

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TESIS	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	vi
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	vii
LEMBAR PERNYATAAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Maksud Penelitian	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Teori	23
2.2.1. Strategi	23
2.2.2. Komunikasi Pemasaran	25
2.2.2.1. Komunikasi	26
2.2.2.2. Pemasaran	29
2.2.2.3. Bauran Promosi	30
2.2.3. Media Digital	32
2.2.3.1. Situs Jaringan (Website)	38

2.2.3.2. Email.....	38
2.2.3.3. Media Sosial.....	39
2.2.3.4. Aplikasi Pesan Singkat	41
2.2.4. Pengembangan Pasar.....	44
2.2.4.1. Manajemen Strategis.....	44
2.2.4.2. Pemasaran Strategis	46
2.3. Kerangka Pemikiran	49
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	51
3.1. Objek Penelitian	51
3.2. Paradigma Penelitian	51
3.3. Metode Penelitian	52
3.4. Informan Penelitian	53
3.5. Unit Analisis.....	53
3.6. Jenis dan Sumber Data.....	54
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.8. Teknik Analisis Data	55
3.9. Uji Keabsahan Data.....	56
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1. Website (Situs Jaringan) Cireng Salju.....	58
4.1.2. Email (Surat Elektronik) Cireng Salju.....	60
4.1.3. Instagram Cireng Salju	60
4.1.4. Twitter Cireng Salju	61
4.1.5. Facebook Cireng Salju.....	62
4.1.6. WhatsApp Cireng Salju	63
4.1.7. LINE Cireng Salju	64
4.1.8. Blackberry Messenger (BBM) Cireng Salju.....	64
4.1.9. YouTube Cireng Salju	64
4.2. Hasil Penelitian.....	65
4.2.1. Analisis pada Website (Situs Jaringan).....	67
4.2.2. Analisis pada Email (Surat Elektronik).....	71

4.2.3. Analisis pada Instagram	72
4.2.4. Analisis pada Twitter	75
4.2.5. Analisis pada Facebook.....	76
4.2.6. Analisis pada WhatsApp	79
4.2.7. Analisis pada LINE.....	81
4.2.8. Analisis pada Blackberry Messenger (BBM)	82
4.2.9. Analisis pada YouTube	83
4.3. Pembahasan.....	84
4.3.1. Rasionalisasi Media Digital.....	84
4.3.2. Konsep Media Digital Terhadap Komunikasi Pemasaran .	92
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1. Kesimpulan	97
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	213

