

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Depan</b>	
<b>Lembar Pengesahan</b>	
<b>Lembar Pernyataan</b>	
<b>Kata Pengantar</b> .....	i
<b>Daftar Isi</b> .....	iv
<b>Daftar Tabel</b> .....	vi
<b>Daftar Gambar</b> .....	vii
<b>Abstrak</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Tahapan Penelitian .....	10
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Tinjauan Teoritis .....	19
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	19
2.2.1.1 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	20
2.2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	24
2.2.2 Segmentasi .....	25
2.2.3 Mediamorfosis .....	26
2.2.4 New Media .....	26
2.2.4.1 Karakteristik New Media .....	26
2.2.4.2 Jenis-jenis New Media .....	28
2.2.5 Media Sosial .....	29
2.2.5.1 Karakteristik Media Sosial .....	29
2.2.5.2 Jenis-jenis Media Sosial .....	29
2.2.5.3 Media Sosial dan Pemasaran .....	30
2.2.5.4 Strategi Komunikasi Media Sosial .....	30
2.2.6 Instagram .....	32
2.3 Kerangka Pemikiran .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	37
3.2 Metode Penelitian .....	37
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	38

3.3.1	Subjek Penelitian .....	38
3.3.2	Objek Penelitian .....	38
3.4	Informan Penelitian .....	38
3.5	Definisi Konsep .....	39
3.6	Unit Analisis .....	40
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.7.1	Wawancara .....	41
3.7.2	Observasi .....	41
3.7.3	Dokumentasi .....	41
3.8	Teknik Keabsahan Data .....	41
3.9	Teknik Analisis Data .....	42
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Penelitian .....	44
4.1.1	Media Kampus Bandung .....	44
4.1.2	Smile Motion .....	47
4.2	Karakteristik Informan .....	48
4.3	Hasil Penelitian .....	50
4.3.1	Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial .....	51
4.3.1.1	<i>Message Strategy</i> .....	51
4.3.1.2	<i>Creative Strategy</i> .....	53
4.3.1.3	<i>Media Strategy</i> .....	54
4.4	Pembahasan dan Analisis Penelitian .....	55
4.4.1	Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial .....	56
4.4.1.1	<i>Message Strategy</i> .....	56
4.4.1.2	<i>Creative Strategy</i> .....	57
4.4.1.3	<i>Media Strategy</i> .....	58
4.4.2	Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran .....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	60
5.2	Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		