

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.2.1 Komunikasi	13
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.3 Media Sosial.....	31
2.2.4 Instagram.....	35
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Paradigma Penelitian	48
3.2 Metode Penelitian	49
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	50
3.3.1 Subjek Penelitian.....	50
3.3.2 Objek Penelitian.....	51
3.4 Lokasi Penelitian.....	51
3.5 Informan Penelitian.....	51

3.6 Unit Analisis Data.....	53
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.8 Teknik Analisis Data.....	57
3.9 Teknik Keabsahan Data	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Profil Informan Penelitian.....	60
4.1.1 Profil dan Karakteristik Informan	63
4.2 Hasil Penelitian	67
4.2.1 Aktivitas Komunikasi Pemasaran	67
4.2.2 Instagram.....	101
4.3 Pembahasan.....	130
4.3.1 Aktivitas Komunikasi Pemasaran	130
4.3.2 Instagram.....	139
BAB V PENUTUP	145
5.1 Kesimpulan	145
5.2 Saran	145
5.2.1 Saran Akademis	145
5.2.2 Saran Praktis	146
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN.....	153