

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
<i>RINGKESAN</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	8
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1. Kajian Literatur.....	10
2.1.1. Review Penelitian Sejenis	10
2.2. Kerangka Konseptual.....	13
2.2.1. Komunikasi	13
2.2.2. Strategi	20
2.2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.4. Komunikasi Pemasaran	24
2.2.5. Usaha Kecil Menengah (UKM).....	26
2.2.6. Pengertian Media Sosial	27
2.2.7. Instagram	30
2.3. Kerangka Teoritis.....	33
2.3.1. Teori Integrated Marketing Communication (IMC).....	33

2.4. Kerangka Pemikiran	39
BAB III SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1. Subjek, Objek, dan Metodologi Penelitian	42
3.1.1. Subjek Penelitian	42
3.1.2. Objek Penelitian	45
3.1.3. Metodologi Penelitian	46
3.2. Desain/ Paradigma Penelitian	47
3.3. Prosedur Pengumpulan Data	49
3.4. Rancangan Analisis Data	50
3.5. Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	54
3.6. Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian	54
3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Hasil Penelitian	57
4.1.1. Proses Penelitian	57
4.2. Profil Informan	62
4.3. Analisis Hasil Penelitian	64
4.3.1. Strategi <i>Advertising</i> dalam Komunikasi Pemasaran di Delipel – Tastynas	64
4.3.2. Strategi <i>Personal Selling</i> dalam Komunikasi Pemasaran Delipel – Tastynas	78
4.3.3. Strategi <i>Sales Promotion</i> dalam Komunikasi Pemasaran di Delipel – Tastynas	91
4.4. Pembahasan Penelitian	103
4.4.1. Pembahasan Strategi <i>Advertising</i>	104
4.4.2. Pembahasan Strategi <i>Personal Selling</i>	107
4.4.3. Pembahasan Strategi <i>Sales Promotion</i>	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1. Kesimpulan	112
5.2. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	116