

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	13
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	14
1.3.1 Maksud Penelitian	14
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.4.1 Kegunaan Teoritis	16
1.4.2 Kegunaan Praktis	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka.....	18
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	18
2.1.2 Tinjauan tentang Ilmu Komunikasi.....	21
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi	21
2.1.2.2 Tujuan Komunikasi	25
2.1.2.3 Bentuk Komunikasi.....	26
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi.....	28
2.1.2.5 Proses Komunikasi	29
2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran	30
2.1.3.1 Definisi Strategi Komunikasi Pemasaran.....	30
2.1.3.2 Tahap-tahap Strategi Komunikasi Pemasaran.....	33
2.1.4 Jenis-jenis Model Komunikasi Pemasaran.....	34
2.1.5 Konsep Komunikasi Pemasaran.....	35
2.1.5.1 Konsep Komunikasi Pemasaran.....	35
2.1.5.2 Program Direct Marketing & Online Marketing	38
2.1.6 Tinjauan Tentang Media Sosial.....	40
2.1.7 Tinjauan Tentang Instagram.....	42
2.2 Kerangka Pemikiran.....	43

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	50
3.1.1 Desain Penelitian	50

3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.2.1 Studi Pustaka.....	52
3.2.2 Studi Lapangan	54
3.3 Informan Penelitian.....	55
3.4 Teknik Analisa Data.....	58
3.5 Uji Keabsahan Data	61
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	62
3.6.1 Lokasi Penelitian	63
3.6.2 Waktu Penelitian	63
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	65
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	70
4.1.1.1 Sejarah Antam Logam Mulia Jakarta.....	70
4.1.1.2 Visi dan Misi Antam Logam Mulia Jakarta.....	72
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan Job Deskripsi Antam Logam Mulia Jakarta	74
4.1.2 Deskripsi Identitas Responden.....	76
4.1.2.1 Informan Kunci	76
4.1.2.2 Informan Pendukung.....	78
4.1.2.3 Deskriptif Mengenai Akun Instagram Antam Logam Mulia Jakarta.....	80
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	84

4.1.3.1	<i>Product</i> (Produk). yang ditawarkan Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram.....	84
4.1.3.2	<i>Price</i> (Harga) yang ditawarkan Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram	92
4.1.3.3	<i>Promotion</i> (Promosi) yang dilakukan Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram	95
4.1.3.4	<i>Process</i> (Proses) yang dilakukan Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram	102
4.2	Pembahasan.....	107
4.2.1	<i>Product</i> (Produk) yang ditawarkan Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram.....	110
4.2.2	<i>Price</i> (Harga) yang ditawarkan. Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram.....	114
4.2.3	<i>Promotion</i> (Promosi) yang dilakukan Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram.....	117

4.2.4	<i>Process</i> (Proses) yang dilakukan Antam Logam Mulia Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram.....	120
4.2.5	Strategi Komunikasi Pemasaran Unit Bisnis Pengolahan Pemurnian Logam Mulia PT.Aneka Tambang Jakarta Dalam Membangun Brand Produk Melalui Media Sosial Instagram	123

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	129
5.2	Saran	131
5.2.1	Saran Bagi Antam Logam Mulia	131
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	132

DAFTAR PUSTAKA	134
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	135
----------------------	------------

DOKUMENTASI	186
--------------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	192
-----------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Studi Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1	Data Informan Kunci.....	57
Tabel 3.2	Data Informan Pendukung	58
Tabel 3.3	Waktu Penelitian	64
Tabel 4.1	Jadwal Wawancara Informan Kunci	67
Tabel 4.2	Jadwal Wawancara Informan Pendukung	67
Tabel 4.3	Alamat Antam Logam Mulia dan lokasi Antam Logam Mulia	71
Tabel 4.4	Keseluruhan <i>Account</i> Media Sosial Instagram Antam Logam Mulia	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Media Sosial Instagram Logam Mulia Antam	9
Gambar 1.2	Salah satu Postingan Di Media Sosial Instagram Logam Mulia Antam	11
Gambar 2.2	Model Alur Kerangka Pemikiran	49
Gambar 4.1	Logo Antam Logam Mulia Jakarta.....	72
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Divisi <i>Marketing Communication</i> Antam	74
Gambar 4.3	Informan Kunci-1	76
Gambar 4.4	Informan Kunci-2	77
Gambar 4.5	Informan Pendukung-1	79
Gambar 4.6	Informan Pendukung-2	80
Gambar 4.7	Produk Antam Logam Mulia pada Media Sosial	88
Gambar 4.8	Harga Antam Logam Mulia pada Media Sosial	94
Gambar 4.9	Promosi Antam Logam Mulia pada Media Sosial	99
Gambar 4.10	Proses Antam Logam Mulia pada Media Sosial	105
Gambar 4.11	Model Produk (<i>Product</i>) Antam Logam Mulia.....	113
Gambar 4.12	Model Harga (<i>Price</i>) Antam Logam Mulia.....	116
Gambar 4.13	Model Promosi (<i>Promotion</i>) Antam Logam Mulia.....	119
Gambar 4.14	Model Proses (<i>Process</i>) Antam Logam Mulia	122
Gambar 4.15	Model Hasil Penelitian	128

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat permohonan penelitian
- Lampiran 2. Surat Balasan
- Lampiran 3. Berita Acara Bimbingan Sidang Skripsi
- Lampiran 4. Surat pengajuan Pendaftaran Seminar Usulan penelitian
- Lampiran 5. Surat Rekomendasi Mengikuti Seminar Usulan Penelitian
- Lampiran 6. Lembar Revisi Usulan Penelitian
- Lampiran 7. Surat Rekomendasi Mengikuti Sidang Sarjana
- Lampiran 8. Surat pengajuan Pendaftaran Mengikuti Sidang Sarjana
- Lampiran 9. Lembar Revisi Skripsi
- Lampiran 10. Surat Keterangan Publikasi
- Lampiran 11. Pedoman Observasi
- Lampiran 12. Hasil Observasi
- Lampiran 13. Pedoman Wawancara
- Lampiran 14. Transkrip Wawancara
- Lampiran 15. Dokumentasi