

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	6
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	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	12
2.1.2.1 Definisi Komunikasi	12
2.1.2.2 Tujuan Komunikasi	14
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi	15
2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi	16
2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	18
2.1.4.1 Tahap-Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran.....	22

2.1.5	Tinjauan Tentang Media Sosial	23
2.1.6	Tinjauan Tentang Instagram	32
2.2	Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Desain Penelitian	37
3.2	Teknik Penentuan Informan	38
3.2.1	Informan Kunci Penelitian.....	39
3.2.2	Informan Pendukung Penelitian	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1	Studi Pustaka	41
3.3.2	Studi Lapangan	43
3.4	Uji Keabsahan Data	45
3.5	Teknik Analisa Data	46
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	49
3.6.1	Lokasi Penelitian	49
3.6.2	Waktu Penelitian.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Hasil Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	53
4.1.1.1	Sejarah Floating Market Lembang	53
4.1.1.2	Sumber: Pihak Pengelola Floating Market Lembang, 2022.....	57
4.1.1.3	Logo, Visi, Misi.....	57
4.1.2	Deskripsi Identitas Informan Penelitian	58
4.1.2.1	Informan Kunci.....	58
4.1.2.2	Informan Pendukung	60
4.1.3	Analisa Hasil Penelitian.....	63
4.1.3.1	<i>Share</i> Objek Wisata Floating Market Lembang Melalui Media Instagram Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Kesadaran. 64	
4.1.3.2	<i>Optimize</i> Objek Wisata Floating Market Lembang Melalui Media Sosial Instagram pada masa Pandemi COVID-19.....	73
4.1.3.3	<i>Manage</i> Objek Wisata Floating Market Lembang Melalui Media Sosial Instagram pada masa Pandemi COVID-19	78

4.1.3.4	Proses <i>Engage</i> Objek Wisata Floating Market Lembang Melalui Media Sosial Instagram pada masa Pandemi COVID-19.....	81
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
4.2.1	<i>Share</i> Objek Wisata Floating Market Lembang Melalui Media Sosial Instagram pada masa Pandemi COVID-19	89
4.2.2	<i>Optimize</i> Objek Wisata Floating Market Lembang Melalui Media Sosial Instagram pada masa Pandemi COVID-19	91
4.2.3	<i>Manage</i> Objek Wisata Floating Market Lembang Melalui Media Sosial Instagram pada masa Pandemi COVID-19	92
4.2.4	<i>Engage</i> Objek Wisata Floating Market Lembang Melalui Media Sosial Instagram pada masa Pandemi COVID-19	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran	98
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	98
5.2.2	Saran bagi Peneliti Selanjutnya	98
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN		103
DOKUMENTASI.....		125
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		128