

DAFTAR ISI

Uraian	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Konteks Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	6
1.2.1 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.2.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Kegunaan Teoritis	7
1.3.2 Kegunaan Praktis	8
1.3.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti	8
1.3.2.2 Kegunaan Bagi Universitas	8
1.3.2.3. Kegunaan Bagi Masyarakat	8
1.4. Setting Penelitian	8
1.5 Kerangka Pemikiran	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Sejenis	16
2.2 Tinjauan Teoritis.....	17
2.2.1 Tinjauan mengenai Komunikasi Massa.....	17
2.2.2 Tinjauan mengenai Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.3 Tinjauan mengenai Internet	25
2.2.3.1 Pengguna Internet.....	27
2.2.3.2 Keunggulan dan Kelemahan Internet	27
2.2.4 Tinjauan mengenai Instagram.....	28
BAB III METODE PENELITIAN DAN OBJEK PENELITIAN	
3.1 Metodologi Penelitian	39
3.2 Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Studi Kasus	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4 Teknik Analisis Data	44
3.5 Uji Keabsahan Data	45
3.6 Objek Penelitian	47
3.6.1 Sejarah <i>Online shop</i> Glintzroom.....	47
3.6.2 Sejarah <i>Online shop</i> Dheyshushoes.....	47

Uraian	Halaman
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Temuan Penelitian	49
4.2 Pembahasan Penelitian	56
4.2.1 Kegiatan yang Dilakukan <i>Online shop</i> di Bandung dalam Melakukan Pemasaran Melalui Instagram ...	56
4.2.2 Faktor-faktor yang melatarbelakangi <i>online shop</i> dalam menggunakan media pemasaran Instagram. .	85
4.2.3 <i>Feedback</i> terhadap kegiatan pemasaran <i>online shop</i> di Bandung yang dilakukan di jejaring sosial Instagram.....	101
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	110
5.2.1 Secara Teoritis	110
5.2.2 Secara Praktis.....	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	115

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4.1 Draft Wawancara Pertanyaan Penelitian.....	52
Tabel 4.2 Fakta & Fitur-fitur Instagram.....	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 4.1	Produk flat shoes untuk segmentasi remaja <i>online shop</i> Glintzroom Diunggah pada tahun 2013	63
Gambar 4.2	Produk high heels untuk segmentasi remaja/dewasa <i>online shop</i> Glintzroom Diunggah pada tahun 2013	63
Gambar 4.3	Produk wedges untuk segmentasi remaja <i>online shop</i> Glintzroom Diunggah pada tahun 2013	64
Gambar 4.4	Model Proses Strategi Promosi <i>online shop</i> kota Bandung dalam menentukan target <i>audience</i> di media jejaring sosial instagram	72
Gambar 4.5	Model Proses strategi <i>online shop</i> dalam merancang pesan untuk berpromosi di media jejaring social	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Daftar Pedoman Wawancara 1	116
Lampiran 2 Daftar Pedoman Wawancara 2	120
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup	124

