

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Kerangka Teori	12
1.5.1 Konsep <i>Film marketing</i>	12
1.6 Kerangka Pemikiran	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Perkembangan Industri Perfilman Indonesia	18
2.2 <i>Film marketing</i> Melalui Media Sosial	22
2.3 E-WOM Marketing	26
2.4 Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Objek Penelitian	37

3.3 Sumber Data	38
3.3.1 Sumber Data Primer.....	38
3.3.2 Sumber Data Sekunder.....	39
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	39
3.4.1 Wawancara	40
3.4.2 Observasi & Dokumentasi	41
3.4.3 Kajian Literatur	41
3.5 Teknik Analisis Data.....	42
3.5.1 Pengumpulan Data	42
3.5.2 Reduksi Data	42
3.5.3 Penyajian Data	43
3.5.4 Penarikan Kesimpulan	43
3.6 Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum	45
4.1.1 Pembuatan Film <i>Agak Laen</i>	45
4.1.2 Sinopsis Film <i>Agak Laen</i>	51
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Awal <i>Film marketing Agak Laen</i>	53
4.2.4 <i>Film marketing Agak Laen</i>	75
4.3 Pembahasan	104
BAB V PENUTUP	110
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2Saran	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	116