

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Merajut Asa Kita	1
1.1.2 Visi dan Misi Merajut Asa Kita.....	1
1.1.3 Logo dan Makna Logo	2
1.1.4 Produk/Layanan.....	2
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5.1 Kegunaan Penelitian secara Akademis.....	13
1.5.2 Kegunaan Penelitian secara Praktis	13
1.6 Batasan Masalah.....	13
1.7 Sistematika Penulisan Proyek Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran	15

2.1.2 Pemasaran	15
2.1.3 Komunikasi Pemasaran	16
2.1.4 Pemasaran Digital	19
2.1.5 Konten Pemasaran	19
2.1.6 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Pendekatan Penelitian	26
3.2 Jenis Penelitian	26
3.3 Tahapan Penelitian	27
3.4 Populasi dan Sampel	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel	28
3.5 Pengumpulan Data	30
3.6 Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Penelitian	37
4.1.1 Deskripsi Informan	37
4.1.2 Hasil Observasi	37
4.1.3 Hasil Wawancara	38
4.1.4 Hasil Dokumentasi	42
4.2 Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Live Shopping</i> pada akun Shopee Merajut Asa Kita	45
4.3 Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Live Shopping</i> pada akun Shopee Merajut Asa Kita	47

4.4 Pembahasan Penelitian.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60