

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Identifikasi Masalah	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Akademis (Teoritis).....	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Komunikasi.....	13
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif	15
2.1.4 Media Sosial	18
2.1.5 Instagram	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	28

3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.3.1 Subjek Penelitian	29
3.3.2 Objek Penelitian.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Metode Analisis dan Penjaga Keabsahan Data	31
3.6 Unit Analisis Penelitian	34
3.7 Informan Penelitian	34
3.7.1 Informan Kunci.....	35
3.7.2 Informan Pendukung.....	36
3.7.3 Informan Ahli	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif	40
4.2 Pembahasan	66
4.2.1 Strategi Pesan.....	67
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Akademis	94
5.2.2 Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	99