

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
1.4 Kerangka Teori dan Pemikiran.....	9
1.4.1 <i>Intergrated Marketing Communication</i>	9
1.4.2 Teori Media Baru	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Komunikasi Pemasaran	16

2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	20
2.3 <i>New Media</i>	23
2.4 Media Sosial.....	24
2.5 Penelitian Sebelumnya	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Objek Penelitian	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29
1. Wawancara	29
2 Observasi	29
3 Dokumentasi.....	30
4 StudiKepustakaan	30
3.4 Sumber Data	30
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.6 Pengembangan Validitas Sumber	32
3.7 Lokasi Penelitian	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Bendrat Reptile	34
4.1.1 Profil Bendrat Reptile	34
4.1.2 Logo Bendrat Reptile	34
4.1.3 Sejarah Singkat Berdirinya Bendrat Reptile	35
4.1.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Bendrat Reptile	36
4.1.5 Strategi <i>Bendrat Reptile</i> menggunakan media sosial	
<i>Facebook</i>	51
4.1.6 Penggunaan Media Pemasaran Selain <i>Facebook</i>	67

4.1.7 Segmentasi Pasar <i>Bendrat Reptiles</i>	68
4.1.8 Bentuk Kerjasama Dengan Jasa Pengiriman.....	69
4.1.9 Masalah dalam bisnis <i>online</i>	70
4.1.10 Peningkatan Jumlah Konsumen Setelah Menggunakan <i>Facebook</i>	71
4.2 Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	

