

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
RINGKESAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.2. Fokus penelitian/Pernyataan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis.....	15
1.3.2.2 Kegunaan Akademik.....	15
BAB II.....	17
KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	17
2.1 Kajian Literatur	17
2.2 Kerangka Konseptual	22
2.2.1.1 Definisi Komunikasi	22
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi	24
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi.....	25
2.2.1.4 Tipe Komunikasi	26
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	27
2.2.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	27

2.2.2.2	Proses Komunikasi Pemasaran	29
2.2.2.3	Bentuk Komunikasi Pemasaran	33
2.2.3	Media Sosial	35
2.2.3.1	Definisi Media Sosial.....	35
2.2.3.2	Alasan Media Sosial Sebagai Media Untuk Berbisnis.....	36
2.2.3.3	Hambatan Media Sosial Dalam Pemasaran	39
2.2.4	Instagram	43
2.2.3.1	Definisi Instagram.....	43
2.2.3.2	Fitur Dalam Instagram	45
2.2.3.3	Manfaat Instagram Sebagai Media Pemasaran	47
2.3	Kerangka Teoritis.....	51
2.3.1	Teori AISAS	51
2.3.1.1	Definisi AISAS	51
2.3.1.2	Tahapan Model AISAS.....	52
2.3.2	Teori Digital Marketing.....	55
2.3.2.1	Definisi Teori Digital Marketing	55
2.3.2.2	Digital Marketing.....	56
2.3.2.3	Jenis-jenis Digital Marketing.....	57
2.3.2.4	Tahapan Digital Marketing	61
2.4	Kerangka Pemikiran.....	61
BAB III		64
METODOLOGI PENELITIAN.....		64
3.1	Subjek, Objek, Metodologi Penelitian	64
3.1.2	Subjek Penelitian	64
3.1.3	Objek Penelitian	69
3.1.4	Metodologi Penelitian	70
3.1.3.2	Prosedur Pengumpulan Data.....	72
3.1.3.2.1	Obeservasi.....	73
3.1.3.2.2	Wawancara.....	73
3.1.3.2.3	Studi Dokumentasi.....	74
3.1.3.3	Rancangan Analisis Data	74

3.1.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan	77
3.2 Membuka Akses Dan Menjalinkan Hubungan Dengan Subjek Penelitian	79
3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian	79
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	79
3.3.2 Jadwal Penelitian	80
BAB IV	82
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	82
4.1 Hasil Penelitian.....	82
4.1.1 Proses Penelitian.....	82
4.1.2 Deskripsi Dan Profil Informan.....	84
4.1.3 Attention PAPEROFFICIAL.20 Melalui Media Sosial Instagram	85
4.1.4 Interest PAPEROFFICIAL.20 Melalui Media Sosial Instagram	92
4.1.5 Search PAPEROFFICIAL.20 Melalui Media Sosial Instagram Strategi .	101
4.1.6 Action PAPEROFFICIAL.20 Melalui Media Sosial Instagram.....	110
4.1.7 Share PAPEROFFICIAL.20 Melalui Media Sosial Instagram.....	114
4.2 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	121
4.2.1 Attention yang dilakukan PAPEROFFICIAL.20	121
4.2.2 Interest yang dilakukan PAPEROFFICIAL.20	123
4.2.3 Search yang dilakukan PAPEROFFICIAL.20.....	125
4.2.4 <i>Action</i> yang dilakukan PAPEROFFICIAL.20.....	126
4.2.5 Share yang dilakukan PAPEROFFICIAL.20	127
BAB V.....	130
KESIMPULAN DAN SARAN.....	130
5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN.....	136