DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 8
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 9
1.4.1 Manfaat Akademis 9
1.4.2 Manfaat Praktis 9

BAB II KAJIAN TEORITIS 10
2.1 Penelitian Terdahulu 10
2.2 Kajian Teoritis 15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 15
2.2.2 Media 17
2.2.3 Digital marketing 18
2.2.3 Media Sosial 19
2.2.4 Promosi 28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 29
3.1 Paradigma Penelitian 29

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

3.2 Tipe Penelitian 29
3.3 Subyek Penelitian 30
3.4 Teknik Pengumpulan Data 31
3.5 Teknik Analisis Data 32
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 33
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan 33
4.1.1 Visi dan Misi Transvision 35
4.2 Hasil Penelitian 35
4.2.1 Komunikasi Pemasaran 38
4.2.2 Media 40
4.2.3 Strategi *SOSTAC* 46
4.3 Pembahasan 50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 52
5.1 Kesimpulan 52
5.2 Saran 53
5.2.1 Saran Akademis 53
5.2.2 Saran Praktis 53
DAFTAR PUSTAKA 55
LAMPIRAN 57

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/