

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Rangkuman Teori	12
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	13
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	14
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif	16
2.1.4 Media Sosial	19
2.1.5 Media Sosial Instagram	20

2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	22
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian.....	34
3.2 Paradigma Penelitian	35
3.3 Metode Pengumpulan Data	35
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	37
3.4.1 Subjek Penelitian	37
3.4.2 Objek Penelitian.....	37
3.5 Informan Penelitian	37
3.5.1 Informan Kunci.....	37
3.5.2 Informan Ahli	38
3.6 Lokasi Penelitian	39
3.7 Unit Analisis Penelitian.....	39
3.8 Teknik Analisis Data	41
3.9 Teknik Penjaga Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Hasil Penelitian.....	44
4.1.1 Strategi Pesan.....	44
4.1.2 Strategi Media.....	58
4.2 Pembahasan	68
4.2.1 Strategi Pesan.....	68
4.2.2 Strategi Media.....	73
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran Akademis.....	79
5.3 Saran Praktis.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81

LAMPIRAN.....	84
----------------------	-----------