

DAFTAR ISI

STRATEGI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.6 Jadwal Penelitian.....	8
BAB II	9
TINJAUAN TEORI.....	9
2.1 Rangkuman Teori.....	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	9
2.1.2 Strategi	10
2.1.3 Tahapan Strategi.....	10
2.1.4 <i>New Media</i>	13
2.1.5 Media Sosial.....	13

2.1.6 <i>Word of mouth</i>	16
2.1.7 Teknik <i>Word of mouth</i>	17
2.1.8 <i>Electronic Word of Mouth</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III	31
METODELOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	32
3.3.1 Subjek Penelitian.....	32
3.3.2 Objek Penelitian.....	32
3. 4 Lokasi Penelitian.....	32
3.5 Konsep Penelitian	33
3.6 Unit Analisis	33
3.7 Informan Penelitian.....	33
3.8 Pengumpulan Data	34
3.9. Teknik Analisis Data.....	35
3. 10 Teknik Keabsahan Data	37
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Karakteristik Informan	39
4.2 Hasil Penelitian	43
4.3 Pembahasan.....	68
BAB V	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88

5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91