topik Vaksinasi Covid-19 Efektif Dipromosikan Melalui Instagram	86
4.3.3	Respon Khalayak Atas Informasi Vaksinasi Covid-19 pada Instagram Rumah Sakit Akademik UGM.....	90
4.3.4	Perbandingan Respon Khalayak atas Konten Vaksinasi..... Covid-19 dengan Layanan di RSA UGM.....	98
4.3.5	Peningkatan Jumlah Pasien Vaksinasi Covid-19 di Rumah Sakit Akademik UGM	102
4.4	Analisis dan Pembahasan	105
BAB V PENUTUP.....		109
5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA		112

LAMPIRAN.....	115
Lampiran 1. Pedoman Wawancara dengan Pihak Pemasaran, Humas, dan Publikasi Rumah Sakit Akademik UGM.	115
Lampiran 2. Pedoman Wawancara dengan Pasien yang Merupakan Pengikut dari Akun Instagram @rsugm.	117
Lampiran 3. Transkrip Wawancara dengan Kepala Instalasi Pemasaran, Humas, dan Publikasi	119
Lampiran 4. Transkrip Wawancara dengan Penanggung Jawab Divisi Publikasi, Instansi Pemasaran, Humas, dan Publikasi RSA UGM.....	124
Lampiran 5. Transkrip Wawancara dengan Staff Publikasi dan Admin Instagram RSA UGM.....	129
Lampiran 6. Transkrip Wawancara dengan Pasien	132
Lampiran 7. Dokumentasi Wawancara	153
Lampiran 8. Bukti Informan Merupakan Followers Instagram RSA UGM ...	156