

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Kerangka Teori.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2 Media Online.....	35
2.3 Minat Konsumen Dalam Komunikasi Pemasaran.....	49
2.4 Penelitian Terdahulu.....	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	59
3.1 Metode Penelitian.....	59
3.2 Jenis Penelitian.....	59
3.3 Lokasi Penelitian.....	61
3.4 Obyek Penelitian.....	61
3.5 Sumber Data.....	61
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.7 Teknik Analisis Data.....	64
3.8 Uji Validitas	67

BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN.....	69
4.1 Profil JAS Yogyakarta.....	69
4.1.1 Struktur Organisasi.....	72
4.1.2 Visi , Misi, dan Motto.....	73
4.1.3 Tujuan dan Sasaran.....	74
4.1.4 Logo dan Makna.....	75
4.2 Penggunaan Instagram Bagi Komunikasi Pemasaran JAS Yogyakarta.....	76
4.2.1 Kegiatan Penggunaan Instagram.....	80
4.2.2 Instagram Sebagai Media Informasi.....	86
4.2.3 Pengelolaan Media Instagram.....	93
4.3 Pembahasan	96
BAB VPENUTUP.....	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	114