

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	1
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	4
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	4
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	5
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	7
<b>BAB 1</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1. Manfaat teoretis:.....	5
1.4.2. Manfaat praktis: .....	5
<b>BAB II</b> .....	6
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teoretis .....	9
2.2.1 Difusi dan Inovasi.....	9
2.3 Landasan Konseptual .....	10
2.3.1 Strategi Komunikasi .....	10
2.3.2 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.3.3 Analisis SWOT .....	12
2.3.4 Promosi .....	13
2.3.5 Produk.....	14
2.3.6 Media Baru/New Media .....	15
2.3.7 Media Sosial .....	17
2.3.8 Instagram .....	18
2.4 Kerangka Pemikiran Peneliti .....	20
<b>BAB III</b> .....	23

<b>METODE PENELITIAN</b> .....	23
3.1 Paradigma Penelitian.....	23
3.2 Jenis Penelitian .....	23
3.3 Subjek dan Obyek Penelitian .....	24
3.4 Sumber Data .....	25
3.4.1 Key Informan.....	25
3.4.2 Second Informan.....	25
3.5 Bahan Peneliti dan Unit Analisis .....	25
3.6 Instrument Penelitian .....	26
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.7.1. Wawancara .....	26
3.7.2. Observasi .....	26
3.7.3 Dokumentasi.....	26
3.8 Teknik Analisis Data .....	26
3.9 Teknik Keabsahaan Data.....	29
<b>BAB IV</b> .....	31
4.1 Subjek Penelitian .....	31
4.1.1 Profil PT. Rodeo Kerta Kencana .....	31
4.1.2 Visi dan Misi PT. Rodeo Kerta Kencana .....	32
4.1.3 Struktur Organisasi .....	32
4.2 Hasil Penelitian .....	33
4.2.1 Identitas Informan .....	33
4.2.2 Informan Pendukung .....	34
4.2.3 Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran PT. Rodeo Kerta Kencana Dalam Mempromosikan Produk di Instagram .....	35
4.2.4 Kelebihan dan Kelemahan Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran PT. Rodeo Kerta Kencana Dalam Mempromosikan Produk di Instagram .....	38
<b>BAB V</b> .....	40
<b>PEMBAHASAN</b> .....	40
5.1 Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran PT. Rodeo Kerta Kencana dalam mempromosikan produk di Instagram.....	40
5.1.1 Penelitian .....	40
5.1.2 Perencanaan .....	40
5.1.3 Pelaksanaan .....	41

5.1.4 Evaluasi .....	44
5.1.5 Pelaporan .....	46
5.2 Kelebihan dan Kelemahan Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran yang dihadapi PT. Rodeo Kerta Kencana dalam mempromosikan produk di Instagram .....	47
<b>BAB VI</b> .....	48
<b>PENUTUP</b> .....	48
6.1 Kesimpulan.....	48
6.1.1 Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran Produk PT. Rodeo Kerta Kencana Dalam Mempromosikan Produk di Instagram Tidak Efektif .....	48
6.1.2 Kelebihan dan Kelemahan PT. Rodeo Kerta Kencana Dalam Mempromosikan Produk di Instagram .....	49
6.2 Saran .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	51
<b>LAMPIRAN</b> .....	54

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel <i>Review</i> Jurnal Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Tabel Desain Penelitian.....	25

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Instagram PT. Rodeo Kerta Kencana.....	4
Gambar 4 1 PT. Rodeo Kerta Kencana.....	34
Gambar 4 2 Ruang Karyawan PT. Rodeo Kerta Kencana.....	35
Gambar 4 3 Wawancara dengan informan.....	36
Gambar 4 4 Wawancara dengan informan.....	37
Gambar 4 5 Informan Pendukung (kiri).....	37
Gambar 4 6 Surat Perjanjian Rodeo dengan Konsultan.....	40
Gambar 5 1 Promosi <i>Give away</i> Rodeo.....	46
Gambar 5 2 Komentar Konten.....	46
Gambar 5 3 <i>Story</i> Instagram Rodeo.....	47
Gambar 5 4 Instagram Baju Lain.....	48
Gambar 5 5 Harga Produk Tanpa Promo.....	49
Gambar 5 6 Model Baju Tua.....	49
Gambar 5 7 Pencarian Baju Modern di Shoppe .....	50

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran Peneliti.....	23
Bagan 3.1 Milles dan Hubberman Bagan (Prof. Dr. A. Muri Yusuf, 2014).....	29
Bagan 3.2 Bagan Keabsahan Data.....	31

**DAFTAR DIAGRAM**

**Diagram 1.1 Kerangka Pemikiran Peneliti.....4**