

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.5.1 <i>The Circular Model of Some</i>	9
1.6 Kerangka Pemikiran	14
BAB II	15
2.1 Strategi Pengelolaan	15
2.2 Media Baru (<i>New Media</i>)	17
2.3 Media Sosial	19
2.4 Instagram	21
2.5 Brand Awareness.....	22
2.6 Brand Engagement	23
2.7 Penelitian Terdahulu	25

BAB III.....	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	32
3.2.1 Objek Penelitian	32
3.2.2 Subjek Penelitian	33
3.3 Sumber Data	33
3.3.1 Data Primer	33
3.3.2 Data Sekunder.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Wawancara.....	34
3.4.2 Observasi.....	34
3.4.3 Studi Pustaka.....	35
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.6 Keabsahan Data	37
BAB IV	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum Bank Indonesia.....	38
4.1.2 Gambaran Umum Bank Indonesia Institute (BI Institute).....	40
4.1.3 Gambaran Umum Perpustakaan Bank Indonesia	43
4.1.4. Strategi Pengelolaan Instagram @PerpusBI dalam Meningkatkan <i>Awareness</i> dan <i>Engagement</i> Audiens	47
4.1.5 <i>Awareness</i> dan <i>Engagement</i> dengan Audiens Instagram @PerpusBI..	70
4.1.6 Temuan Penelitian	77
4.2 Pembahasan	81
4.2.1 Irisan Konsep Media Sosial Perpustakaan Kantor Pusat BI dengan Konsep <i>The Circular Model of SOME</i>	81
4.2.2 Implementasi <i>The Circular Model of SOME</i>	84
BAB V	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99

LAMPIRAN.....	102
Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	102
Lampiran 2. <i>Interview Guide</i>	103
Lampiran 3. Transkrip Wawancara.....	106
Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara	132
Lampiran 5. Bukti Persentase Plagiasi.....	135