

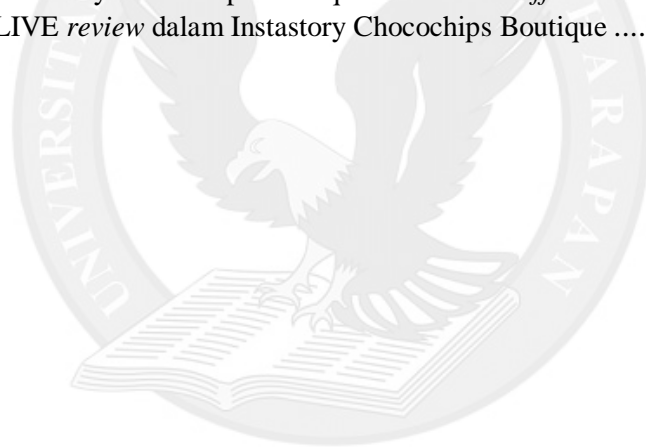
DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Identifikasi Masalah	4
I.3 Rumusan Masalah	7
I.4 Tujuan Penelitian	7
I.5 Kegunaan Penelitian.....	8
I.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II OBJEK PENELITIAN	
II.1 Chocochips Boutique	10
II.2 Visi dan Misi Chocochips Boutique	13
II.2.1 Visi	13
II.2.2 Misi	13
II.3 Instagram Chocochips Boutique.....	13
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	
III.1 Komunikasi	16
III.2 Komunikasi Massa.....	17
III.3 <i>New Media</i>	18
III.4 Media Sosial.....	21
III.4.1 Instagram	23
III.5 <i>Integrated Marketing Communications</i>	27
III.5 <i>Brand</i>	28
III.6 <i>Brand Equity</i>	29
III.6.1 <i>Brand Image</i>	31
III.7 Kerangka Pemikiran.....	34
BAB IV METODE PENELITIAN	
IV.1 Pendekatan Penelitian	36
IV.2 Metode Penelitian	37
IV.3 Metode Pengumpulan Data.....	38
IV.4 Unit Analisis.....	41
IV.5 Informant dan Key Informant.....	42

IV.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	44
IV.7 Metode Analisis Data	45
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
V.1 Hasil Penelitian.....	47
V.1.1 <i>Brand Value</i> Chocochips.....	48
V.1.2 Fitur- fitur Instagram.....	51
V.1.2.1 Kamera.....	51
V.1.2.2 <i>Editor</i>	54
V.1.2.3 <i>Tag & Hashtag</i>	56
V.1.2.4 <i>Caption</i>	59
V.1.2.5 <i>Instastory</i>	62
V.2 Pembahasan Penelitian.....	66
V.2.1 Fitur- fitur Instagram.....	66
V.2.1.1 Kamera.....	66
V.2.1.2 <i>Editor</i>	70
V.2.1.3 <i>Tag & Hashtag</i>	73
V.2.1.4 <i>Caption</i>	77
V.2.1.5 <i>Instastory</i>	81
V.2.2 <i>Brand Image</i>	87
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
VI.1 Kesimpulan.....	90
VI.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN	
CURRICULUM VITAE	

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 Jumlah <i>E-Commerce Spend By Category In Indonesia</i>	2
Gambar 1.2 <i>Platform Social Media Teraktif Di Indonesia</i>	5
Gambar 1.3 <i>Profile of Instagram User</i>	6
Gambar 2.1 Logo Chochips Boutique	11
Gambar 2.2 Account Instagram @ChochipsBoutique	14
Gambar 2.3 Feeds Instagram @Chochipsboutique.....	15
Gambar 2.4 Feeds Instagram @Chochipsboutique.....	15
Gambar 3.1 <i>A Customer-Based Brand Equity Framework</i>	31
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 5.1 Kualitas Foto Chochips dalam menunjukkan detail produk	68
Gambar 5.2 Tone Warna <i>Bright</i> dalam Feeds Instagram Chochips.....	71
Gambar 5.3 <i>Hashtag</i> dalam Instagram Chochips	74
Gambar 5.4 <i>Hashtag</i> dalam Instagram Chochips	76
Gambar 5.5 <i>Caption</i> dalam <i>Post</i> Instagram Chochips Boutique	78
Gambar 5.6 Instastory Chochips Boutique dalam tema <i>office attire</i>	82
Gambar 5.8 LIVE <i>review</i> dalam Instastory Chochips Boutique	85



DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1 <i>Counter Outlet Store</i> Chocochips Boutique	12
Tabel 5.1 Kutipan informant terkait Brand Value Chocochips	48
Tabel 5.2 Kutipan informant terkait klasifikasi fitur kamera.	51
Tabel 5.3 Kutipan informant terkait klasifikasi fitur editor	54
Tabel 5.4 Kutipan informant terkait klasifikasi fitur tag & hashtag.	57
Tabel 5.5 Kutipan informant terkait klasifikasi fitur caption.	59
Tabel 5.6 Kutipan informant terkait klasifikasi fitur <i>instastory</i>	62



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Transkrip Wawancara Key Informant – Key Informant MD.....	A-1
Transkrip Wawancara Informant – Informant AC	A-2
Transkrip Wawancara Informant – Informant G.....	A-3
Transkrip Wawancara Key Informant – Key Informant MS	A-4
Daftar Pertanyaan Wawancara Key Informant.....	A-5
Daftar Pertanyaan Wawancara Informant	A-6

LAMPIRAN B

Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir	B-1
---	-----

