

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Identifikasi Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran yang efektif.....	12
2.3 Media Sosial	15
2.4 Instagram.....	15
2.5 Kerangka Pemikiran	18
2.6 Penelitian terdahulu	19

2.6.1	Jurnal Nasional	19
2.6.2	Skripsi	23
2.6.3	Jurnal Internasional	27
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Paradigma Penelitian	31
3.2	Metode Penelitian	32
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	33
3.3.1	Subjek Penelitian	33
3.3.2	Objek Penelitian	34
3.4	Lokasi Penelitian	34
3.5	Unit Analisis Penelitian	35
3.6	Informan Penelitian	36
3.7	Teknik Pengumpulan Data	37
3.8	Teknik Keabsahan Data	38
3.9	Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Data Informan	41
4.2	Hasil Penelitian	44
4.2.1	Strategi Media	45
4.2.2	Strategi Pesan	53
4.3	Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	68
5.2.1	Saran Teoritis	68
5.2.2	Saran Praktis	69
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN		74

