

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Tahapan Penelitian	10
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	11
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12

2.2	Tinjauan Pustaka	22
2.2.1	Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.1.1	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.1.2	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.2	Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	24
2.2.3	Tools Komunikasi Pemasaran.....	28
2.2.3.1	Advertising.....	29
2.2.3.2	Public Relation	31
2.2.3.3	Personal Selling	33
2.2.3.4	Sales Promotion	38
2.2.3.5	Direct Marketing	39
2.2.4	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	39
2.2.5	New Media	43
2.2.5.1	Media: Cara Baru dan Maknanya	44
2.2.6	Media Sosial.....	46
2.2.6.1	Tipe-tipe dan Karakteristik Media Sosial	50
2.2.7	Instagram.....	52
2.2.7.1	Penggunaan Instagram	52
2.2.7.2	Manfaat Instagram	53
2.2.8	Brand.....	55
2.2.8.1	Pengertian Brand.....	55
2.2.8.2	Manfaat Brand.....	56
2.3	Kerangka Pemikiran.....	59
 BAB III METODE PENELITIAN		60
3.1	Paradigma Penelitian.....	60

3.2	Metode Penelitian.....	61
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	62
3.3.1	Subjek Penelitian.....	62
3.3.2	Objek Penelitian	62
3.4	Definisi Konsep.....	62
3.5	Unit Analisis	63
3.6	Informan Penelitian.....	64
3.6.1	Karakteristik Informan Utama	65
3.6.2	Karakteristik Informan Ahli.....	65
3.6.3	Karakteristik Informan Pendukung	65
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.7.1	Wawancara.....	66
3.7.2	Dokumen	67
3.8	Teknik Analisis Data.....	67
3.9	Teknik Keabsahan Data	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		72
4.1	Karakteristik Informan	72
4.2	Hasil Penelitian	74
4.2.1	Strategi Komunikasi Pemasaran	74
4.2.1.1	Discovery Circle.....	74
4.2.1.2	Intent Circle.....	80
4.2.1.3	Strategy Circle.....	84
4.3	Pembahasan.....	88
4.3.1	Discovery Circle.....	88
4.3.2	Intent Circle.....	90

4.3.3 Strategy Circle.....	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Akademisi	93
5.2.2 Saran Praktis	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	98