

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.4.1 Tujuan Penelitian	12
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1 Kajian Literatur	14
2.1.1 Review Penelitian Sejenis	14
2.2 Kerangka konseptual.....	19
2.2.1 Komunikasi.....	19
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Online.....	27
2.2.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran Online	27
2.2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Online	27
2.2.3 Promosi.....	28
2.2.3.1 Tujuan Promosi.....	29
2.2.3.2 Langkah-langkah strategi promosi	30
2.2.4 Media Online.....	32
2.2.4.1 Kelebihan Media Online	33
2.2.4.2 Kekurangan Media Online.....	34
2.2.5 Media Sosial	34
2.2.5.1 <i>Instagram</i>	35
2.2.5.2 <i>E-Commerce</i>	38
2.2.5.3 Marketplace	40
2.3 Kerangka Pemikiran	44

BAB III SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI	46
3.1 Subjek Penelitian.....	46
3.2 Objek Penelitian	47
3.2.1 Profil Harumika	48
3.2.2 Visi Harumika	50
3.2.3 Misi Harumika	50
3.2.4 Makna Logo Harumika	50
3.2.5 Tujuan Harumika.....	51
3.3 Metodologi Penelitian.....	52
3.4 Desain atau Paradigma Penelitian.....	53
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	54
3.6 Rancangan Analisis Data.....	56
3.7 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	58
3.8 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian	59
3.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian	60
3.9.1 Lokasi Penelitian	60
3.9.2 Jadwal Penelitian	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Deskripsi Informan	62
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	66
4.2.1. <i>Computing</i> (memasukan data melalui computer atau media baru) Instagram sebagai media promosi Harumika	67
4.2.2. <i>Communication</i> (komunikasi) Instagram sebagai media promosi Harumika	71
4.2.3. <i>Content</i> (konten) Instagram sebagai media promosi Harumika	76
4.3 Pembahasan Penelitian	83
4.3.1 Computing (Memasukan Data Atau Informasi Melalui Komputer Atau Media).....	84
4.3.2 Communication (Komunikasi)	88
4.3.3 Content (Materi/Isi)	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN – LAMPIRAN	102