

## DAFTAR ISI

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| KATA PENGANTAR.....                                  | iv                                  |
| ABSTRAK.....   | vi                                  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                | vii                                 |
| DAFTAR ISI.....                                      | viii                                |
| DAFTAR TABEL .....                                   | xi                                  |
| DAFTAR GAMBAR.....                                   | xii                                 |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                | xiii                                |
| BAB I PENDAHULUAN .....                              | 1                                   |
| 1.1 Latar Belakang.....                              | 1                                   |
| 1.2 Tujuan Penelitian .....                          | 18                                  |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian.....                       | 18                                  |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                         | 19                                  |
| 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian .....                | 20                                  |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA.....                           | 21                                  |
| 2.1 Strategi .....                                   | 21                                  |
| 2.2 Komunikasi .....                                 | 22                                  |
| 2.3 Pemasaran.....                                   | 23                                  |
| 2.4 Komunikasi Pemasaran.....                        | 24                                  |
| 2.4.1 Definisi Komunikasi Pemasaran .....            | 24                                  |
| 2.4.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....               | 25                                  |
| 2.5 Bauran Komunikasi Pemasaran.....                 | 26                                  |
| 2.6 Strategi Komunikasi Pemasaran.....               | 27                                  |
| 2.6.1 Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran ..... | 27                                  |
| 2.6.2 Strategi Pesan.....                            | 29                                  |
| 2.6.3 Strategi Media .....                           | 31                                  |
| 2.6.4 Indikator Strategi Komunikasi Pemasaran .....  | 32                                  |
| 2.7 Promosi .....                                    | 34                                  |
| 2.7.1 Tujuan Promosi .....                           | 35                                  |
| 2.8 Periklanan.....                                  | 36                                  |

|  |     |
|--|-----|
| 2.9 Media Sosial .....   | 37  |
| 2.9.1 Instagram .....  | 38  |
| 2.10 Penelitian Terdahulu.....   | 41  |
| 2.11 Kerangka Pemikiran.....   | 67  |
| BAB III METODE PENELITIAN.....   | 68  |
| 3.1 Metode Penelitian .....  | 68  |
| 3.1.1 Paradigma Penelitian .....   | 69  |
| 3.1.2 Subjek dan Objek Penelitian .....  | 70  |
| 3.1.3 Unit Analisis.....   | 70  |
| 3.1.4 Informan Penelitian .....  | 71  |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data .....  | 72  |
| 3.2.1 Data Primer .....  | 73  |
| 3.2.2 Data Sekunder .....  | 74  |
| 3.3 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data.....  | 74  |
| 3.3.1 Metode Analisis Data .....   | 75  |
| 3.3.2 Penjagaan Keabsahan Data.....  | 75  |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....   | 78  |
| 4.1 Karakteristik Informan.....  | 78  |
| 4.1.1 Profil dan Karakteristik Informan .....  | 79  |
| 4.2 Hasil Penelitian.....  | 82  |
| 4.2.1 Strategi Komunikasi Tahap <i>Awareness</i> Dari Nature Bridge Melalui Media Sosial<br><i>Instagram</i> ..... | 83  |
| 4.2.2 Strategi Komunikasi Tahap <i>Interest</i> Dari Nature Bridge Melalui Media Sosial<br><i>Instagram</i> .....  | 89  |
| 4.2.3 Strategi Komunikasi Tahap <i>Desire</i> Dari Nature Bridge Melalui Media Sosial<br><i>Instagram</i> .....    | 91  |
| 4.2.4 Strategi Komunikasi Tahap <i>Action</i> Dari Nature Bridge Melalui Media Sosial<br><i>Instagram</i> .....    | 94  |
| 4.3 Pembahasan .....   | 96  |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....   | 101 |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 101 |
| 5.2 Saran .....  | 101 |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 103 |

LAMPIRAN ..... 108