

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA .....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian ..	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teoreris .....	8
2.2.1 Teori Hierarki Efek (Model AISAS) .....	8
2.3 Landasan Konseptual .....	9
2.3.1 Komunikasi Pemasaran .....	9
2.3.2 Media Komunikasi Dan Informasi .....	11
2.3.3 Media Baru ( <i>New Media</i> ).....	12
2.2.4 Jenis Media Baru .....	15
2.3.5 LinkedIn.....	16
2.4 Kerangka Teori .....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Paradigma Penelitian .....	21
3.2 Jenis Penelitian .....	21
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	23
3.4 Sumber Data .....	23
3.4.1 <i>Key Informan</i> .....	24
3.4.2 <i>Informan</i> .....	24
3.5 Bahan Penelitian dan Unit Analisis .....	25
3.6 Instrumen Penelitian .....	25
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.7.1 Data Primer .....	25
3.7.2 Data Sekunder .....	26
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	27
3.9 Teknik Analisis Data .....	28

BAB IV HASIL .....	29
4.1 Subjek Penelitian .....	29
4.1.1 Profil PT Zefa Valindo Jaya .....	29
4.1.2 Visi dan Misi PT Zefa Valindo Jaya .....	30
4.1.3 Struktur Organisasi PT Zefa Valindo Jaya .....	31
4.2 Hasil Penelitian .....	32
4.2.1 <i>Key Informan</i> .....	32
4.2.2 <i>Informan</i> .....	32
4.2.3 Hasil Penelitian .....	32
4.2.3.1 Proses Penyebaran Informasi LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	32
4.2.3.2 Jenis - Jenis Informasi Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	33
4.2.3.3 Fitur LinkedIn Sebagai Media Komunikasi PT Zefa Valindo Jaya .....	38
4.2.3.4 Penerapan AISAS Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	42
 BAB V PEMBAHASAN .....	 51
5.1 Pemanfaatan LinkedIn Sebagai Media Komunikasi PT Zefa Valindo Jaya .....	51
5.2 Pemanfaatan LinkedIn Sebagai Media Informasi PT Zefa Valindo Jaya .....	52
5.2.1 Membangun Jaringan B2C .....	53
5.2.2 Membangun Jaringan B2B .....	53
5.2.3 Memperkuat Branding .....	53
5.2.4 Menunjukkan Prestasi .....	54
5.2.5 Meningkatkan Eksposur .....	54
5.2.6 Sebagai Alat Analisis .....	54
5.3 Analisis AISAS Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	55
5.3.1 <i>Attention</i> .....	55
5.3.2 <i>Interest</i> .....	55
5.3.3 <i>Search</i> .....	56
5.3.4 <i>Action</i> .....	56
5.3.5 <i>Share</i> .....	57
 BAB VI PENUTUP .....	 58
6.1 Kesimpulan .....	58
6.2 Saran .....	58
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DOKUMENTASI	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Halaman LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	3
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Zefa Valindo Jaya .....	31
Gambar 4.2 <i>Greeting Card Happy New Year</i> Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	34
Gambar 4.3 Lowongan Agent Distirbuto Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	35
Gambar 4.4 Event R-HVAC Indonesia 2023 Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	36
Gambar 4.5 Pengetahuan Produk <i>High Temperature Filter</i> Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	37
Gambar 4.6 Pengetahuan Umum: Ruang Tertutup, Bebas Polusi? Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	38
Gambar 4.7 Halaman LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	49
Gambar 4.8 Fitur <i>Customer Service Online Website</i> PT Zefa Valindo Jaya .....	40
Gambar 4.9 Fitur <i>Like</i> Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya .....	41
Gambar 4.10 Fitur <i>Repost</i> Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya.....	41
Gambar 4.11 Fitur <i>Send</i> Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya.....	42
Gambar 4.12 Fitur <i>Customer Service Online Website</i> PT Zefa Valindo Jaya .....	47
Gambar 4.13 Fitur <i>Repost</i> dan <i>Send</i> Pada LinkedIn PT Zefa Valindo Jaya.....	48
Gambar 5.1 Data Jumlah <i>Chat</i> Masuk Melalui Media Komunikasi PT Zefa Valindo Jaya...	52

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
Tabel 3.1 Tipe-Tipe Dasar Desain Studi Kasus .....	22