

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	14
1.3. Tujuan Penelitian .....	14
1.4. Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1. Manfaat Teoritis/Akademis.....	14
1.4.2. Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	15
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	20
2.3 Strategi Pemasaran .....	21
2.4 Stretegi Promosi.....	25
2.4.1 Pengertian Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ) .....	25
2.5. Tujuan Promosi .....	28
2.6 Tinjauan Tentang Inetnet Maketing .....	29

2.6.1 Tinjauan <i>E-commerce</i> .....	30
2.7 Media Social .....	31
2.7.1. <i>Facebook</i> .....	32
2.7.2. Bermedia Sosial <i>Facebook</i> yang Lebih Efektif .....	34
2.7.3. Pengelolaan Konten Bermedia Sosial <i>Facebook</i> .....	36
2.7.4. Manajemen Media Sosial <i>Facebook</i> .....	41

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Paradigma.....	46
3.2 Tipe Penelitian .....	46
3.3. Metode Penelitian .....	48
3.4. Subjek Penelitian.....	49
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1. Data Primer .....	50
3.4.2. Data Skunder.....	51
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	51
3.6.1 Triangulasi .....	51

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	52
4.1.1. Profil Lazada.co.id.....	52
4.1.2 HARBOLNAS .....	52
4.1.3. Visi Dan Misi .....	53

4.1.4. Fitur-fitur di LAZADA.....	54
4.1.5 Struktur Organisasi Lazada .....	55
4.1.5. Tugas dan Tanggung Jawab Departemen.....	56
4.2. Hasil Penelitian .....	58
4.2.1. Pemilihan Media Sosial <i>Facebook</i> Lazada.co.id.....	58
4.2.2. Mengelola Media Sosial <i>Facebook</i> Lazada.co.id.....	62
4.2.3. Konten Media Sosial <i>Facebook</i> Lazada.co.id.....	62
4.2.4. <i>Facebook Ads</i> Lazada.co.id.....	71
4.2.5. Analisa dan Evaluasi Komunikasi Pemasaran Digital Lazada.co.id Menggunakan <i>Facebook</i> .....	77
4.2.6. Kualifikasi Tim Media Sosial Lazada.co.id.....	79
4.2.7. Strategi Promosi Lazada.co.id.....	80
4.3. Pembahasan.....	84
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	88
5.2. Saran.....	89
5.2.1. Saran Akademis .....	90
5.2.2. Saran Praktis .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN</b>	