

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Kajian Teoritis .....	15
2.2.1. Definisi Komunikasi Pemasaran .....	15
2.2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	17
2.2.3. Media Sosial.....	21
2.2.4. Facebook .....	22
2.2.5. Reach & Frequency.....	25
2.2.6. Pop Mie Dower .....	27
2.2.7. Facebook sebagai media komunikasi pemasaran .....	27
2.3. Analisis .....	28
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	31
3.2. Metode Penelitian .....	32
3.3. Subjek Penelitian .....	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data Primer.....	36
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder .....	37
3.5. Teknik Analisis Data .....	37
3.7. Teknik Keabsahan Data .....	39
<b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.1.1. Sejarah Perusahaan .....	40
4.1.2. Sejarah Pop Mie.....	41
4.2. Hasil Penelitian .....	42
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	44
4.2.1.1. Mengidentifikasi Khalayak Sasaran .....	44

4.2.1.2. Menentukan Tujuan Komunikasi.....	45
4.2.1.3. Merancang Pesan .....	47
4.2.1.4. Memilih Media.....	48
4.2.2 Reach & Frequency.....	49
4.3. Pembahasan .....	57
<b>V. KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1. Kesimpulan .....	64
5.2. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>

