

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
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	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi	16
2.1.2.1 Definisi Komunikasi	16
2.1.2.2 Tujuan Komunikasi	17
2.1.2.3 Fungsi-fungsi Komunikasi	18
2.1.2.4 Hambatan Komunikasi.....	19
2.1.3 Tinjauan Mengenai Komunikasi Pemasaran	20
2.1.4 Tinjauan Mengenai Bauran Promosi	22
2.1.4.1 Definisi Bauran Promosi	22

2.1.4.2	Tujuan Promosi	23
2.1.5	Tinjauan Mengenai Media Sosial.....	24
2.1.5.1	Definisi Media Sosial	24
2.1.5.2	Manfaat Media Sosial.....	26
2.1.5.3	Kelebihan Media Sosial.....	27
2.1.5.4	Kekurangan Media Sosial.....	28
2.1.6	Tinjauan Mengenai Instagram.....	28
2.1.6.1	Fitur-fitur Instagram	28
2.1.7	Tinjauan Mengenai Konsumen.....	34
2.1.7.1	Definisi Konsumen.....	34
2.1.7.2	Minat Beli Konsumen	34
2.2	Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Desain Penelitian.....	37
3.2	Informan Penelitian	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1	Studi Lapangan	40
3.3.2	Studi Pustaka	42
3.4	Uji Keabsahan Data.....	43
3.5	Teknik Analisis Data	46
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
3.6.1	Lokasi Penelitian	48
3.6.2	Waktu Penelitian	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Hasil Penelitian	50
4.1.1	Gambaran Objek	50
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan	50
4.1.1.2	Visi dan Misi Fish Streat	53
4.1.1.3	Struktur Organisasi	53
4.1.1.4	Kegiatan Perusahaan	54
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian.....	55
4.1.2.1	Deskripsi Informan Kunci	55

4.1.2.2	Deskripsi Informan Pendukung.....	56
4.2	Analisis Hasil Penelitian	57
4.2.1	Konten Program Promosi Fish Streat dalam Menarik Minat Konsumen oleh Manager Marketing Fish Streat.....	58
4.2.2	Konteks Program Promosi Fish Streat dalam Menarik Minat Konsumen oleh Manager Marketing Fish Streat.....	63
4.2.3	Konektivitas Program Promosi Fish Streat dalam Menarik Minat Konsumen oleh Manager Marketing Fish Streat.....	65
4.2.4	Kontinuitas Program Promosi Fish Streat dalam Menarik Minat Konsumen oleh Manager Marketing Fish Streat.....	69
4.2.5	Strategi Bauran Promosi Fish Streat Bandung dalam Menarik Minat Konsumen.....	70
4.3	Pembahasan	72
4.3.1	Konten Program Promosi Fish Streat dalam Menarik Minat Konsumen.....	72
4.3.2	Konteks Program Promosi Fish Streat dalam Menarik Minat Konsumen.....	86
4.3.3	Konektivitas Program Promosi Fish Streat dalam Menarik Minat Konsumen.....	88
4.3.4	Kontinuitas Program Promosi Fish Streat dalam Menarik Minat Konsumen.....	91
4.3.5	Strategi Bauran Promosi Fish Streat Bandung dalam Menarik Minat Konsumen.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA		97
BUKU:		97
Karya Ilmiah:		98
Sumber Lain:.....		98
LAMPIRAN.....		99
DOKUMENTASI		130

DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... 132