

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Lembar Pengesahan .....	i
Lembar Pernyataan Orisinalitas .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Abstrak .....	v
Abstract .....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Bagan .....	xi
Daftar Tabel .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Identifikasi Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Tahapan Penelitian .....	7
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Tinjauan Pustaka .....	20
2.2.1 Komunikasi .....	20
2.2.2 Pemasaran .....	20
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	21
2.2.5 Media Baru / New Media .....	24
2.2.6 Jejaring Sosial .....	25
2.2.7 Media Sosial.....	25
2.2.8 Instagram.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Metode Penelitian .....	29
3.2 Paradigma Penelitian .....	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	30
3.3.1 Subjek Penelitian.....	30
3.3.2 Objek Penelitian .....	30
3.4 Definisi Konsep .....	30
3.5 Unit Analisis .....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.6.1 Data Primer .....	33
3.6.2 Data Sekunder .....	34
3.7 Teknik Analisis Data .....	34
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Karakteristik Informan .....	36
4.2 Hasil Penelitian.....	37
4.2.1 Strategi Pesan dalam Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram ....	38
4.2.1.1 Isi Informasi Komunikasi.....	38
4.2.1.1.1 Penataan <i>Feeds</i> .....	38
4.2.1.1.2 Kriteria Foto .....	40
4.2.1.1.3 Penggunaan <i>Caption</i> .....	41
4.2.1.1.4 Penggunaan <i>Hashtag</i> .....	42
4.2.1.1.5 Fasilitas Iklan Berbayar.....	43
4.2.1.1.6 Kolom Komentar.....	44
4.2.1.2 Bentuk Kreatif Pesan .....	45
4.2.1.2.1 Pesan Informasional .....	46
4.2.1.2.2 Pesan Emosional .....	47
4.2.2 Strategi Media dalam Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram ...	48
4.2.2.1 Pemilihan Media .....	49
4.2.2.1.1 Pemilihan Media Sesuai dengan Target Pasar ....	50
4.2.2.2 Celah Konsumen .....	51
4.3 Pembahasan .....	52

4.3.1 Isi Informasi Komunikasi.....	53
4.3.1.1 Penataan Feeds .....	53
4.3.1.2 Kriteria Foto .....	54
4.3.1.3 Penggunaan Caption .....	55
4.3.1.4 Penggunaan Hashtag .....	56
4.3.1.5 Penggunaan Fasilitas Iklan Berbayar .....	58
4.3.1.6 Kolom Komentar.....	59
4.3.2 Bentuk Kreatif Pesan.....	60
4.3.2.1 Pesan Informasional .....	61
4.3.2.2 Pesan Emosional .....	61
4.3.3 Pemilihan Media .....	64
4.3.4 Celah Konsumen .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran .....	67
5.2.1 Saran Akademis .....	67
5.2.2 Saran Praktisi .....	67

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1.1 Website Idn <i>Times</i> .....	2
Gambar 1.1.2 Website Idn <i>Times</i> .....	2
Gambar 1.1.3 Website Idn <i>Times</i> .....	2
Gambar 1.1.4 Website Idn <i>Times</i> .....	2
Gambar 1.1.5 Instagram Hi Jack Sandals .....	3
Gambar 1.1.6 Instagram Heiden Shoes .....	3
Gambar 1.1.7 Instagram Navara .....	3
Gambar 1.1.8 Instagram Runo Project .....	3
Gambar 1.1.9 Logo Hi Jack Sandals.....	4
Gambar 1.1.10 Instagram Hi Jack Sandals .....	5

Gambar 1.1.11 Instagram Hi Jack Sandals .....	5
Gambar 1.1.12 Instagram Hi Jack Sandals .....	5
Gambar 1.1.13 Instagram Hi Jack Sandals .....	5
Gambar 4.3.1.1.1 Penataan Feeds .....	54
Gambar 4.3.1.1.2 Penataan <i>Feeds</i> .....	54
Gambar 4.3.1.1.3 Penataan <i>Feeds</i> .....	54
Gambar 4.3.1.1.4 Penataan <i>Feeds</i> .....	54
Gambar 4.3.1.2.1 Kriteria Foto .....	55
Gambar 4.3.1.2.2 Kriteria Foto .....	55
Gambar 4.3.1.2.3 Kriteria Foto .....	55
Gambar 4.3.1.2.4 Kriteria Foto .....	55
Gambar 4.3.1.3.1 Penggunaan <i>Caption</i> .....	56
Gambar 4.3.1.3.2 Penggunaan <i>Caption</i> .....	56
Gambar 4.3.1.3.3 Penggunaan <i>Caption</i> .....	56
Gambar 4.3.1.3.4 Penggunaan <i>Caption</i> .....	56
Gambar 4.3.1.4.1 Penggunaan <i>Hashtag</i> .....	57
Gambar 4.3.1.4.2 Penggunaan <i>Hashtag</i> .....	57
Gambar 4.3.1.4.3 Penggunaan <i>Hashtag</i> .....	57
Gambar 4.3.1.4.4 Penggunaan <i>Hashtag</i> .....	57
Gambar 4.3.1.5.1 Iklan Berbayar .....	58
Gambar 4.3.1.5.2 Iklan Berbayar .....	58
Gambar 4.3.1.5.3 Iklan Berbayar .....	59
Gambar 4.3.1.5.4 Iklan Berbayar .....	59
Gambar 4.3.1.6.1 Kolom Komentar .....	60
Gambar 4.3.1.6.2 Kolom Komentar .....	60
Gambar 4.3.1.6.3 Kolom Komentar .....	60

Gambar 4.3.1.6.4 Kolom Komentar .....	60
---------------------------------------	----

### DAFTAR BAGAN

Bagan 1.6.1 Tahapan Penelitian.....	6
Bagan 2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	28

### DAFTAR TABEL

Tabel 1.7.1 Waktu PenelitianTabel.....	7
Tabel 2.1.1 Skripsi 1 .....	8
Tabel 2.1.2 Skripsi 2 .....	9
Tabel 2.1.3 Skripsi 3 .....	10
Tabel 2.1.4 Skripsi 4 .....	10
Tabel 2.1.5 Skripsi 5 .....	11
Tabel 2.1.6 Jurnal Nasional 1.....	11
Tabel 2.1.7 Jurnal Nasional 2.....	12
Tabel 2.1.8 Jurnal Nasional 3.....	13
Tabel 2.1.9 Jurnal Nasional 4.....	14
Tabel 2.1.10 Jurnal Nasional 5.....	14
Tabel 2.1.11 Jurnal Internasional 1 .....	15
Tabel 2.1.12 Jurnal Internasional 2 .....	16
Tabel 2.1.13 Jurnal Internasional 3 .....	16
Tabel 2.1.14 Jurnal Internasional 4.....	17
Tabel 2.1.15 Jurnal Internasional 5 .....	18
Tabel 2.2.4.1 Komponen Strategi Komunikasi.....	21
Tabel 3.5.1 Unit Analisis .....	32
Tabel 3.7.1 Komponen dalam analisis data .....	34
Tabel 3.8.1 Triangulasi .....	35
Tabel 4.1.1 Karakteristik Informan.....	36
Tabel 4.2.1.1.1.1 Pernyataan Penting Informan Penataan <i>Feeds</i> .....	39
Tabel 4.2.1.1.2.1 Pernyataan Penting Informan Kriteria Foto.....	40
Tabel 4.2.1.1.3.1 Pernyataan Penting Informan Penggunaan <i>Caption</i> .....	41
Tabel 4.2.1.1.4.1 Pernyataan Penting Informan Penggunaan <i>Hashtag</i> .....	43
Tabel 4.2.1.1.5.1 Pernyataan Penting Informan Fasilitas Iklan Berbayar.....	44

Tabel 4.2.1.1.6.1 Pernyataan Penting Informan Kolom Komentar.....	45
Tabel 4.2.1.2.1.1 Pernyataan Penting Informan Pesan Informasional .....	47
Tabel 4.2.1.2.2.1 Pernyataan Penting Informan Pesan Emosional .....	48
Tabel 4.2.2.1.1 Pernyataan Penting Informan Pemilihan Media .....	50
Tabel 4.2.2.1.1.1 Pernyataan Penting Informan Target Pasar .....	51
Tabel 4.2.2.2.1 Pernyataan Penting Informan Celah Konsumen .....	52
Tabel 4.3.2.2.1 Pesan Emosional .....	62
Tabel 4.3.2.2.1 Pesan Emosional .....	63
Tabel 5.1.1 Data Instagram Hi Jack Sandals .....	66