

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
BAB II TINJAUAN TEORI	10
2.1 Ringkasan Teori	10
2.1.1 Komunikasi	10
2.1.2 Pemasaran	13
2.1.3 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.4 Periklanan di Media Sosial Instagram	17

2.1.5	Kolaborasi Dengan <i>Influencer</i>	20
2.1.6	Potongan Harga atau <i>Discount</i>	24
2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Pemikiran	27
BAB III	METODE PENELITIAN	32
3.1	Pendekatan Penelitian	32
3.1.1	Metode Penelitian Kualitatif	32
3.1.2	Analisi Deskriptif	35
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	36
3.3	Informan Kunci	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5	Teknik Analisis Data	43
3.6	Teknik Keabsahan Data	43
3.6.1	Triangulasi	44
3.6.2	Diskusi Dengan Teman Sejawat	44
3.6.3	Mengadakan Member Check	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Objek Penelitian	46
4.1.1	Sejarah Singkat <i>Comfort of Chocolate (Co.Choc)</i>	46
4.1.2	Profil Perusahaan	48
4.1.3	Konsep dan Program	49
4.1.4	Profil Informan	50
4.2	Hasil Penelitian	52
4.2.1	Periklanan di Media Sosial Instagram	53
4.2.2	Berkolaborasi Dengan <i>Influencer</i>	63
4.2.3	Mengadakan Potongan Harga atau <i>Discount</i>	68
4.3	Pembahasan	71
4.3.1	Periklanan di Media Sosial Instagram	72
4.3.2	Berkolaborasi Dengan <i>Influencer</i>	75
4.3.3	Mengadakan Potongan Harga atau <i>Discount</i>	79

4.3.4 Hambatan Dalam Meningkatkan Jumlah Pengikut Akun Instagram @co.choc	84
BAB V PENUTUP	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Rekomendasi	89
5.2.1 Akademis	90
5.2.2 Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94