

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG LUAR	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.6 Waktu Penelitian.....	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori	11
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	12
2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	13
2.1.4 Media Sosial	15
2.1.5 Instagram.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17

2.3 Kerangka Pemikiran (Penelitian).....	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian	32
3.2 Paradigma Penelitian	33
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	34
3.3.1 Subjek Penelitian	34
3.3.2 Objek Penelitian	34
3.4 Lokasi Penelitian	34
3.5 Informan Penelitian	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6.1 Wawancara.....	36
3.6.2 Observasi	36
3.7 Informan	37
3.8 Unit Analisis.....	39
3.8 Teknik Analisis Data	39
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	41
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Komunikasi Pemasaran.....	43
4.2 Karakteristik Informan	44
4.3 Hasil Wawancara.....	46
4.3.1 Personal Selling (Customer Care)	46
4.3.2 Promosi Penjualan.....	52
4.3.3 Hubungan Masyarakat (Publisitas).....	58
4.4 Hasil Pembahasan.....	64
BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70

LAMPIRAN 72
LAMPIRAN 1 76
LAMPIRAN 2 80
LAMPIRAN 3 83
LAMPIRAN 4 86
LAMPIRAN GAMBAR 89