DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN JUDUL i

LEMBAR PERSEMBAHAN ii

LEMBAR PENGESAHAN iii

LEMBAR PERNYATAAN iv

ABSTRAK v

***ABSTRACT* ..... vi**

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN-LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 5

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 5

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 5

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 6

1.3.1 Maksud Penelitian 6

1.3.2 Tujuan Penelitian 6

1.4 Kegunaan Penelitian 7
1.4.1 Kegunaan Teoritis 7
1.4.2 Kegunaan Praktis 7
1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti 7
1.4.2.2 Kegunaan Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi 8
1.4.2.3 Kegunaan Bagi Speedtuner 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka 9
2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu Yang Relevan 9
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 13
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi 13
2.1.2.2 Proses Komunikasi 15
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi 16
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran 19
2.1.4 Tinjauan Tentang Bauran Promosi 27
2.1.4.1 Pengertian Bauran Promosi 27
2.1.4.2 Tujuan Promosi 30
2.1.4.3 Fungsi Promosi 32
2.1.5 Tinjauan Tentang Online Shop 33
2.1.6 Tinjauan Tentang Instagram 36
2.2 Kerangka Pemikiran 42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian 54

3.2 Teknik Penentuan Informan 55

3.2.1 Subjek Penelitian 56

3.2.2 Informan Penelitian..... 56

3.2.3 Informan Pendukung Penelitian..... 58

3.3 Teknik Pengumpulan Data 58

3.3.1 Studi Pustaka..... 58

3.3.2 Studi Lapangan 60

3.4 Uji Keabsahan Data 61

3.5 Teknik Analisa Data 64

3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian 66

3.6.1 Lokasi Penelitian..... 66

3.6.2 Waktu Penelitian..... 67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian..... 70

4.1.1 Objek Penelitian..... 70

4.1.1.1 Speedtuner..... 70

4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian 71

4.1.3 Analisa Hasil Penelitian..... 75

4.1.3.1 *Direct marketing* Speedtuner Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan

Penjualan Produk..... 79
4.1.3.2 Bentuk *Advertising* Speedtuner Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Melalui Media Sosial Instagram..... 84
4.1.3.3 Metode *Sales Promotion* Speedtuner Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk 93
4.1.3.4 Program *Public Relations* Speedtuner Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk 99
4.2 Pembahasan 105
4.2.1 *Direct marketing* Speedtuner Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk 105
4.2.2 Bentuk *Advertising* Speedtuner Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Melalui Media Sosial Instagram..... 108
4.2.3 Metode *Sales Promotion* Speedtuner Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk..... 115
4.2.4 Program *Public Relations* Speedtuner Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk..... 119
4.2.5 Bauran Promosi Speedturner Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan

Produknya 123

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 127

5.2 Saran 128

5.2.1 Saran Untuk Speedtuner 128

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya 129

DAFTAR PUSTAKA 130

LAMPIRAN-LAMPIRAN 133

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 174

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Yang Relevan	9
Tabel 3.1	Informan Penelitian	57
Tabel 3.2	Informan Pendukung Penelitian	58
Tabel 3.3	Waktu Penelitian	67
Tabel 4.1	Lokasi Serta Waktu Observasi Dan Wawancara	76

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 2.1	Proses Komunikasi Sosial	15
Gambar 2.2	Model Dasar Sistem Komunikasi Pemasaran	24
Gambar 2.3	Model Hierarki Tanggapan	26
Gambar 2.4	Logo Instagram	38
Gambar 2.5	Tampilan Interface Instagram	39
Gambar 2.6	Alur Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4.1	Logo Speedtuner	70
Gambar 4.2	Informan Kunci Penelitian Pertama	71
Gambar 4.3	Informan Kunci Penelitian Kedua	73
Gambar 4.4	Informan Pendukung Penelitian	74
Gambar 4.5	*Direct Marketing* Speedtuner	108
Gambar 4.6	Bentuk *Advertising* Speedtuner	115
Gambar 4.7	Metode *Sales Promotion* Speedtuner	119
Gambar 4.8	Program *Public Relations* Speedtuner	123

DAFTAR LAMPIRAN

Hal

Lampiran 1	Persetujuan Menjadi Pembimbing Skripsi	133
Lampiran 2	Berita Acara Bimbingan	134
Lampiran 3	Surat Rekomendasi Pembimbing Untuk Mengikuti Seminar Usulan Penelitian	135
Lampiran 4	Lembar Revisi Usulan Penelitian	136
Lampiran 5	Surat Pengajuan Pendaftaran Sidang	137
Lampiran 6	Surat Rekomendasi Pembimbing Untuk Mengikuti Sidang Sarjana	138
Lampiran 7	Dokumentasi	139
Lampiran 8	Pedoman Observasi	141
Lampiran 9	Hasil Observasi	143
Lampiran 10	Pedoman Wawancara	150
Lampiran 11	Transkrip Hasil Wawancara	156
Lampiran 12	Lembar Identitas Informan Kunci	171
Lampiran 13	Lembar Identitas Informan Pendukung	173