

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT	xix
ملخص	xxi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Teoritis	6
1.4.2 Praktis.....	6
1.5 Metode Penelitian.....	6
1.5.1 Jenis Penelitian	7
1.5.2 Prosedur Penelitian	7
1.5.3 Partisipan Penelitian	8
1.5.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	9
1.5.5 Teknik Analisis Data	10
II. KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori	11

2.1.6	Media sosial dalam pemasaran	21
2.1.7	Instagram.....	23
2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Kerangka Pemikiran.....	30
III.	PAPARAN DATA	31
3.1	Gambaran Umum Objek Riset	31
3.1.1	Sejarah Singkat <i>Fashion store</i> Dhy Hijab.....	31
3.1.2	Logo Dhy Hijab	32
3.1.3	Lokasi Dhy Hijab.....	32
3.1.4	Visi dan Misi Dhy Hijab	32
3.1.5	Tugas Pokok Dhy Hijab	33
3.1.6	Struktur Kepegawaian Dhy Hijab.....	33
3.1.7	Akun Instagram Dhy Hijab	34
3.1.8	Produk – Produk Dhy Hijab.....	35
3.2	Paparan Data di Lapangan / Konten	36
3.2.1	Instagram sebagai media informasi pemasaran Dhy Hijab	36
3.2.2	Fitur Instagram sebagai media pemasaran produk dhy hijab	38
IV.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Analisis Komunikasi Pemasaran Pada <i>Fashion Store</i> Dhy Hijab	40
V.	PENUTUP.....	54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran.....	55
	DAFTAR PUSTAKA	56
	LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	25
-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Dhy Hijab.....	32
Gambar 2. Toko Dhy Hijab.....	32
Gambar 3. Struktur Kepegawaian Dhy Hijab	34
Gambar 4. Akun Instagram Dhy Hijab.....	34
Gambar 5, 6, 7, dan 8. Produk - Produk Dhy Hijab	35
Gambar 9. Linktree Pembelian Produk	51

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Model Komunikasi Lasswell.....	11
Bagan 2.2. Model Bauran Pemasaran IMC.....	16
Bagan 2.3. Konsep Pemasaran 4P	30
Bagan 4.1. Konsep Pemasaran 4P	41
Bagan 4.2. Bauran Pemasaran IMC.....	44