

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Rumusan Masalah	12
1.3	Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	12
	1.3.1 Tujuan Penelitian	12
	1.3.2 Manfaat Penelitian	12
1.4	Kerangka Teori.....	15
	1.4.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
	1.4.2 New Media.....	21
	1.4.3 Internet Sebagai Media Komunikasi dan Pemasaran.....	24
	1.4.4 Media Sosial Instagram.....	25
	1.4.5 Pemasaran Melalui Media Instagram.....	26

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Komunikasi pemasaran.....	30
2.1.1	Pengertian Komunikasi	30
2.1.2	Pengertian Pemasaran	31
2.1.3	Pengertian Komunikasi Pemasaran	33
2.2.4	Komunikasi Pemasaran Online	33
2.2.5	media	34
2.2.6	Karakteristik media Online	37
2.2.7	Media Sosial.....	39
2.2.8	Penelitian Terdahulu	40

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	42
3.2	Obyek Penelitian	43
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1	Wawancara.....	43
3.3.2	Observasi.....	44
3.3.3	Dokumentasi	45
3.4	Validitas Data	45
3.5	Teknik Analisis Data	47

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil dan sejarah berdirinya Cloting Moth Invasion	50
4.2	Visi dan Misi Clothing Moth Invasion.....	52

4.3	Filosofi Logo serta sturktur Organisasi Moth Invasion	53
4.4	Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Pada Clothing Moth Invasion	57
4.5	Pemasaran Instagram Clothing Moth Invasion	61
4.5.1	Fitur – fitur yang ada di Instagram.....	62
4.5.2	Periklanan pada Instagram Clothing Moth Invasion.....	65
4.5.3	Promosi penjualan di Instagram Clothing Moth Invasion	67
4.5.4	Humas dan Publikasi di Instagram Clothing Moth Invasion	72
4.5.5	Personal Selling di Instagram Cloting Moth Invasion	77
4.5.6	Direct selling di Instagram Cloting Moth Invasion	80
4.6	Pembahasan.....	90

BAB V. PENUTUP

5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN