

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2. Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11

2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu	11
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi	13
2.1.2.1 Pengertian Ilmu Komunikasi	13
2.1.2.2 Tujuan Komunikasi	16
2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi	17
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi	18
2.1.3 Tinjauan Tentang Daya Tarik	19
2.1.4 Tinjauan Tentang Isi Pesan	20
2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	21
2.1.5.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	21
2.1.5.2 Jenis-jenis Model Komunikasi Pemasaran	25
2.1.5.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran	29
2.1.6 Tinjauan Tentang Media Sosial	30
2.1.7 Tinjauan Tentang <i>Instagram</i>	32
2.1.8 Tinjauan Tentang <i>Digital Marketing</i>	33
2.1.8.1 Keunggulan <i>Digital Marketing</i>	35
2.1.9 Tinjauan Tentang <i>Branding</i>	35
2.1.9.1 Pengertian <i>Branding</i>	35
2.1.9.2 Manfaat <i>Branding</i>	40
2.2 Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Desain Penelitian	45

3.1.1 Desain Penelitian	46
3.2 Informan Penelitian.....	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.3.1 Studi Pustaka	50
3.3.2 Studi Lapangan	52
3.4 Uji Keabsahan data	54
3.5 Teknik Analisa Data	55
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	57
3.6.1 Lokasi Penelitian	57
3.6.2 Waktu Penelitian	57
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil Penelitian	59
4.1.1 Gambaran Objek	62
4.1.1.1 Sejarah HIJUP.COM	62
4.1.1.2 Visi dan Misi HIJUP.COM	65
4.1.1.3 Deskriptif Mengenai Media Sosial <i>Instagram</i> HIJUP.COM	69
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian Kunci dan Informan Pendukung	72
4.1.2.1 Informan Kunci	74
4.1.2.2 Informan Pendukung	76
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	78
4.1.3.1 Daya Tarik Pesan Rasional <i>Instagram</i> HIJUP.COM Dalam Mengembangkan <i>Corporate Branding</i>	78

4.1.3.2 Daya Tarik Pesan Emosional <i>Instagram</i> HIJUP.COM Dalam Mengembangkan <i>Corporate Branding</i>	86
4.1.3.3 Daya Tarik Pesan Moral <i>Instagram</i> HIJUP.COM Dalam Mengembangkan <i>Corporate Branding</i>	92
4.2 Pembahasan.....	98
4.2.1 Daya Tarik Pesan Rasional <i>Instagram</i> HIJUP.COM Dalam Mengembangkan <i>Corporate Branding</i>	100
4.2.2 Daya Tarik Pesan Emosional <i>Instagram</i> HIJUP.COM Dalam Mengembangkan <i>Corporate Branding</i>	101
4.2.3 Daya Tarik Pesan Moral <i>Instagram</i> HIJUP.COM Dalam Mengembangkan <i>Corporate Branding</i>	103
4.2.4 Bagaimana Daya Tarik Pesan <i>Instagram</i> HIJUP.COM Dalam Mengembangkan <i>Corporate Branding</i>	103
BAB V PENUTUP	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran.....	110
5.2.1 Saran Bagi HIJUP.COM.....	110
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	
DOKUMENTASI	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu Yang Sejenis	11
Tabel 3.1	Data Informan Penelitian Kunci	49
Tabel 3.2	Data Informan Pendukung	49
Tabel 3.3	Waktu Penelitian	58
Tabel 4.1	Jadwal Wawancara Informan Kunci	60
Tabel 4.2	Jadwal Wawancara Informan Pendukung.....	60
Tabel 4.3	Alamat HIJUP.COM dan Lokasi cabang HIJUP.COM.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Media Sosial <i>Instagram</i> HIJUP.COM.....	2
Gambar 1.2	Koleksi <i>Instagram</i> HIJUP.COM	4
Gambar 2.2	Model Alur Kerangka Pemikiran	44
Gambar 4.1	Logo HIJUP.COM.....	66
Gambar 4.2	Media Sosial <i>Instagram</i> HIJUP.COM.....	71
Gambar 4.3	Informan Kunci-1	74
Gambar 4.4	Informan Kunci-2	75
Gambar 4.5	Informan Pendukung-1	76
Gambar 4.6	Informan Pendukung-2	77
Gambar 4.7	Pesan Rasional pada Media Sosial <i>Instagram</i> HIJUP.COM.....	85
Gambar 4.8	Pesan Emosional pada Media Sosial <i>Instagram</i> HIJUP.COM.....	91
Gambar 4.9	Pesan Moral pada Media Sosial <i>Instagram</i> HIJUP.COM.....	97
Gambar 4.10	Model Hasil Penelitian	108

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Berita Acara Bimbingan Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Surat Pengajuan Pendaftaran Seminar Usulan penelitian
- Lampiran 3. Surat Rekomendasi Mengikuti Seminar Usulan Penelitian
- Lampiran 4. Lembar Revisi Usulan Penelitian
- Lampiran 5. Surat Rekomendasi Mengikuti Sidang Sarjana
- Lampiran 6. Surat Pengajuan Pendaftaran Mengikuti Sidang Sarjana
- Lampiran 7. Surat Keterangan Publikasi
- Lampiran 8. Pedoman Observasi
- Lampiran 9. Pedoman Wawancara
- Lampiran 10. Hasil Observasi
- Lampiran 11. Transkrip Wawancara
- Lampiran 12. Dokumentasi