

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
a. Kegunaan Teoritis	9
b. Kegunaan Praktis	10
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	10
1.6.1 Waktu dan Periode Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Rangkuman Teori	12
2.1.1 Komunikasi.....	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	13
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran yang Efektif	16
2.1.4 Media Baru	19
2.1.5 Instagram Live	20

2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	39
3.2.1 Subjek Penelitian	39
3.3.2 Objek Penelitian.....	40
3.3 Lokasi Penelitian	40
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	41
3.5 Informan Penelitian	41
3.5.1 Informan Kunci.....	41
3.5.2 Informan Pendukung	43
3.5.3 Informan Ahli	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6.1 Wawancara	45
3.6.2 Dokumentasi	46
3.7 Teknik Analisis Data	46
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Karakteristik Informan	49
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Strategi Pesan.....	54
4.2.2 Strategi Media.....	80
4.3 Pembahasan	101
4.3.1 Strategi Pesan	101
a. Isi Informasi Komunikasi	101
b. Bentuk Kreatif Pesan	105
4.3.2 Strategi Media	107
a. Pemilihan Media	107
b. Celah Konsumen.....	112
BAB V PENUTUP.....	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran	116
5.2.1 Saran Akademis	116

5.2.2 Saran Praktis	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN.....	120