DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 12

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 12

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 12

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 12

1.3.1 Maksud Penelitian 12

1.3.2 Tujuan Penelitian 13

1.4 Kegunaan Penelitian 13

1.4.1 Kegunaan Teoritis 13

1.4.2 Kegunaan Praktis 13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 15

2.1 Tinjauan Pustaka 15

2.1.1 Penelitian Terdahulu 15

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 17

2.1.2.1 Pengertian Ilmu Komunikasi 17
2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi 19
2.1.2.3 Fungsi Komunikasi 19
2.1.2.4 Proses Komunikasi..... 21
2.1.2.5 Tujuan Komunikasi..... 23
2.1.2.6 Lingkup Komunikasi 25
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi dan Strategi Pemasaran..... 27
2.1.3.1 Sejarah Komunikasi Pemasaran..... 27
2.1.3.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran..... 29
2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran 31
2.1.3.4 Definisi Komunikasi Pemasaran..... 32
2.1.3.5 Sarana-sarana Komunikasi Pemasaran 35
2.1.3.6 Bauran Pemasaran..... 36
2.1.3.7 Peran Komunikasi dalam Transaksi Pertukaran 37
2.1.4 Tinjauan Tentang Media Baru (*New Media*)..... 38
2.1.4.1 Teknologi Komunikasi dan Masyarakat 39
2.1.4.2 Sosial Media Sebagai Komunikasi Pemasaran 40
2.1.4.3 Pengertian Sosial Media..... 41
2.1.5 Tinjauan Tentang Instagram..... 43
2.1.5.1 Pengertian Instagram..... 43
2.1.5.2 Asal Mula Nama Instagram 44
2.1.5.3 Fitur-fitur Instagram..... 44
2.1.6 Minat Beli Konsumen 51

2.2 Kerangka Pemikiran 52
2.2.1 Kerangka Teoritis 52
2.2.2 Kerangka Konseptual 55
BAB III METODE PENELITIAN 56
3.1 Desain Penelitian 56
3.2 Informan Penelitan 58
3.3 Teknik Pengumpulan Data 60
3.3.1 Wawancara Mendalam 60
3.3.2.Observasi Non-pasrtisipan 61
3.3.3 Dokumentasi 62
3.3.4 Studi Pustaka 62
3.3.5 Penelusuran Data *Online* 63
3.4 Uji Keabsahan Data 63
3.5 Teknik Analisa Data 64
3.5.1.Proses Analisis Data 66
3.6.Lokasi dan Waktu Penelitian 68
3.6.1.Lokasi Penelitian 68
3.6.2.Waktu Penelitian 69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 70
4.1 Gambaran Objek Penelitian 70
4.1.1 Analisis Deskriptif Identitas Informan 74
4.2 Hasil Penelitian 79

4.2.1 Segmentasi Pasar Hoax Cuiiiih Melalui Media Sosial *Instagram* @hoax_cuiiiih 80
4.2.2 Target Hoax Cuiiiih Melalui Media Sosial *Instagram* @hoax_cuiiiih 85
4.2.3 Posisi Pasar Hoax Cuiiiih Melalui Media Sosial Instagram @hoax_cuiiiih 92
4.3 Pembahasan 97
4.3.1 Pembahasan Segmentasi Pasar Hoax Cuiiiih Melalui Media Sosial *Instagram* @hoax_cuiiiih 97
4.3.2 Pembahasan Target Pasar Hoax Cuiiiih Melalui Media Sosial *Instagram* @hoax_cuiiiih..... 102
4.3.3 Pembahasan Posisi Pasar Hoax Cuiiiih Melalui Media Sosial *Instagram* @oax_cuiiiih..... 107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 115
5.1 Kesimpulan 115
5.2 Saran 117
DAFTAR PUSTAKA xiii
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 15

Tabel 3.1 Informan Kunci 59

Tabel 3.2 Informan Pendukung 60

Tabel 3.3 Waktu dan Kegiatan Penelitian 69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Penjualan Hoax Cuiiiih 6

Gambar 1.2 Akun Instagram Hoax Cuiiiih 8

Gambar 2.1 Logo Instagram 43

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....56

Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data *(interactive model)* 67

Gambar 4.1 Struktur Organisasi..... 72

Gambar 4.2 Informan Kunci I..... 75

Gambar 4.3 Informan Kunci II..... 76

Gambar 4.4 Informan Pendukung I..... 77

Gambar 4.5 Informan Pendukung II 78

Gambar 4.6 Hoax Cuiiiih Support Produk (Nothing Face) 88

Gambar 4.7 Hoax Cuiiiih Support Produk (Mister Rockers).....89

Gambar 4.8 Hoax Cuiiiih Support Produk (Never Last Ever).....90

Gambar 4.9 Contoh Materi Instagram Hoax Cuiiiih..... 96

Gambar 4.10 Model Segmentasi Pasar 101

Gambar 4.11 Model Target Pasar 106

Gambar 4.12 Logo dan Desain Hoax Cuiiiih Sebagai Karakter Produk..... 109

Gambar 4.13 Model Segmentasi Pasar 110

Gambar 4.14 Model Komunikasi Pemasaran..... 114

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Pengajuan Pendaftaran Ujian Sidang Sarjana

Lampiran 2 : Surat Rekomendasi Dosen Pembimbing

Lampiran 3 : Berita Acara Bimbingan Sidang

Lampiran 4 : Lembar Revisi Usulan Penelitian

Lampiran 5 : Surat Balasan Perusahaan

Lampiran 6 : Pedoman Observasi

Lampiran 7 : Pedoman Wawancara

Lampiran 8 : Trasnkrip Wawancara

Lampiran 9 : Dokumentasi

Lampiran 10 : Daftar Riwayat Hidup