

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TUGAS AKHIR	ii
TANDA PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Komunikasi	9
2.3 Tujuan Komunikasi	9
2.4 Teori Komunikasi	10
2.5 Komunikasi Pemasaran	10
2.6 Peran Komunikasi Pemasaran	11
2.7 Strategi Komunikasi Pemasaran	11
2.8 Komunikasi Pemasaran Terpadu	12
2.9 Kerangka Pemikiran	12
2.10 Definisi Konsep	13
BAB III	15
METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Metode Penelitian	15
3.2 Desain Penelitian	15
3.2.1 Sumber Data	15

3.3 Informan dan Key Informan.....	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data	17
3.4.1 Pengumpulan Data Primer	17
3.4.1 Pengumpulan Data Sekunder	18
3.5 Teknik Analisis Keabsahan	18
3.5 Analisis Data	19
BAB IV	20
HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Subjek Penelitian	20
4.1.1 Tokopedia	20
4.1.2 Waktu Indonesia Belanja.....	21
4.2 Hasil.....	22
4.2.1 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	22
4.2.2 Promosi Penjualan (<i>Promotion</i>).....	24
4.2.3 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	25
4.2.4 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	25
4.2.4 Hubungan Masyarakat dan Kebijakan (<i>Public relations &</i>	26
<i>Policy</i>)	26
4.3 Pembahasan	26
4.3.1 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	26
4.3.2 Promosi Penjualan (<i>Promotion</i>).....	27
4.3.3 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	27
4.3.4 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	28
4.3.5 Hubungan Masyarakat dan Kebijakan (<i>Public Relations & Policy</i>).....	28
BAB V	29
KESIMPULAN	29
DAFTAR PUSTAKA	30
DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA	33
LAMPIRAN HASIL WAWANCARA	34