

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>iii</b>
<b><i>RINGKESAN</i>.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian .....	5
1.2.1. Fokus Penelitian .....	5
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
1.3.2.1. Kegunaan Praktis .....	7
1.3.2.2. Kegunaan Akademis .....	8
1.3.2.3. Kegunaan Teoritis .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>9</b>

2.1. Kajian Literatur .....	9
2.1.1. <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	9
2.2. Kerangka Konseptual.....	13
2.2.1. Komunikasi .....	13
2.2.1.1. Pengertian Komunikasi .....	13
2.2.1.2. Fungsi Komunikasi .....	15
2.2.1.3. Tujuan Komunikasi.....	17
2.2.2. Strategi Komunikasi.....	19
2.2.2.1. Pengertian Strategi Komunikasi.....	19
2.2.2.2. Tahap-tahap Strategi Komunikasi.....	20
2.2.2.3. Tujuan Strategi Komunikasi .....	23
2.2.3. Iklan.....	24
2.2.3.1. Pengertian Iklan .....	24
2.2.3.2. Tujuan Iklan .....	26
2.2.4. Minat Beli.....	27
2.2.4.1. Pengertian Minat Beli .....	27
2.2.4.2. Faktor-faktor Minat Beli .....	29
2.2.5. Media Sosial.....	32
2.2.5.1. Pengertian Media Sosial.....	32
2.2.5.2. Karakteristik Media Sosial.....	33
2.2.6. Instagram.....	35
2.2.6.1. Fitur Media Instagram.....	36
2.3. Kerangka Teoritis.....	39
2.3.1. Strategi Komunikasi Model Harold D. Laswell.....	39
2.4. Kerangka Pemikiran.....	42
<b>BAB III SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI</b>	
<b>PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1. Subjek, Objek, dan Metodologi Penelitian .....	45
3.1.1. Subjek Penelitian.....	45
3.1.2. Objek Penelitian .....	47

3.1.3. Metodologi Penelitian .....	48
3.1.3.1. Desain/Paradigma Penelitian .....	50
3.1.3.2. Prosedur Pengumpulan Data .....	52
3.1.3.3. Rancangan Analisis Data .....	53
3.1.3.4. Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	55
3.1.4. Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	57
3.1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	58
3.1.5.1. Lokasi Penelitian.....	58
3.1.5.2. Jadwal Penelitian.....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1. Gambaran Umum Informan .....	60
4.2. Hasil Wawancara .....	62
4.2.1. Hasil Wawancara Mengenai Sumber .....	62
4.2.2. Hasil Wawancara Mengenai Pesan .....	73
4.2.3. Hasil Wawancara Mengenai Penerima .....	87
4.2.4. Hasil Wawancara Mengenai Efek .....	95
4.3. Pembahasan Hasil Wawancara .....	105
4.3.1. Pembahasan Hasil Wawancara Mengenai Sumber .....	105
4.3.2. Pembahasan Hasil Wawancara Mengenai Pesan .....	107
4.3.3. Pembahasan Hasil Wawancara Mengenai Penerima .....	110
4.3.4. Pembahasan Hasil Wawancara Mengenai Efek .....	113
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>116</b>
5.1. Kesimpulan .....	116
5.2. Saran .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>120</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>124</b>