

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.2.1 Rumusan Masalah Makro .....	7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro .....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	8
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

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	15
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi .....	15
2.1.2.2 Fungsi Komunikasi .....	16
2.1.2.3 Proses Komunikasi.....	16
2.1.2.4 Tujuan Komunikasi .....	17
2.1.2.5 Unsur-Unsur Komunikasi .....	18
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	20
2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	20
2.1.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	20
2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	21
2.1.3.4 Pemilihan Media Pesamaran .....	22
2.1.4 Tinjauan Tentang Instagram .....	23
2.1.4.1 Pengertian Instagram.....	23
2.1.4.2 Sejarah Instagram.....	24
2.1.4.3 Fitur-Fitur Instagram .....	24
2.2 Kerangka Pemikiran .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Desain Penelitian .....	29
3.2 Informan Penelitian .....	30
3.2.1 Informan Kunci .....	30

3.2.2 Informan Pendukung.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.3.1 Studi Pustaka.....	32
3.3.2 Studi Lapangan.....	33
3.4 Uji Keabsahan Data .....	35
3.5 Teknik Analisa Data .....	36
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	38
3.6.2 Waktu Penelitian .....	38
<b>BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 <i>Analisa</i> Objek Penelitian .....	40
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	43
4.1.1.1 Sejarah.....	43
4.1.1.2 Stuktur Organisasi, Tugas dan Fungsi By. Azeera.....	44
4.1.1.3 Visi dan Misi By. Azeera .....	46
4.1.2 Deskripsi Informan penelitian.....	47
4.1.2.1 Informan Kunci .....	47
4.1.2.2 Deskripsi Informasi Pendukung.....	48
4.1.3 <i>Analisa</i> Hasil Penelitian .....	49
4.1.3.1 Analisa Situasi Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram.....	50
4.1.3.2 Penyusunan Strategi Pemasaran By. Azeera dalam Penjualan Produk Di kota Bandung .....	53

4.1.3.3 Perkembangan Program Pemasaran By. Azeera dalam Penjualam Produk Di Kota Bandung. ....	54
4.1.3.4 Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran By. Azeera dalam Penjualan di Kota Bandung. ....	56
4.1.3.5 Pengendalian Pemasaran By. Azeera dalam penjualan di Kota Bandung.....	57
4.2 Pembahasan	58
4.2.1 Analisa Situasi Strategi .....	60
4.2.2 Penyusunan Situasi Strategi .....	62
4.2.3 Pengembangan Produk Pemasaran .....	63
4.2.4 Implementasi Strategi Pemasaran .....	64
4.2.5 Pengendalian Strategi Pemasaran. ....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran bagi By. Azeera .....	69
5.2.1 Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>96</b>