

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.2.1 Pertanyaan Makro	9
1.2.2 Pertanyaan Mikro	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian	10
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	15
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi	15
2.1.2.2 Unsur Komunikasi	17
2.1.2.3 Bentuk Komunikasi	19
2.1.2.4 Proses Komunikasi	19
2.1.2.5 Fungsi Komunikasi	20
2.1.2.6 Tujuan Komunikasi	21
2.1.2.7 Hambatan Komunikasi	22
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	22
2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	22
2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	23
2.1.3.3 Sarana Komunikasi Pemasaran	25
2.1.3.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	26
2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran	30
2.1.5 Tinjauan Tentang Media Sosial.....	31
2.1.5.1 Pengertian Media Sosial	31
2.1.5.2 Manfaat Media Sosial	32
2.1.5.3 Kelebihan Media Sosial	32
2.1.5.4 Kekurangan Media Sosial	33

2.1.6	Tinjauan Tentang Instagram.....	34
2.1.6.1	Pengertian Instagram.	34
2.1.6.2	Fitur-fitur Instagram	35
2.1.7	Tinjauan Tentang Barber Shop	39
2.2	Kerangka Pemikiran.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	47
3.2	Informan Penelitian.....	48
3.2.1	Informan Kunci	49
3.2.2	Informan Pendukung.	50
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.3.1	Studi Pustaka	52
3.3.2	Studi Lapangan	54
3.4	Uji Keabsahan Data	57
3.5	Teknik Analisa Data.....	58
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	62
3.6.1	Lokasi Penelitian	62
3.6.2	Waktu Penelitian	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	64
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	68

4.1.1.1	Sejarah Twin Barber Store	68
4.1.1.2	Visi dan Misi Twin Barber Store	71
4.1.1.3	Struktur Organisasi Twin Barber Store	72
4.1.2	Deskripsi Identitas Informan	75
4.1.2.1	Informan Kunci	75
4.1.2.2	Informan Pendukung	77
4.1.2.3	Akun Instagram Twin Barber Store	81
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian	82
4.1.3.1	Periklanan Yang Dilakukan Twin Barber Store Melalui Akun Media Sosial Instagram	82
4.1.3.2	Promosi Penjualan Yang Dilakukan Twin Barber Store Melalui Akun Media Sosial Instagram	90
4.1.3.3	Publisitas Yang Dilakukan Twin Barber Store Melalui Akun Media Sosial Instagram	98
4.1.3.4	Evaluasi Yang Dilakukan Twin Barber Store	107
4.2	Pembahasan	109
4.2.1	Periklanan Yang Dilakukan Twin Barber Store Melalui Akun Media Sosial Instagram	110
4.2.2	Promosi Penjualan Yang Dilakukan Twin Barber Store Melalui Akun Media Sosial Instagram	116
4.2.3	Publisitas Yang Dilakukan Twin Barber Store Melalui Akun Media Sosial Instagram	120
4.2.4	Evaluasi Yang Dilakukan Twin Barber Store	125

4.2.5	Strategi Komunikasi Pemasaran Twin Barber Store	130
-------	---	-----

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	133
-----	------------------	-----

5.2	Saran	135
-----	-------------	-----

5.2.1	Saran Bagi Twin Barber Store	135
-------	------------------------------------	-----

5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	136
-------	---	-----

DAFTAR PUSTAKA	137
-----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Akun Instagram <i>Barber Shop</i> di kota Sukabumi	8
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Jurnal Nasional	15
Tabel 3.1 Informan Kunci Penelitian	49
Tabel 3.2 Informan Pendukung Penelitian	50
Tabel 3.3 Waktu Penelitian	63
Tabel 4.1 Wawancara Informan Kunci	65
Tabel 4.2 Wawancara Informan Pendukung	66
Tabel 4.3 Alamat Cabang Twin Barber Store	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Instagram Twin Barber Store	3
Gambar 2.1 Alur Kerangka Pemikiran Data	46
Gambar 3.1 Komponen dalam Analisa Data	60
Gambar 4.1 Logo Twin Barber Store	70
Gambar 4.2 Akun Instagram Twin Barber Store	71
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Twin Barber Store	72
Gambar 4.4 Informan Kunci 1	76
Gambar 4.5 Informan Kunci 2	77
Gambar 4.6 Informan Pendukung 1	78
Gambar 4.7 Informan Pendukung 2	79
Gambar 4.8 Informan Pendukung 3	80
Gambar 4.9 Informan Pendukung 4	81
Gambar 4.10 Periklanan Twin Barber Store	89
Gambar 4.11 Promosi Penjualan Twin Barber Store	96
Gambar 4.12 Publisitas Twin Barber Store	104
Gambar 4.13 Model Periklanan Twin Barber Store	115
Gambar 4.14 Model Promosi Penjualan Twin Barber Store	120
Gambar 4.15 Model Publisitas Twin Barber Store	125
Gambar 4.16 Model Evaluasi Twin Barber Store	129
Gambar 4.17 Model Hasil Penelitian	132

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat Permohonan Penelitian	139
Lampiran 2	: Pengajuan Pendaftaran Ujian Sidang	140
Lampiran 3	: Surat Rekomendasi Pembimbing Mengikuti Sidang Sarjana.....	141
Lampiran 4	: Berita Acara Bimbingan Sidang.....	142
Lampiran 5	: Lembar Revisi UP	143
Lampiran 6	: Pedoman Observasi	144
Lampiran 7	: Hasil Observasi	147
Lampiran 8	: Pedoman Wawancara Informan Kunci	151
Lampiran 9	: Pedoman Wawancara Informan Pendukung	155
Lampiran 10	: Transkrip Wawancara Informan Kunci.....	161
Lampiran 11	: Transkrip Wawancara Informan Pendukung.....	169
Lampiran 12	: Dokumentasi	181