DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **ii**
LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.2.1 Masalah Makro 9
1.2.2 Masalah Mikro 10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 10
1.3.1 Maksud Penelitian 10
1.3.2 Tujuan Penelitian 11
1.4 Kegunaan Penelitian 11
1.4.1 Kegunaan Teoritis 11
1.4.2 Kegunaan Praktis 12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN
2.1 Tinjauan Pustaka 13
2.1.1 Penelitian Terdahulu 13
2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi 15

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi 15
2.1.2.2 Proses Komunikasi 16
2.1.2.3 Unsur-unsur Komunikasi.....18
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi.....19
2.1.2.5 Tujuan Komunikasi 21
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran 26
2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran 31
2.1.3.2 Bauran Pemasaran 34
2.1.3.3 Definisi Unsur – Unsur Bauran Pemasaran.....41
2.1.4 Tinjauan Tentang Online Shop.....47
2.1.5 Tinjauan Tentang Instagram.....51
2.1.5.1 Pengertian Instagram 51
2.1.5.2 Asal Mula Nama Instagram.....52
2.1.5.3 Fitur-fitur Instagram 53
2.1.6 Tinjauan Tentang *Social Networking* 59
2.2 Kerangka Pemikiran 60

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....69
3.2 Teknik Penentuan Informan 71
3.3 Teknik Pengumpulan Data 73
3.3.1 Wawancara Mendalam atau *In-depth Interview* 73
3.3.2 Observasi 75
3.3.3 Dokumentasi.....76
3.3.4 Studi Pustaka 76

3.3.5 Internet *Searching* 77
3.4 Uji Keabsahan Data 77
3.5 Teknik Analisa Data 79
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 81
3.6.1 Lokasi Penelitian 81
3.6.2 Waktu Penelitian 81

BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 83
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian *House of Mimosa* 84
4.1.1.1Visi dan Misi *House of Mimosa* 85
4.1.1.2 Logo *House of Mimosa* 86
4.1.1.3 Struktur Organisasi *House of Mimosa* 86
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian 87
4.2 Analisa Hasil Penelitian 91
4.2.1 Pemasaran Produk *House of Mimosa* melalui media sosial instagram. 93
4.2.2 Penetapan Produk *House of Mimosa* melalui media sosial instagram. 101
4.2.3 Kegiatan Distribusi *House of Mimosa* melalui media sosial instagram…. 108
4.2.4 Kegiatan Promosi *House of Mimosa* melalui media sosial instagram. 110
4.3 Pembahasan Penelitian 114

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 126

5.2 Saran.....129

5.2.1 Saran Bagi *House of Mimosa*.....129

5.2.2 Saran Bagi Peneliti.....130

DAFTAR PUSTAKA.....132

LAMPIRAN-LAMPIRAN 135

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 179