

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Rangkuman Teori	12
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	12
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	12
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif	14
2.1.4 Media Baru (<i>New Media</i>)	16
2.1.5 Media Sosial	17
2.1.6 Instagram	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Lokasi Penelitian	34
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	34
3.5 Unit Analisis Penelitian	34

3.6 Informan Penelitian	35
3.7 Pengumpulan Data Penelitian.....	36
3.8 Teknik Analisis Data	37
BAB IV PEMBAHASAN.....	39
4.1 Karakteristik Informan.....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Mengenai Namo.id	40
4.2.2 Mengenai strategi pesan yang dilakukan Namo.id di media sosial Instagram.....	43
4.2.2.1 Isi Pesan.....	43
4.2.2.2 Bentuk Kreatif Pesan.....	44
4.2.3 Mengenai strategi pesan yang dilakukan Namo.id di media sosial Instagram.....	48
4.2.3.1 Pemilihan Media	48
4.2.3.2 Celah Konsumen	49
4.3 Pembahasan	51
4.3.1 Pemanfaatan media sosial Instagram dalam pemasaran	51
4.3.2 Strategi Pesan dalam Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram.....	51
4.3.2.1 Isi Informasi Komunikasi.....	51
4.3.2.2 Bentuk Kreatif Pesan.....	52
4.3.3 Strategi Media dalam Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram.....	52
4.3.3.2 Celah Konsumen	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran	55
5.2.1 Saran Akademis.....	55
5.2.2 Saran Praktis.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58