

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Halaman Abstrak	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.5.1 Kegunaan Teoritis	5
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	6
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	6
1.6.1 Waktu Penelitian	6
1.6.2 Periode Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Melalui Internet.....	9
2.1.3 Strategi untuk Komunikasi Pemasaran yang Efektif	10
2.1.4 Media Sosial	12
2.1.5 Instagram	14
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB 3 METODE PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian	32

3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	33
3.2.1 Subjek Penelitian	33
3.2.2 Objek Penelitian.....	33
3.3 Tempat Penelitian	33
3.4 Unit Analisis Penelitian	33
3.5 Informan Kunci.....	34
3.6 Pengumpulan Data Penelitian	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
3.8 Teknik Keabsahan Data	36
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Karkteristik Informan.....	38
4.2 Hasil Penelitian	40
4.3 Hasil Pembahasan	57
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68