

DAFTAR ISI

Persetujuan Pembimbing	i
Persetujuan Akhir Skripsi	ii
Pernyataan Keaslian	iv
Persembahan	v
Prakata	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Diagram	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Batasan Masalah	6
E. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Akademis	6
2. Manfaat Praktis	6
3. Manfaat Bagi Kelembagaan	7
4. Manfaat bagi Peneliti	7
F. Penelitian Terdahulu	8
G. Kerangka Pemikiran	11
1. Komunikasi Periklanan dan Potensi UKM di Indonesia	11
2. Media Sosial Instagram dan Periklanan Online	15
3. Potensi Penggunaan Instagram sebagai Media untuk Meningkatkan Daya Saing UKM Kabupaten Tulungagung	17
4. Definisi Operasional	20
5. Unit Analisis	24
H. Metodologi Penelitian	36

1. Paradigma Penelitian	36
2. Metode Penelitian	37
3. Fokus Penelitian	37
4. Objek Penelitian	37
5. Populasi dan Sampel	38
6. Teknik Pengumpulan Data	38
7. Teknik Analisa Data	38
8. Uji Normalitas Data	39
9. Teknik Penyajian Data	40
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	41
A. Pengertian Representasi	41
B. Urgensi Daya Saing dan Pentingnya Daya Saing dalam Mengembangkan Unit Usaha	42
C. Keberadaan dan Kontribusi UKM dalam Membangun Perekonomian Negara	45
D. Peran Sosial Media Instagram bagi UKM	51
E. Representasi Daya Saing UKM Tulungagung pada Platform Instagram	53
BAB III. OBJEK PENELITIAN	56
A. Perkembangan UKM di Kabupaten Tulungagung	56
B. UKM dan Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran	58
A. Ayya Craft	59
BAB IV. PEMBAHASAN	62
A. Penggunaan Instagram oleh akun Instagram @ayyacraft	62
B. Representasi Penggunaan Media Sosial Pada akun @ayyacraft ...	73
C. Instagram dan Daya Saing pada platform instagram	86
D. Daya Saing pada Platform Instagram UKM Tulungagung @ayyacraft	94
E. Potensi Instagram untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha	

Kecil dan Menengah (UKM) Kabupaten Tulungagung	98
BAB V. PENUTUP.....	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
RIWAYAT HIDUP PENULIS	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	102
REFERENSI	113