

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| SURAT PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| <i>ABSTRACT</i> | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.2.1 Rumusan Masalah Makro | 9 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah Mikro | 9 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 10 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis | 10 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN | 12 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 12 |
| 2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 12 |
| 2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi | 13 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.2.1 Definisi Komunikasi | 13 |
| 2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi | 14 |
| 2.1.2.3 Fungsi Komunikasi | 15 |
| 2.1.2.4 Tujuan Komunikasi | 17 |
| 2.1.3 Tinjauan Mengenai Komunikasi Pemasaran..... | 17 |
| 2.1.3.1 Definisi Komunikasi Pemasaran | 17 |
| 2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran..... | 18 |
| 2.1.4 Tinjauan Mengenai <i>Brand Image</i> (Citra Merek) | 18 |
| 2.1.4.1 Manfaat <i>Brand Image</i> (Citra Merek)..... | 20 |
| 2.1.4.2 Komponen <i>Brand Image</i> (Citra Merek)..... | 20 |
| 2.1.4.3 Pembentukan <i>Brand Image</i> (Citra Merek)..... | 21 |
| 2.1.5 Tinjauan Mengenai Media Baru (<i>New media</i>)..... | 22 |
| 2.1.6 Tinjauan Mengenai Media Sosial..... | 22 |
| 2.1.6.1 Karakteristik Media Sosial | 23 |
| 2.1.7 Tinjauan Mengenai Instagram..... | 24 |
| 2.1.8 Tinjauan Mengenai Media Informasi..... | 25 |
| 2.1.9 Tinjauan Mengenai Kepercayaan..... | 26 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 32 |
| 3.1 Desain Penelitian | 32 |
| 3.2 Informan Penelitian | 33 |
| 3.2.1 Informan Kunci | 34 |
| 3.2.2 Informan Pendukung..... | 36 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| 3.3.1 Studi Pustaka..... | 38 |
| 3.3.2 Studi Lapangan..... | 39 |
| 3.4 Uji Keabsahan Data | 41 |
| 3.5 Teknik Analisis Data | 42 |
| 3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 43 |
| 3.6.1 Lokasi Penelitian..... | 43 |
| 3.6.2 Waktu Penelitian | 43 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 45 |
| 4.1 Analisis Objek Penelitian | 45 |
| 4.1.1 Gambaran Objek Penelitian | 48 |
| 4.1.1.1 Sejarah INFOCIMAHI..... | 48 |
| 4.1.1.2 Struktur, Tugas, dan Fungsi INFOCIMAHI | 50 |
| 4.1.1.3 Visi dan Misi INFOCIMAHI | 53 |
| 4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian..... | 54 |
| 4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci | 55 |
| 4.1.2.2 Deskripsi Informan Pendukung..... | 57 |
| 4.1.3 Analisis Hasil Penelitian | 61 |
| 4.1.3.1 Pembentukan <i>Brand Strength</i> (Kekuatan merek) Akun Instagram @infocimahi.co dalam Membangun Kepercayaan sebagai Media Informasi Di Kalangan Masyarakat Kota Cimahi..... | 61 |

| | |
|---|----|
| 4.1.3.2 Pembentukan <i>Brand Uniqueness</i> (Keunikan merek) dari akun Instagram @infocimahi.co dalam Membangun Kepercayaan sebagai Media Informasi Di Kalangan Masyarakat Kota Cimahi..... | 70 |
| 4.1.3.3 Pembentukan <i>Brand Favorability</i> (Keunggulan merek) dari akun Instagram @infocimahi.co dalam Membangun Kepercayaan sebagai Media Informasi Di Kalangan Masyarakat Kota Cimahi..... | 78 |
| 4.2 Pembahasan | 84 |
| 4.2.1 Pembentukan <i>Brand Strength</i> (Kekuatan Merek) dari Akun Instagram @infocimahi.co dalam Membangun Kepercayaan sebagai Media Informasi Di Kalangan Masyarakat Kota Cimahi. | 85 |
| 4.2.2 Pembentukan <i>Brand Uniqueness</i> (Keunikan Merek) dari Akun Instagram @infocimahi.co dalam Membangun Kepercayaan sebagai Media Informasi Di Kalangan Masyarakat Kota Cimahi. | 89 |
| 4.2.3 Pembentukan <i>Brand Favorability</i> (Keunggulan Merek) dari Akun Instagram @infocimahi.co dalam Membangun Kepercayaan sebagai Media Informasi Di Kalangan Masyarakat Kota Cimahi. | 94 |

| | |
|---|------------|
| 4.2.4 Pembentukan <i>Brand Image</i> Akun Instagram @infocimahi.co dalam Membangun Kepercayaan sebagai Media Informasi Di Kalangan Masyarakat Kota Cimahi. | 100 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 108 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 108 |
| 5.2 Saran | 110 |
| 5.2.1 Saran Bagi INFOCIMAHI | 110 |
| 5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya | 111 |
| DAFTAR PUSTAKA | 112 |
| LAMPIRAN..... | 115 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 176 |