

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	19
2.3. Komunikasi Pemasaran Digital	23
2.4. Media Baru.....	26
2.4.1 Media Sosial	32
2.5. Pengelolaan Media Sosial sebagai Media Promosi Digital	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Paradigma Penelitian	41
3.2. Metode Penelitian.....	41

3.3.	Subyek Penelitian	43
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1	Data Primer	44
3.4.2	Data Sekunder	45
3.5.	Teknik Analisis Data	45
3.6.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1	Profil UMKM Mokies	47
4.1.2	Produk UMKM Mokies	50
4.2	Hasil Penelitian	53
4.2.1	Tahap Perencanaan	54
4.2.2	Tahap Pengorganisasian	58
4.2.3	Tahap Implementasi	59
4.2.4	Tahap Evaluasi	65
4.2.5	Tahap Pengawasan	67
4.3	Pembahasan	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	82
5.2.	Saran	84
5.2.1	Saran Akademis	84
5.2.2	Saran Praktis	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN