

## DAFTAR ISI

|                                                            | Hal         |
|------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                             | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                             | <b>ii</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                       | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                      | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                 | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                     | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                   | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                  | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                               | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                             | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                            | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                  | 8           |
| 1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....                           | 8           |
| 1.2.1 Rumusan Masalah Mikro .....                          | 9           |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....                      | 9           |
| 1.3.1 Maksud Penelitian .....                              | 9           |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian.....                               | 10          |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                               | 10          |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis .....                              | 10          |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis.....                                | 11          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b> | <b>13</b>   |
| 2.1 Tinjauan Pustaka .....                                 | 13          |
| 2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....                  | 13          |
| 2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi .....                    | 16          |
| 2.1.2.1 Pengertian Komunikasi .....                        | 16          |
| 2.1.2.2 Fungsi Komunikasi.....                             | 18          |
| 2.1.2.3 Proses Komunikasi .....                            | 20          |
| 2.1.2.4 Unsur-unsur Komunikasi.....                        | 23          |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.2.5 Bentuk-bentuk Komunikasi.....               | 25        |
| 2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....    | 26        |
| 2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....       | 26        |
| 2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....            | 28        |
| 2.1.4 Tinjauan Tentang Bauran Promosi.....          | 29        |
| 2.1.4.1 Pengertian Bauran Promosi .....             | 29        |
| 2.1.5 Tinjauan Tentang Media Sosial.....            | 31        |
| 2.1.5.1 Media Sosial .....                          | 31        |
| 2.1.6 Tinjauan Tentang Instagram.....               | 32        |
| 2.1.7 Tinjauan Tentang Minat Beli .....             | 40        |
| 2.2 Kerangka Pemikiran.....                         | 42        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>              | <b>49</b> |
| 3.1 Desain Penelitian.....                          | 50        |
| 3.2 Informan Penelitian.....                        | 51        |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data.....                    | 55        |
| 3.2.1 Studi Pustaka .....                           | 55        |
| 3.2.2 Studi Lapangan.....                           | 58        |
| 3.4 Uji Keabsahan Data.....                         | 62        |
| 3.5 Teknik Analisa Data.....                        | 64        |
| 3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....               | 67        |
| 3.6.1 Lokasi Penelitian .....                       | 67        |
| 3.6.2 Waktu Penelitian .....                        | 67        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>70</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                          | 70        |
| 4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....               | 76        |
| 4.1.1.1 Sejarah Screamous.....                      | 76        |
| 4.1.1.2 Visi dan Misi Screamous.....                | 77        |
| 4.1.1.3 Logo Screamous .....                        | 78        |
| 4.1.1.4 Struktur Organisasi.....                    | 79        |
| 4.1.1.5 Deskripsi Jabatan.....                      | 79        |
| 4.1.1.6 Bidang Usaha.....                           | 82        |

|                                                                                                                                               |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.1.1.7 Produk.....                                                                                                                           | 82         |
| 4.1.2 Deskripsi Identitas Informan Penelitian.....                                                                                            | 83         |
| 4.1.3 Analisa Hasil Penelitian .....                                                                                                          | 91         |
| 4.1.3.1 Periklanan yang dilakukan Distro Screamous Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Followersnya .....         | 92         |
| 4.1.3.2 Promosi penjualan yang dilakukan Distro Screamous Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Followersnya.....   | 97         |
| 4.1.3.3 Publisitas yang dilakukan Distro Screamous Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Followersnya .....         | 105        |
| 4.1.3.4 Komunikasi Pemasaran yang dilakukan Distro Screamous Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Followersnya ... | 107        |
| 4.2 Pembahasan.....                                                                                                                           | 111        |
| 4.2.1 Periklanan yang dilakukan Distro Screaamous Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Followersnya.....           | 112        |
| 4.2.2 Promosi penjualan yang dilakukan Distro Screaamous Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Followersnya ...     | 119        |
| 4.2.3 Publisitas yang dilakukan Distro Screaamous Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Followersnya .....          | 125        |
| 4.2.4 Komunikasi Pemasaran Distro Screaamous Bandung Melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Beli Followersnya .....               | 127        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                                                                       | <b>130</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                                                          | 130        |
| 5.2 Saran.....                                                                                                                                | 131        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                                                   | <b>134</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>                                                                                                                | <b>136</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b>                                                                                                                          |            |