

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR/GRAFIK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	3
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Komunikasi	6
1. Definisi Strategi.....	6
2. Definisi Komunikasi.....	6
3. Strategi Komunikasi	7
a. Perumusan Strategi	9
b. Implementasi Strategi	9
c. Evaluasi Strategi	9
4. Teknik Strategi Komunikasi	10
5. Langkah-Langkah Strategi Komunikasi	11
6. Fungsi Strategi Komunikasi.....	13
7. Hambatan Strategi Komunikasi	14
B. Teori Manajemen Pemasaran.....	15
C. Konseptualisasi Media Sosial	16
D. Penelitian Terdahulu	22
E. Kerangka Berpikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	25
B. Setting Penelitian.....	26

	C. Subyek Penelitian	26
	D. Sumber Data	26
	E. Teknik Pengumpulan Data	27
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Objek Penelitian	28
	1. Sejarah Isna Glow Skincare	28
	2. Visi dan Misi Perusahaan.....	29
	3. Struktur Organisasi	29
	B. Deskripsi Data Penelitian	31
	C. Analisis Data Penelitian	45
BAB V	PENUTUP	
	A. Simpulan.....	55
	B. Saran-saran	55
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS		

DAFTAR GAMBAR/GRAFIK

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	24
Gambar 4.1 Instagram Isna Glow	32
Gambar 4.2 Tiktok Isna Glow	33
Gambar 5.1 Instagram Agen Isna Glow	34
Gambar 6.1 Instagram Reseller Isna Glow	36
Gambar 7.1 Tampilan Feed Instagram Isna Glow	46
Gambar 7.2 Tampilan Feed Tiktok Isna Glow	47
Tabel 1.1 Struktur Organisasi Isna Glow	30

