DAFTAR ISI

Lembar Persembahan.....i

Lembar Pengesahan.....ii

Lembar Pernyataan ii

Abstrak.....iv

***Abstract*.....v**

Kata Pengantar vi

Daftar Isi x

Daftar Tabel.....xv

Daftar Gambar xvi

Daftar Lampiran xviii

Bab I Pendahuluan.....1

1.1 Latar Belakang.....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 Terhadap Penelitian Terdahulu 12

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 14

2.1.2.1 Pengertian Ilmu Komunikasi 14

2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi 16

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi 17

2.1.2.4 Proses Komunikasi 18

2.1.2.5 Tujuan Komunikasi 19

2.1.2.6 Lingkup Komunikasi 21

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....24

2.1.3.1 Strategi Pemasaran.....26

2.1.3.2 Bauran Pemasaran 27

2.1.3.3 Peran Komunikasi Dalam Transaksi Pertukaran 32

2.1.4 Tinjauan Tentang Konsep Media Baru *(New Media)* 34

2.1.4.1 Teknologi Komunikasi Dan Mayarakat.....34

2.1.4.2 Sosial Media Sebagai Komunikasi Pemasaran.....36

2.1.4.3 Pengertian Sosial Media 37

2.1.5 Tinjauan Tentang Instagram.....38

2.1.5.1 Pengertian Instagram 38

2.1.6.2 Asal Mula Nama Instagram 39

2.1.5.3 Fitur-Fitur Instagram 39

2.1.6 Minat Beli Konsumen 46

2.2 Kerangka Pemikiran 47

Bab III Metode Penelitian 58

3.1 Desain Penelitian 58

3.2 Informan Penelitian 59

3.3 Teknik Pengumpulan Data 62

3.3.1 Wawancara Mendalam *(In-Depth Interview)*.....62

3.3.2 Observasi 63

3.3.3 Dokumentasi.....64

3.3.4 Studi Pustaka 64

3.3.5 Penelusuran Data Online 65

3.4 Uji Keabsahan Data 65

3.5 Teknik Analisa Data 66

3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian 70

3.6.1 Lokasi Penelitian 70

3.1.6 Waktu Penelitian 70

Bab IV Hasil Penelitian 72

4.1 Hasil Penelitian.....72

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 75

4.1.1.1 Sejarah Singkat *'The Awesome People'* 75

4.1.1.2 Visi Dan Misi *'The Awesome People'*.....76

4.1.1.3 Logo Dan Arti Logo *'The Awesome People'* 77

4.1.1.4 Job Description *'The Awesome People'* 78

4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian Dan Informan Pendukung 79

4.1.3. Analisis Hasil Penelitian 84

4.1.3.1. Produk *(Produk)* Yang Ditawarkan *Oleh 'The Awesome People'* Melalui Instagram 86

4.1.3.2 Harga *(Price)* Yang Ditawarkan Oleh *'The Awesome People'* Melalui Instagram 93

4.1.3.3 Tempat *(Place)* Pemasaran Produk Dari *'The Awesome People'*..... 99

4.1.3.4 Promosi *(Promotion)* Yang Dilakukan Oleh *'The Awesome People'* Melalui Instagram 104

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian..... 110

4.2.1 Produk Yang Ditawarkan *'The Awesome People'* 111

4.2.2 Harga *(Price)* Yang Ditawarkan Oleh *'The Awesome People'* Melalui Instagram..... 114

4.2.3 Tempat Pemasaran Produk Dari *'The Awesome People'*..... 116

4.2.4 Promosi *(Promotion)* Yang Dilakukan Oleh *'The Awesome People'* Melalui Instagram..... 119

4.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran *'The Awesome People'* Melalui Media Instagram 123

Bab V Kesimpulan Dan Saran 126

5.1 Kesimpulan 126

5.2 Saran 129

5.2.1 Saran Untuk *The Awesome People* 129

5.2.1 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya 130

Daftar Pustaka 131

Lampiran 134

Daftar Riwayat Hidup 172

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....12

Tabel 3.1 Informan Kunci Penelitian 60

Tabel 3.2 Informan Pendukung Penelitian 61

Tabel 3.3 Waktu Penelitian 71

Tabel 4.1 Tabel Waktu Dan Tempat Wawancara 74

Tabel 4.2 Data Informan Penelitian Kunci.....79

Tabel 4.3 Data Informan Penelitian Pendukung.....80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Instagram.....38

Gambar 2.2 Bagan Alur Kerangka Pemikiran.....57

Gambar 3.1 Komponen Dalam Analisis Data *(Interactive Model)*.....68

Gambar 4.1 Logo *'The Awesome People'*.....77

Gambar 4.2 Informan Kunci-1 81

Gambar 4.3 Informan Kunci-2 82

Gambar 4.4 Informan Pendukung-1 82

Gambar 4.5 Informan Pendukung-2 83

Gambar 4.6 Informan Pendukung-3 84

Gambar 4.7 Desain Produk *The Awesome People* 112

Gambar 4.8 Masukan Dan Permintaan Dari Konsumen *The Aweome People*..... 112

Gambar 4.9 *Respon* Konsumen Terhadap Produk *The Awesome People* 113

Gambar 4.10 Model Penjualan Produk The Awesome People Di Instagram 114

Gambar 4.11 Harga Yang Ditawarkan *The Awesome People* Di Katalognya..... 115

Gambar 4.12 Model Penetapan Harga The Awesome People Di Instagram..... 116

Gambar 4.13 Akun Official Dari *The Awesome People*..... 117

Gambar 4.14 Tampilan Layout Akun Official Dari *The Awesome People*..... 118

Gambar 4.15 Model Tempat/Media Penjualan *The Awesome People* 119

Gambar 4.16 Diskon Yang Diberikan *The Awesome People* Di Instagram..... 120

Gambar 4.17 *Endorsment The Awesome People* Di Instagram..... 121

Gambar 4.18 *Official Outlaw Supply* 122

Gambar 4.19 Model Promosi Penjualan *The Awesome People* Di Instagram..... 122

Gambar 4.20 Model Strategi Komunikasi Pemasaran *The Awesome People* 125

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Bimbingan 135

Lampiran 2 Berita Acara Bimbingan Usulan Penelitian 136

Lampiran 3 Berita Acara Bimbingan Sidang 137

Lampiran 4 Surat Rekomendasi Dosen Pembimbing 138

Lampiran 5 Surat Pengajuan Pendaftaran Ujian Sidang Sarjana 139

Lampiran 6 Lembar Revisi Usulan Penelitian 140

Lampiran 7 Lembar Revisi Sidang Sarjana..... 141

Lampiran 8 Surat Izin Penelitian..... 142

Lampiran 9 Surat Balasan Dari Tempat Penelitian 143

Lampiran 10 Hasil Wawawancara Informan Kunci 1 144

Lampiran 11 Bukti Wawancara Informan Kunci 1 149

Lampiran 12 Hasil Wawawancara Informan Kunci 2 150

Lampiran 13 Bukti Wawancara Informan Kunci 2 155

Lampiran 14 Hasil Wawawancara Informan Pendukung 1..... 156

Lampiran 15 Bukti Wawancara Informan Pendukung 1..... 159

Lampiran 16 Hasil Wawawancara Informan Pendukung 2..... 160

Lampiran 17 Bukti Wawancara Informan Pendukung 2..... 163

Lampiran 18 Hasil Wawawancara Informan Pendukung 3..... 164

Lampiran 19 Bukti Wawancara Informan Pendukung 3..... 167

Lampiran 20 Dokumentasi Dengan Informan 168

Lampiran 21 Surat Keterangan Persetujuan Publikasi 171