

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Kegunaan Penelitian	19
1.4.1 Kegunaan Teoritis	19
1.4.2 Kegunaan Praktis	19
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21
2.1 Kajian Teori	21
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	21
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	22
2.1.3 Strategi Pesan dan Media Dalam Komunikasi pemasaran	23
2.1.3 Media Sosial Instagram Dalam Komunikasi Pemasaran	25
2.1.5 UMKM	26
2.1.6 Fashion	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.2.1 Jurnal Nasional	28
2.2.2 Jurnal Internasional	30
2.3 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODE PENELITIAN	36

3.1 Metode Penelitian.....	36
3.2 Paradigma Penelitian.....	36
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	37
3.3.1 Subjek Penelitian	37
3.3.2 Objek Penelitian	37
3.4 Lokasi Penelitian	37
3.5 Informan Penelitian	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.8 Teknik Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Data Informan	43
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	45
4.3 Pembahasan.....	58
4.3.1 Strategi Pesan	58
4.3.2 Strategi Media.....	60
4.3.3 Model Strategi Komunikasi Pemasaran JJ Detail Boutique Melalui Media Sosial Instagram	62
BAB V	63
KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran Akademis.....	64
5.3 Saran Praktis.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	69