

DAFTAR ISI

SURAT PRNYATAAN.....	2
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I	8
PENDAHULUAN	8
1.1. Latar Belakang.....	8
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.2.1. Makro.....	13
1.2.2. Mikro.....	13
1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian	13
1.3.1 Maksud Peelitian	14
1.3.2. Tujuan Penelitian	14
1.4. Kegunaan Penelitian	14
1.4.1. Kegunaan Teoritis	14
1.4.2. Kegunaan Praktis	15
BAB II.....	16
TUJUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	16
2.1. Tinjauan Pustaka	16
2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	16
2.1.2. Tinjauan Tentang Komunikasi	20
2.1.3. Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	26
2.1.4. Tinjauan Minat.....	38
2.1.5. Tinjauan media sosial	41
2.1.6 Tinjauan Instragram.....	45
2.1.7. Selebrity Endorser	48
2.1.8. Tinjauan Remaja.....	51
2.2 Kerangka Pemikiran.....	52

BAB III	57
METODE PENELITIAN	57
3.1. Desain Penelitian	57
3.2 Informan Penelitian	59
3.3. Teknik Pengumpulan Data	62
3.3.1. Studi Pustaka	62
3.3.2. Studi Lapangan	63
3.4 Uji Keabsahaan Data	65
3.5. Teknik Analisis Data	67
3.6. Lokasi Dan Waktu Penelitian	67
3.6.1. Lokasi Penelitian	67
3.6.2. Waktu Pnelitian	67
BAB IV	70
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Hasil Penelitian	70
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	70
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian	74
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	77
4.2 Pembahasan	85
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Selebrity <i>Endorser</i> Pada Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja Kota Bandung	85
4.2.3 Kredibilitas Selebrity Endorser	89
4.2.4 Kreativitas Selebrity Endorser Terhadap Remaja Kota Bandung	90
4.2.5 Kesesuaian Selebrity Endorser dalam Proses <i>Endorsement</i> Terhadap Remaja Kota Bandung	91
BAB V	96
KESIMPULAN	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	102