

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	11
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	11
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1 Maksud Penelitian.....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	13

1.4.2 Kegunaan Praktis.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu .....	15
2.2 Tinjauan Pustaka .....	17
2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi .....	17
2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	24
2.2.3 Tinjauan Tentang Konsep Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	28
2.2.4 Tinjauan Tentang Instagram.....	32
2.2.5 Tinjauan Tentang Penjualan .....	38
2.2.6 Tinjauan Tentang Digital Marketing .....	39
2.2.7 Tinjauan Tentang Konvergensi Media.....	40
2.2.8 Tinjauan Tentang Konsep 4C oleh Chris Heuer .....	41
2.3 Kerangka Pemikiran .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
3.1 Desain Penelitian .....	49
3.2 Informan Penelitian .....	50
3.2.1 Kriteria Informan.....	51
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.3.1 Wawancara.....	53
3.3.2 Observasi <i>Non-Partisipatif</i> .....	54

3.3.3 Dokumentasi.....	55
3.3.4 Studi Pustaka.....	56
3.3.5 Penelusuran Data <i>Online</i> .....	56
3.4 Uji Keabsahan Data.....	57
3.5 Teknik Analisis Data.....	58
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	62
3.6.1 Lokasi Penelitian .....	62
3.6.2 Waktu Penelitian .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	64
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	64
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	65
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian .....	70
4.2 Pembahasan .....	79
4.2.1 Konteks (Context) yang dilakukan oleh divisi marketing Otocover melalui instagram dalam meningkatkan penjualan .....	79
4.2.2 Komunikasi (Communication) yang dilakukan oleh divisi marketing Otocover melalui Instagram dalam meningkatkan penjualan .....	80
4.2.3 Kolaborasi (Collaboration) yang dilakukan oleh divisi marketing Otocover melalui Instagram dalam meningkatkan penjualan. ....	82

4.2.4 Koneksi (Connection) yang dibangun oleh divisi marketing Otocover melalui Instagram dalam meningkatkan penjualan .....	84
4.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran Cover Mobil Otocover .....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	89
LAMPIRAN.....	91
DOKUMENTASI.....	126

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3 . 1 Informan Kunci Penelitian .....	51
Tabel 3 . 2 Informan Pendukung Penelitian .....	52
Tabel 3 . 3 Tabel Kegiatan Penelitian .....	63

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 . 1 Tampilan Instagram Otocover @otocoverofficial.....	3
Gambar 1 . 2 Tampilan Postingan Instagram @otocoverofficial.....	4
Gambar 2 . 1 Logo Instagram.....	32
Gambar 2 . 2 Bagian Alur Kerangka Pemikiran .....	48
Gambar 3 . 1 Komponen dalam Analisis Data.....	60
Gambar 4 . 1 Tampilan antarmuka Instagram @otocoverofficial.....	65
Gambar 4 . 2 Foto Hilman Abdul Halim.....	66
Gambar 4 . 3 Foto Anindya Putri .....	67
Gambar 4 . 4 Foto Abdurrahman .....	68
Gambar 4 . 5 Foto Faizal Noor Arief .....	69
Gambar 4 . 6 Foto Tria Yudha Pratama .....	70
Gambar 4 . 7 Model “Context” .....	80
Gambar 4 . 8 Model “Communication” .....	82
Gambar 4 . 9 Model “Collaboration” .....	83
Gambar 4 . 10 Model “Connection”.....	85
Gambar 4 . 11 Model Keseluruhan .....	86

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	92
Lampiran 2 Surat Permohonan Kesiediaan Pembimbing.....	93
Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan.....	94
Lampiran 4 Surat Rekomendasi Usulan Penelitian.....	95
Lampiran 5 Lembar Revisi Usulan Penelitian.....	96
Lampiran 6 Surat Rekomendasi Sidang.....	97
Lampiran 7 Lembar Revisi Skripsi.....	98
Lampiran 8 Pedoman Wawancara.....	99
Lampiran 9 Pedoman Observasi.....	105
Lampiran 10 Transkrip Wawancara Informan Kunci.....	107
Lampiran 11 Transkrip Wawancara Informan Pendukung.....	112
Lampiran 12 Hasil Observasi.....	124
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup.....	130