

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	12
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	12
1.3 Maksud dan Tujuan	13
1.3.1 Maksud Penelitian.....	13
1.3.2 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis	13
1.4.2 Kegunaan Praktis	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN 16

2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	16
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	19
2.1.2.1 Definisi Komunikasi	19
2.1.2.2 Fungsi Komunikasi	20
2.1.2.3 Tujuan Komunikasi	20
2.1.2.4 Proses Komunikasi	21
2.1.2.5 Unsur Komunikasi	22
2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi	23
2.1.3.1 Definisi Strategi Komunikasi	23
2.1.3.2 Aspek Strategi Komunikasi	23
2.1.3.3 Kunci Strategi Komunikasi	24
2.1.3.4 Sifat Strategi Komunikasi	25
2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	25
2.1.4.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	25
2.1.4.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	26
2.1.4.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	27
2.1.4.4 Tahap-Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran	28
2.1.5 Tinjauan Tentang Media Sosial	30
2.1.5.1 Definisi Media Sosial	30
2.1.5.2 Jenis-Jenis Media Sosial	31
2.1.5.3 Dampak Positif dari Media Sosial	33

2.1.5.4 Dampak Negatif dari Media Sosial	34
2.1.6 Tinjauan Tentang Instagram	34
2.1.6.1 Definisi Instagram	34
2.1.6.2 Tujuan Utama Instagram	35
2.1.6.3 Menu Utama Instagram	35
2.1.6.4 Perilaku Masyarakat Pengguna Instagram	36
2.1.6.5 Penyebaran Informasi di Instagram.....	38
2.1.7 Tinjauan Tentang <i>Branding</i>	39
2.1.7.1 Definisi Kesadaran <i>Branding</i>	39
2.1.7.2 Jenis-Jenis <i>Branding</i>	40
2.1.7.3 Fungsi <i>Branding</i>	41
2.1.7.4 Manfaat <i>Branding</i>	42
2.1.7.5 <i>Brand Activation</i>	42
2.1.7.6 Jenis Jenis <i>Brand Activation</i>	43
2.1.8 Tinjauan Tentang Konsumen	43
2.2 Kerangka Pemikiran	44
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Desain Penelitian	50
3.2 Informan Penelitian	51
3.2.1 Informan Kunci	52
3.2.2 Informan Pendukung.....	53
3.3 Teknik Pengumpulan Data	54
3.3.1 Studi Pustaka.....	55

3.3.2 Studi Lapangan.....	56
3.4 Uji Keabsahan Data	58
3.5 Teknik Analisa Data	59
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	61
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	61
3.6.2 Waktu Penelitian	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Analisis Objek Penelitian	62
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	65
4.1.1.1 Visi Misi Artch.Id	70
4.1.1.2 Logo Artch	70
4.1.1.3 Deskripsi Informan Penelitian.....	71
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian	71
4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci	71
4.1.2.2 Deskripsi Informan Pendukung.....	73
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	76
4.1.3.1 Periklanan (<i>Advertising</i>) yang dilakukan Artch.Id dalam Proses Branding di Media Sosial Instagram kepada konsumen.	77
4.1.3.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) yang dilakukan Artch.Id dalam Proses Branding di Media Sosial Instagram kepada konsumen	83
4.1.3.3 Hubungan Masyarakat dan Publisitas (<i>Public Relations</i>	

<i>and Publicacy</i>) yang dilakukan Artch.Id dalam Proses Branding di Media Sosial Instagram	87
4.1.3.4 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>) yang dilakukan Artch.Id dalam Proses Branding di Media Sosial Instagram	90
4.2 Pembahasan	93
4.2.1 Periklanan (<i>Advertising</i>) yang dilakukan Artch.Id dalam Proses Branding di Media Sosial Instagram kepada konsumen.	93
4.2.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) yang Dilakukan Artch.Id dalam Proses Branding di Media Sosial Instagram kepada Konsumen	99
4.2.3 Hubungan Masyarakat dan Publisitas (<i>Public Relations and Publicacy</i>) yang dilakukan Artch.Id dalam Proses Branding di Media Sosial Instagram.....	104
4.2.4 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>) yang dilakukan Artch.Id dalam Proses Branding di Media Sosial Instagram	109
4.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran Artch.Id dalam Melakukan Proses <i>Branding</i> di Media Sosial Instagram kepada Konsumen	114
4.2.6 Piramida <i>Brand Awareness</i>	118
4.2.7 Proses <i>Branding</i>	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Kesimpulan.....	124