

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| | |
| BAB I | |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Kontak Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian | 7 |
| 1.2.1 Fokus Penelitian | 7 |
| 1.2.2 Pertanyaan Penelitian | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 9 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis | 9 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis | 9 |
| 1.5 Setting Penelitian | 10 |
| 1.6 Kerangka Pemikiran..... | 11 |
| | |
| BAB II | |
| TINJAUAN PUSTAKA | 17 |
| 2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis | 17 |
| 2.2 Komunikasi Pemasaran | 19 |
| 2.2.1 Bentuk-Bentuk Utama Komunikasi Pemasaran..... | 20 |
| 2.3 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)..... | 21 |
| 2.3.1 Variabel-Variabel Bauran Promosi | 22 |
| 2.4 Periklanan dan Iklan..... | 24 |
| 2.4.1 Definisi Iklan | 25 |
| 2.4.2 Enam Prinsip Dasar Iklan | 28 |
| 2.4.3 Iklan Berdasarkan Media yang Digunakan..... | 30 |
| 2.4.4. Iklan di Media Internet | 31 |
| 2.5 Jejaring Sosial..... | 36 |
| 2.6 Marketing Media Sosial dan Sosial Media <i>Optimizer</i> | 40 |
| 2.7 Internet Marketing | 42 |
| | |
| BAB III | |
| METODOLOGI PENELITIAN | 44 |
| 3.1 Pendekatan atau Paradigma Penelitian..... | 44 |
| 3.1.1 Pendekan Penelitian | 44 |
| 3.1.2 Jenis Penelitian..... | 46 |
| 3.2 Subjek-Objek, Wilayah Penelitian, dan Sumber Data | 50 |
| 3.2.1 Subjek-Objek Penelitian | 50 |
| 3.2.2 Wilayah Penelitian | 52 |

| | |
|--|------------|
| 3.2.3 Sumber Data | 53 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 54 |
| 3.3.1 Wawancara..... | 54 |
| 3.3.2 Observasi | 55 |
| 3.3.3 Studi Dokumentasi | 56 |
| 3.3.4 Studi Pustaka..... | 56 |
| 3.4 Teknik Analisis Data..... | 57 |
| 3.5 Uji Keabsahan Data | 58 |
| | |
| BAB IV | |
| TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN..... | 59 |
| 4.1 Temuan Penelitian | 61 |
| 4.1.1 Proses Awal Pemahaman Kegiatan <i>Shoutout For Shoutout</i> | 62 |
| 4.1.2 Perencanaan Kegiatan <i>Shoutout For Shoutout</i> di Jejaring Sosial <i>Instagram</i> | 74 |
| 4.1.3 Pelaksanaan Kegiatan <i>Shoutout For Shoutout</i> di Jejaring Sosial <i>Instagram</i> | 96 |
| 4.1.4 Evaluasi Kegiatan <i>Shoutout For Shoutout</i> di Jejaring Sosial <i>Instagram</i> | 117 |
| 4.2 Pembahasan | 128 |
| | |
| BAB V | |
| PENUTUP | 141 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 141 |
| 5.2 Saran..... | 144 |
| 5.2.1 Saran Teoritis | 144 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 144 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 146 |
| LAMPIRAN..... | 148 |