

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
RINGKESAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Konteks Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian/Pertanyaan Penelitian.....	8
1.2.1. Fokus penelitian	8
1.2.2. Pertanyaan penelitian.....	8
1.3. Tujuan dan kegunaan penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Kajian Literatur.....	11
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	11
2.2. Kerangka Konseptual	19
2.2.1 Komunikasi.....	19
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi	19
2.2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi.....	20
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi.....	21

2.2.2	<i>Marketing Communication</i>	22
2.2.2.1	Pengertian <i>Marketing Communication</i>	22
2.2.2.2	Proses Komunikasi Pemasaran	25
2.2.3	Strategi Komunikasi.....	26
2.2.3.1	Pengertian Strategi	26
2.2.3.2	Pengertian Promosi.....	27
2.2.4	Media Sosial	28
2.2.4.1	Pengertian Media Sosial.....	28
2.2.4.2	Karakteristik Media sosial	29
2.2.5	Instagram.....	30
2.2.5.1	Pengertian Instagram.....	30
2.2.5.2	Instagram Sebagai Media Sosial	32
2.2.5.3	Fitur-fitur Instagram.....	32
2.3.	Kerangka Teoritis	34
2.3.1	<i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	35
2.3.1.1	Pengertian <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	35
2.3.1.2	Komponen strategi <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	37
2.4	Kerangka Pemikiran	40
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI		44
3.1	Subjek, Objek, dan Metodologi.....	44
3.1.1	Subjek Penelitian	44
3.1.2	Objek Penelitian	48
3.1.3	Metodologi Penelitian	50
3.2	Desain/Paradigma Penelitian.....	51
3.3	Prosedur Pengumpulan Data	52
3.4	Rancangan Analisis Data	54
3.5	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	55
3.6	Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian	56
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	57
3.7.1	Lokasi Penelitian	57
3.7.2	Jadwal Penelitian.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Strategi <i>Advertising</i> Niion melalui Instagram.....	60
4.1.2 Strategi <i>Public Relations</i> Niion melalui Instagram	79
4.1.3 Strategi <i>Event Sponsorship</i> Niion melalui Instagram.....	95
4.1.4 Strategi <i>Sales Promotion</i> Niion melalui Instagram.....	106
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	117
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran melalui <i>Advertising</i>	118
4.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Public Relations</i>	122
4.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Event Sponsorship</i>	126
4.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Sales Promotion</i>	130
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	138
5.1 Simpulan	138
5.2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN.....	146