

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Tahapan Penelitian	9
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
1.6.1 Lokasi Penelitian	9
1.6.2 Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Skripsi	12
2.1.2 Jurnal Nasional	16
2.1.3 Jurnal Internasional	18
2.2 Tinjauan Teori	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	20
2.2.1.1 Komunikasi melalui Strategi Pemasaran	21
2.2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Era Digital dalam Analisis SOSTAC	23
2.2.2 Internet	24
2.2.3 <i>New Media</i>	26
2.2.4 Media Sosial	27
2.2.5 Instagram	31

2.2.6 Foodstagram	34
2.2.7 Media sosial dan Pemasaran	35
2.3 Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian	38
3.2 Metodologi Penelitian	38
3.2.1 Studi Kasus	39
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	40
3.3.3 Subjek Penelitian	40
3.3.2 Objek Penelitian	40
3.4 Definisi Konsep	41
3.5 Unit Analisis	42
3.6 Informan	43
3.7 Teknik Pengumpulan Data	44
3.7.1 Wawancara	44
3.7.2 Observasi	45
3.8 Teknik Keabsahan Data	46
3.9 Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum	49
4.2 Karakteristik Informan	50
4.3 Hasil Penelitian	53
4.3.1 Strategi dan Taktik Komunikasi Pemasaran dalam Analisis SOSTAC	53
4.4 Pembahasan	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Simpulan	94
5.2 Saran	95
5.2.1 Saran untuk <i>foodstagrammer</i>	95
5.2.2 Saran untuk Penelitian selanjutnya	96
DAFTAR PUSTAKA	97

