

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Penelitian .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
1.5 Waktu Penelitian .....	7
1.6 Lokasi Penelitian .....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Kajian Pustaka .....	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran di Era Digital.....	8
2.1.2 Media Sosial.....	9
2.1.3 <i>Fashion</i> pada remaja.....	13
2.1.4 Kampanye Konvensional dan Kampanye Digital.....	15
A. Jenis-jenis Kampanye.....	17
B. Kampanye Digital.....	17
C. Model AISAS .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
<b>3.1 Metode Penelitian .....</b>	<b>35</b>
<b>3.2 Paradigma Penelitian .....</b>	<b>35</b>
<b>3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....</b>	<b>36</b>
<b>3.3.1 Subjek Penelitian .....</b>	<b>36</b>
<b>3.3.2 Objek Penelitian.....</b>	<b>36</b>
<b>3.3.3 Alat Analisis.....</b>	<b>36</b>
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>37</b>
<b>3.4.1 Sumber Data.....</b>	<b>37</b>
<b>3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>38</b>
<b>a. Observasi Tidak Terstruktur .....</b>	<b>39</b>
<b>b. Studi Pustaka .....</b>	<b>40</b>
<b>c. Wawancara Tidak Terstruktur .....</b>	<b>40</b>
<b>3.4.3 Informan Penelitian .....</b>	<b>40</b>
<b>3.5 Metode Analisis dan Keabsahan Data .....</b>	<b>42</b>
<b>3.5.1 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>42</b>
<b>3.5.2 Teknik Keabsahan Data .....</b>	<b>43</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
<b>4.1 Karakteristik Informan .....</b>	<b>44</b>
<b>4.2 Data Informan .....</b>	<b>45</b>
<b>4.2.1 Informan Kunci.....</b>	<b>45</b>
<b>4.2.2 Informan Pendukung .....</b>	<b>49</b>
<b>4.2.3 Informan Ahli.....</b>	<b>50</b>
<b>4.3 Hasil Penelitian .....</b>	<b>51</b>
<b>4.3.1 Kesadaran (<i>Attention</i>).....</b>	<b>51</b>
<b>4.3.2 Ketertarikan (<i>Interest</i>).....</b>	<b>57</b>
<b>4.3.3 Pencarian (<i>Search</i>).....</b>	<b>62</b>
<b>4.3.4 Tindakan (<i>Action</i>) .....</b>	<b>65</b>
<b>4.3.5 Membagikan (<i>Share</i>) .....</b>	<b>73</b>
<b>4.4 Pembahasan .....</b>	<b>82</b>
<b>4.4.1 <i>Attention</i> .....</b>	<b>83</b>
<b>4.4.2 <i>Interest</i>.....</b>	<b>84</b>
<b>4.4.3 <i>Search</i> .....</b>	<b>86</b>

4.4.4 <i>Action</i> .....	88
4.4.5 <i>Share</i> .....	90
4.4.6 Pembahasan Data Etnografi Virtual.....	92
4.3 Model Kampanye digital melalui tagar berkain bersama di Instagram...	96
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>98</b>
5.1 Kesimpulan .....	98
5.2 Saran.....	99
5.2.1 Saran Praktis.....	99
5.2.2 Saran Akademik .....	99
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>103</b>