DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR TABEL xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 8

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 8

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 9

1.3.1 Maksud Penelitian 9

1.3.2 Tujuan Penelitian 9

1.4 Kegunaan Penelitian 10

1.4.1 Kegunaan Teoritis 10

1.4.2 Kegunaan Praktis 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 12

2.1 Tinjauan Pustaka 12

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 12

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 14

2.1.2.1 Definisi Komunikasi 14

2.1.2.2 Proses Komunikasi 15

2.1.2.3 Unsur Komunikasi 17

2.1.2.4 Karakteristik Komunikasi 19

2.1.2.5 Tujuan Komunikasi 20

2.1.2.6 Fungsi Komunikasi 21

2.1.2.7 Konteks Komunikasi 22

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran 23

2.1.3.1 Sejarah Komunikasi Pemasaran 23

2.1.3.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran 25

2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran 27

2.1.4 Tinjauan Tentang Bauran Promosi 29

2.1.4.1 Pengertian Bauran Promosi 29

2.1.5 Tinjauan Tentang Internet 35

2.1.5.1 Pengertian Internet 35

2.1.5.2 Fungsi Internet. 36

2.1.6 Tinjauan Tentang *Instagram* 38

2.1.6.1 Perusahaan Burb, Inc 38
2.1.6.2 Asal Mula Nama *Instagram* 39
2.1.6.3 Fitur-Fitur *Instagram* 39
2.1.7 Tinjauan Tentang *Bonjour Bag* 46
2.1.8 Tinjauan Tentang Konsumen (Pembeli) 47
2.1.8.1 Pengertian Konsumen 47
2.1.8.2 Minat Beli Konsumen 48
2.1.8.3 Kepuasan Konsumen 49
2.2 Kerangka Pemikiran 51
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis 51
2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual 54
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN 57
3.1 Objek Penelitian 57
3.1.1 *Instagram* 57
3.1.1.1 Fitur-Fitur *Instagram* 58
3.1.1.2 *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran 65
3.2 Metode Penelitian 66
3.2.1 Desain Penelitian 66
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 68
3.2.2.1 Studi Pustaka 68
3.2.2.2 Studi Lapangan 69
3.2.3 Teknik Penentuan Informan 72

3.2.3.1 Subjek Penelitian 72
3.2.3.2 Informan Penelitian..... 72
3.2.3.3 Informan Pendukung..... 73
3.2.4 Teknik Analisa Data 74
3.2.5 Validitas Data 76
3.2.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian 79
3.2.6.1 Lokasi Penelitian..... 79
3.2.6.2 Waktu Penelitian..... 80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 81
4.1 Deksripsi Hasil Observasi 84
4.2 Identitas Informan Dan Infroman Pendukung Penilitan..... 86
4.2.1 Informan 86
4.2.2 Informan Pendukung 88
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian 90
4.3.1 Periklanan *Bonjour Bag* Bandung Melalui Aplikasi *Instagram* Dalam Menarik Minat Pembelinya 91
4.3.2 Promosi Penjualan *Bonjour Bag* Bandung Melalui Aplikasi *Instagram* Dalam Menarik Minat Pembelinya 98
4.3.3 Hubungan Masyarakat Dan Publisita *Bonjour Bag* Bandung Melalui Aplikasi *Instagram* Dalam Menarik Minat Pembelinya..... 102

4.3.4 Penjualan Personal *Bag* Bandung Melalui Aplikasi *Instagram* Dalam Menarik Minat Pembelinya 104
4.3.5 Pemasaran Langsung *Bonjour Bag* Bandung Melalui Aplikasi *Instagram* Dalam Menarik Minat Pembelinya 107
4.3.6 Bauran Promosi *Bonjour Bag* Bandung Melalui Aplikasi *Instagram* Dalam Menarik Minat Pembelinya 109
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian..... 110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 118
5.1 Kesimpulan..... 118
5.2 Saran 119
DAFTAR PUSTAKA 121
LAMPIRAN..... 123
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 191

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 2.1 Unsur Komunikasi 18

Gambar 2.2 Bagan Alur Pemikiran Peneliti..... 56

Gambar 3.1 Triangulasi Sumber Data..... 77

Gambar 3.2 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data..... 78

Gambar 3.3 Triangulasi Waktu Pengumpulan Data 79

Gambar 4.1 Informan Agung 86

Gambar 4.2 Informan Shofia..... 87

Gambar 4.3 Informan Pendukung Mao..... 88

Gambar 4.4 Informan Pendukung Otniel 89

Gambar 4.5 Informan Pendukung Rifka 90

Gambar 4.6 Program Penawaran *Bonjour Bag* Gratis Majalah Ichiers 113

Gambar L.1 Produk *Bonjour Bag* di *Instagram*..... 184

Gambar L.2 Produk-Produk *Bonjour Bag* di *Instagram*..... 184

Gambar L.3 Program Penawaran *Bonjour Bag* 185

Gambar L.4 Foto Konsumen *Bonjour Bag* 185

Gambar L.5 *Website Bonjour Bag* 186

Gambar L.6 *Facebook Bonjour Bag* 186

Gambar L.7 *Twitter Bonjour Bag* 187

Gambar L.8 *Store House Bonjour Bag* 187

Gambar L.9 Wawancara Dengan Informan Penelitian Agung 188

Gambar L.10 Wawancara Dengan Informan Penelitian Shofia..... 188

Gambar L.11 Wawancara Dengan Informan Pendukung Mao..... 189

Gambar L.12 Wawancara Dengan Informan Penelitian Otniel..... 189

Gambar L.13 Wawancara Dengan Informan Pendukung Rifka 190

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 12

Tabel 3.1 Data Informan Penelitian 73

Tabel 3.2 Data Informan Pendukung 74

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian..... 80

Tabel 4.1 Acara Wawancara Dengan Informan 83

Tabel 4.2 Acara Wawancara Dengan Informan Pendukung 83

DAFTAR LAMPIRAN

Hal

Lampiran 1 Surat Persetujuan Menjadi Pembimbing Skripsi 124

Lampiran 2 Lembar Berita Acara Bimbingan..... 125

Lampiran 3 Surat Rekomendasi Pembimbing Untuk Mengikuti Seminar Usulan Penelitian..... 126

Lampiran 4 Surat Pengajuan Pendaftaran Seminar Usulan Penelitian 127

Lampiran 5 Lembar Revisi Usulan Penelitian 128

Lampiran 6 Surat Rekomendasi Pembimbing Mengikuti Sidang Sarjana. 129

Lampiran 7 Surat Pengajuan Pendaftaran Ujian Sidang Sarjana 130

Lampiran 8 Lembar Revisi Sidang Skripsi 131

Lampiran 9 Pedoman Observasi 132

Lampiran 10 Hasil Observasi..... 135

Lampiran 11 Pedoman Wawancara..... 139

Lampiran 12 Identitas Informan Penelitian..... 145

Lampiran 13 Hasil Wawancara 150

Lampiran 14 Dokumentasi Photo-Photo 184