

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	v
SURAT PERNYATAAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....	6
1.2.1 Fokus Penelitian	6
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
2.1 Kajian Literatur	9
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	9
2.2. Kerangka Konseptual	16
2.2.1 Komunikasi	16
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	16
2.2.2 Strategi.....	23
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	26
2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	26
2.2.3.2 Proses Komunikasi Pemasaran	27
2.2.3.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	29
2.2.4 Media Sosial	29
2.2.4.1 Instagram.....	30
2.2.4.2 Fitur-fitur <i>Instagram</i>	31
2.3 Kerangka Teoritis	35

2.3.1	Integrated Marketing Communication	35
2.3.1.1	Pengertian <i>Integrated Marketing Communication</i>	35
2.3.1.2	Elemen <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	38
2.4	Kerangka Pemikiran.....	52
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN		55
3.1	Subjek, Objek dan Metodologi	55
3.1.1	Subjek Penelitian	55
3.2	Objek Penelitian.....	57
3.3	Metodologi Penelitian	57
3.3.1	Desain atau Paradigma Peneliti	59
3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data	60
3.3.3	Rancangan Analisis Data.....	63
3.3.4	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	66
3.4	Membuka Akses dan Menjalin Hubungan Dengan Subjek Penelitian....	68
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian	69
3.5.1	Lokasi Penelitian	69
3.5.2	Jadwal Penelitian	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		70
4.1	Hasil Penelitian.....	70
4.1.1	<i>Adversiting</i> Yang Dilakukan Ashboel Melalui Media Sosial Instagram..	71
4.1.2	<i>Personal Selling</i> Yang Dilakukan Ashboel Melalui Media Sosial Instagram.	78
4.1.3	<i>Sales Promotion</i> Yang Dilakukan Ashboel Melalui Media Sosial Instagram	85
4.1.4	<i>Publicity</i> Yang Dilakukan Ashboel Melalui Media Sosial Instagram.....	92
4.1.5	<i>Direct Marketing</i> Yang Dilakukan Ashboel Melalui Media Sosial Instagram	99
4.1.6	<i>Event dan Experience</i> Yang Dilakukan Ashboel Melalui Media Sosial Instagram.....	106
4.1.7	Interactive Experience Yang Dilakukan Asbhoel Melalui Media Sosial	112
4.2	Pembahasan Penelitian.....	119
4.2.1	<i>Adversiting</i> Yang Dilakukan Ashboel Melalui Media Sosial Instagram	120
4.2.2	Personal Selling Yang Dilakukan Asbhoel Melalui Media Sosial Instagram	123

4.2.3 Sales Promotion Yang Dilakukan Asbhoel Melalui Media Sosial Instagram	126
4.2.4 Publicity Yang Dilakukan Ashboel Melalui Media Sosial Instagram....	128
4.2.5 Direct Marketing Yang Dilakukan Asbhoel Melalui Media Sosial Instagram	130
4.2.6 Event dan Experience Yang Dilakukan Ashboel Melalui Media Sosial	131
4.2.7 Interactive Marketing Yang Dilakukan Asbhoel Melalui Media Sosial Instagram.....	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	138
5.1. Kesimpulan.....	138
5.2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN.....	144

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis	12
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	69
Tabel 4. 1 Adversiting yang dilakukan oleh Ashboel	74
Tabel 4. 2 Tabulasi Personal Selling Ashboel	81
Tabel 4. 3 Tabulasi Sales Promotion Ashboel	88
Tabel 4. 4 Tabulasi Publicity Ashboel	95
Tabel 4. 5 Tabulasi Direct Marketing Ashboel.....	103
Tabel 4. 6 Tabulasi Event dan Experience Asbhoel	109
Tabel 4. 7 Tabulasi Interactive Marketing	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis Industri Kreatif Kota Bandung Tahun 2018.....	2
Gambar 1. 2 Input dan Output Industri kreatif Kota Bandung	3
Gambar 1. 3 Akun Instagram Ashboel.....	5
Gambar 2. 1 Proses Komunikasi Pemasaran.....	28
Gambar 3. 1 Komponen Analisis Data.....	64
Gambar 3. 2 Teknik Triangulasi	68
Gambar 4. 1 Akun Instagram Asbhoel Yang Banyak Diikuti Pengguna Sosial Media Instagram.....	121
Gambar 4. 2 Promo Asbhoel Dalam Memanfaatkan Sisi Psikologis Konsumen	128
Gambar 4. 3 Konten Yang di Publikasi Oleh Asbhoel Melalui Media Sosial dan Platform Belanja Online	130
Gambar 4. 4 Antusiasme Konsumen Membeli Produk Asbhoel Dalam Rangka Memperingati Ulang Tahun Asbhoel.....	132
Gambar 4. 5 Experience Yang Dilakukan Asbhoel	133
Gambar 4. 6 Interactive Marketing Yang Dilakukan Asbhoel Melalui Instagram	135

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup.....	144
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	145
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara.....	177