

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Rangkuman Teori	9
2.1.1 Teori Komunikasi	9
2.1.2 Teori Komunikasi Pemasaran	11
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	14
2.1.4 Konsep Pemasaran Digital	16
2.1.5 Usaha Mikro Kecil Menengah	19

2.1.6 Konsep Pelaku Usaha Mikro	21
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian.....	34
3.2 Paradigma Penelitian.....	34
3.3 Subjek & Objek Penelitian.....	35
3.3.1 Subjek Penelitian.....	35
3.3.2 Objek Penelitian	36
3.4 Informan Penelitian	36
3.4.1 Informan Kunci.....	36
3.4.2 Informan Pendukung.....	37
3.4.3 Informan Ahli.....	38
3.5 Lokasi Penelitian	38
3.6 Unit Analisis Penelitian.....	39
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.7.1 Wawancara	39
3.7.2 Dokumentasi	40
3.7.3 Studi Kepustakaan	40
3.8 Teknis Analisis Data	40
3.9 Teknik Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Strategi Posisi	42
4.1.2 Strategi Audiens	50
4.1.3 Strategi <i>Platform</i>	60
4.1.4 Strategi Konfigurasi.....	67

4.2 Pembahasan Penelitian.....	76
4.2.1 Strategi Posisi	77
4.2.2 Strategi Audiens	81
4.2.3 Strategi <i>Platform</i>.....	85
4.2.4 Strategi Konfigurasi.....	89
BAB V PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93
5.2.1 Saran Akademik.....	93
5.2.2 Saran Praktis	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	99