

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.4.3 Manfaat Sosial.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kajian Teoritis	13
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	13
2.2.2 Pemasaran Digital	14
2.2.3 <i>E-Commerce</i>	14
2.2.4 <i>STP (Segmenting, Targeting, Positioning)</i>	15
2.2.5 Analisis SWOT	18
2.2.6 Bauran Pemasaran	19
2.2.7 Bauran Promosi	20
2.2.8 <i>New Media Theory</i>	25

2.2.9 Website	26
2.2.10 Brand Awareness	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Subjek Penelitian	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.1 Data Primer	33
3.4.2 Data Sekunder	33
a. Teknik Analisis Data	34
i. Pengumpulan Data	35
ii. Reduksi Data	35
iii. Penyajian Data	35
iv. Penarikan Kesimpulan	35
b. Teknik Keabsahan Data	36
i. Triangulasi Data	36
ii. Triangulasi Pengamat	36
iii. Triangulasi Teori	36
iv. Triangulasi Metode	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Profil Perusahaan	37
4.1.2 Struktur Organisasi Marketing TokTok.id	39
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	40
4.2.2 Pemasaran Digital	41
4.2.3 STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning)	43
4.2.4 Analisa SWOT	44
4.2.5 Bauran Promosi	46
4.2.6 Brand Awareness	53
4.3 Pembahasan	54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	1



UNIVERSITAS
MERCU BUANA