

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Aspek Teoritis.....	9
1.4.2 Aspek Praktis.....	9
1.5 Tahapan Penelitian.....	10
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.6.2 Waktu Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Media Baru.....	20
2.3 Media Sosial.....	21
2.3.1 Jenis-Jenis Media Sosial.....	23
2.4 Instagram.....	24
2.5 Tinjauan Komunikasi Pemasaran.....	27
2.5.1 Komunikasi Pemasaran.....	27
2.6 Komunikasi Pemasaran Melalui Internet.....	31
2.6.1 Model Komunikasi Pemasaran Melalui Internet.....	32
2.7 Tinjauan Strategi.....	33

2.7.1 Definisi Strategi.....	33
2.7.2 Strategi untuk Komunikasi Pemasaran yang Efektif.....	34
2.8 Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III.....	38
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	39
3.4 Unit Analisis.....	40
3.5 Informan Penelitian.....	41
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	44
BAB IV.....	45
4.1 Karakteristik Informan.....	45
4.1.1 Informan Kunci 1.....	45
4.1.2 Informan Kunci 2.....	46
4.1.3 Informan Pendukung.....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Martabak Mertua melalui Media Sosial Instagram.....	48
4.2.2 Strategi Pesan dan Strategi Media dalam Komunikasi Pemasaran melalui Instagram.....	48
4.3 Pembahasan.....	67
BAB V.....	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	vi
LAMPIRAN.....	x