

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis .....	14
1.4.2 Manfaat Praktis .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
2.2 Landasan Teoritis .....	33
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	33
2.2.2 <i>Digital Marketing</i> .....	48
2.2.3 <i>SOSTAC</i> .....	77
2.2.4 <i>Facebook</i> .....	80
2.2.5 <i>Customer Relationship Management</i> .....	84
2.2.6 Kerangka Pemikiran .....	87
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>91</b>
3.1 Objek Penelitian .....	91
3.2 Paradigma Penelitian.....	91
3.3 Metode Penelitian.....	93
3.4 Key Informan .....	95
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	96
3.5.1 Data Premier .....	96

3.5.2	Data Sekunder .....	97
3.6	Teknik Analisa Data.....	97
3.7	Teknik Keabsahan Data .....	99
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>101</b>
4.1	Gambaran Perusahaan .....	101
4.1.1	GiantHypermarketIndonesia.....	101
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	104
4.1.3	Sturktur Organisasi Perusahaan.....	106
4.2	Hasil Penelitian .....	110
4.2.1	Komunikasi Pemasaran Era Digital Dalam Analisis SOSTAC .....	110
4.2.1.1	Situation Analysis .....	111
4.2.1.2	Objectives .....	115
4.2.1.3	Strategies.....	111
4.2.1.4	<i>Tactic</i> .....	116
4.2.1.5	<i>Actions</i> .....	117
4.2.1.6	<i>Controls</i> .....	119
4.2.2	Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Pemasaran .....	121
4.2.3	Menjalin Hubungan Pelanggan Melalui <i>Facebook</i> .....	124
4.3	Pembahasan .....	130
4.3.1	Pembahansan Konten Promosi Melalui Sosial Media <i>Facebook</i> .....	130
4.2.3	Menjalin Hubungan Pelanggan di Era Digital.....	132
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>134</b>
5.1	Kesimpulan.....	134
5.2	Saran .....	136
DaftarPustaka.....		vii
Lampiran – Lampiran		
CV		