

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
<i>RINGKESAN</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pernyataan Masalah.....	13
1.2.1 Fokus Penelitian	13
1.2.2 Pernyataan Masalah.....	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	16
2.1 Kajian Literatur	16
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	16
2.2 Kerangka Konseptual	23
2.2.1 Komunikasi	23
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi	23
2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi	24
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi	25
2.2.1.4 Fungsi 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. Model Komunikasi Pemasaran	31
2.2.2.4. Komponen Strategi Komunikasi Pemasaran.....	32
2.2.2.5. Langkah-Langkah Merancang Komunikasi Pemasaran	33
2.2.2.6 Unsur Komunikasi Pemasaran	36
2.2.3. Media Sosial.....	38
2.2.3.1. Pengertian Media Sosial.....	38
2.2.3.2 Karakteristik Media sosial.....	39
2.2.3.3. Ciri-Ciri Media Sosial	41
2.2.3.4. Fungsi Media Sosial	43
2.2.4. Instagram.....	44
2.2.4.1. Pengertian Instagram.....	44
2.2.4.2 Instagram Sebagai Media Sosial	45
2.2.4.3 Fitur-fitur Instagram	46
2.2.5 Minat Konsumen.....	49
2.2.5.1 Pengertian Minat Konsumen.....	49
2.2.6 Bisnis UMKM.....	52
2.2.6.1 Pengertian UMKM.....	52
2.2.6.2 Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang	52
2.2.6.3 Peran UMKM	53
2.3 Kerangka Teoritis	54
2.3.1 <i>Sosial Media Marketing</i>	54
2.3.1.1 Pengertian <i>Sosial Media Marketing</i>	54
2.3.2 Model SOME (<i>The Circular Model of SOME</i>).....	57
2.3.2.1 Pengertian <i>The Circular Model of SOME</i>	57
2.3.2.2 Komponen strategi <i>The Circular Model of SOME</i>	58
2.4 Kerangka Pemikiran.....	62
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	65
3.1 Subjek, Objek, dan Metodologi Penelitian	65

3.1.1 Subjek Penelitian.....	65
3.1.2 Objek Penelitian	69
3.1.3 Metodologi Penelitian	72
3.1.3.1 Desain/Paradigma Penelitian	74
3.1.3.2 Prosedur Pengumpulan Data	75
3.1.3.3 Rancangan Analisis Data.....	77
3.2 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	78
3.2.1 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian	80
3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian	81
3.3.1. Lokasi Penelitian	81
3.3.2. Jadwal Penelitian.....	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	83
4.1. Hasil Penelitian.....	83
4.1.1. Strategi <i>Share</i> pada akun Instagram @xiujank.chocolate	85
4.1.2. Strategi <i>Optimize</i> pada akun Instagram @xiujank.chocolate	94
4.1.3 Strategi <i>Manage</i> pada akun Instagram @xiujank.chocolate	105
4.1.4 Strategi <i>Engage</i> pada akun Instagram @xiujank.chocolate	119
4.2. Pembahasan	134
4.2.1. Strategi <i>Share</i> pada akun Instagram @xiujank.chocolate	134
4.2.2. Strategi <i>Optimize</i> pada akun Instagram @xiujank.chocolate	137
4.2.3. Strategi <i>Manage</i> pada akun Instagram @xiujank.chocolate	140
4.2.4. Strategi <i>Engage</i> pada akun Instagram @xiujank.chocolate	143
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	147
5.2.1 Saran Teoritis	150
5.2.1 Saran Praktis	150
DAFTAR PUSTAKA	152
LAMPIRAN	160

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis	21
Tabel 3.1. 1 Gambaran Umum Para Informan.....	65
Tabel 3.2.2. 1 Tabel Jadwal Penelitian	82
Tabel 4.1. 1 Tabulasi Strategi Share pada akun Instagram @xiujank.chocolate	92
Tabel 4.1. 2 Strategi Optimize Pada Akun Instagram @xiujank.chocolate	103
Tabel 4.1. 3 Strategi Manage Pada Akun Instagram @xiujank.chocolate	115
Tabel 4.1. 4 Strategi Engage Pada Akun Instagram @xiujank.chocolate	128

GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram @xiujank.chocolate	2
Gambar 1.1. 1 Produk Dubai Chocolate	4
Gambar 2.2.4. 1 Logo Instagram	44
Gambar 2.3.2. 1 The Cilcular Model Of SOME	58
Gambar 2.4 1 Bagan Kerangka Pemikiran	64
Gambar 3. 1.2 Lokasi Outlet Xiujank Chocolate	71
Gambar 3. 2 Triangulasi Data	79
Gambar 4.2 1 Strategi Share Pada Akun @xiujank.chocolate	136
Gambar 4.2 2 Strategi Optimize Pada Akun @xiujank.chocolate.....	139

Gambar 4.2 3 Strategi Manage Pada Akun @xiujank.chocolate..... 143

Gambar 4.2 4 Strategi Engage Pada Akun @xiujank.chocolate..... 145