

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Rangkuman Teori	12
2.2 Media Baru	12
2.3 Strategi Promosi	12
2.3.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	13
2.4 Media Sosial	16
2.5 Media Sosial Instagram	16
2.6 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	17
2.7 Kerangka Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Paradigma Penelitian	26
3.2 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	26
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	27
3.3.1 Subjek Penelitian	27

3.3.2 Objek Penelitian.....	27
3.4 Lokasi Penelitian	27
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	27
3.6 Informan Penelitian	28
3.6.1 Informan utama.....	29
3.6.1 Informan Pendukung.....	30
3.7 Pengumpulan Data Penelitian.....	31
3.7.1 Data Primer	31
3.7.2 Data Sekunder.....	32
3.8 Teknik Analisis Data	32
3.8.1 Data <i>Collection</i>	32
3.8.2 Data <i>Reduction</i>	33
3.8.3 Data <i>Display</i>	33
3.8.4 <i>Conclusion Drawing/Verification</i>	33
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Karakteristik Informan	35
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Deskripsi Singkat Perusahaan.....	42
4.2.3 Hasil Wawancara	46
4.2.4 Strategi Promosi.....	46
4.2.5 Bauran Pemasaran 4P	54
4.2.6 Media Sosial Instagram	67
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 Strategi Promosi.....	70
4.3.2 Bauran Promosi.....	72
4.3.3 Sosial Media Instagram	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis	88
DAFTAR PUSTAKA	89

LAMPIRAN	92
----------------	----