

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
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	8
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	11
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	14
2.1.3. Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	17

2.1.4 Jenis-Jenis Model Komunikasi Pemasaran	23
2.1.4.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	24
2.1.5 Tinjauan Tentang Media Sosial.....	25
2.1.5.1 Pengertian Media Sosial	25
2.1.5.2 Fungsi Media Sosial	26
2.1.5.3 Karakteristik Media Sosial	27
2.1.6 Tinjauan Tentang Instagram	28
2.1.6.1 Pengertian Instagram.....	28
2.1.6.2 Sejarah Instagram.....	30
2.1.6.3 Fitur Instagram.....	31
2.2 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN	40
3.1 Desain Penelitian	40
3.2 Informan Penelitian	42
3.2.1 Informan Kunci	43
3.2.2 Informan Pendukung	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1 Studi Lapangan.....	44
3.3.2 Studi Pustaka.....	46
3.4 Uji Keabsahan Data	48
3.5 Teknik Analisis Data	50
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	52
3.6.1 Lokasi Penelitian	52

3.6.2 Waktu Penelitian	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Hasil Penelitian.....	54
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	59
4.1.1.1 Sejarah Singkat Toserba Yogya dan Toserba Yogya Cianjur	59
4.1.1.2 Makna Logo Toserba Yogya Cianjur.....	61
4.1.1.3 Tujuan Toserba Yogya Cianjur.....	62
4.1.1.4 Deskripsi Media Sosial Instagram	62
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	66
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	78
4.1.3.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial Instagram	78
4.1.3.2 Sasaran Komunikasi Pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial Instagram	86
4.1.3.3 Saluran Media Pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial Instagram.....	93
4.1.3.4 Promotional Mix Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial Instagram.....	105

4.1.3.5 Evaluasi Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan
Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial Instagram.

110

4.2 Pembahasan..... 112

4.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam
Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial
Instagram 115

4.2.2 Sasaran Komunikasi Pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam
Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial
Instagram 118

4.2.3 Saluran media pemasaran Toserba Yogya Cianjur Dalam
Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial
Instagram..... 121

4.2.4 Pengembangan Promotional Mix Toserba Yogya Cianjur Dalam
Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Media Sosial
Instagram 124

4.2.5 Evaluasi Toserba Yogya Cianjur Dalam Meningkatkan Minat
Beli Konsumen Melalui Media Sosial Instagram..... 127

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 130

5.1 Kesimpulan 130

5.2 Saran 133

5.2.1 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 134

DAFTAR PUSTAKA 136

LAMPIRAN 138