

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Teori.....	10
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Komunikasi Pemasaran	17
2.2 Social Media Pemasaran	20
2.3 Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Objek Penelitian	30

3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Unit Analisis Dan Kategorisasi	32
3.6 Definisi Operasional.....	35
3.7 Sumber Data	42
3.8 Teknik Analisis Data	43
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Deskripsi Umum.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.3 Pembahasan	109
BAB V.....	115
PENUTUP	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN.....	122