

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.2.1 Rumusan Masalah Makro .....	11
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	11
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	12
1.3.1 Maksud Penelitian .....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	14
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	14
1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti.....	14

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi.....	14
1.4.2.3 Kegunaan Bagi Hotya .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu .....	15
2.2 Tinjauan Pustaka .....	19
2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi .....	19
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	19
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi.....	19
2.2.1.3 Unsur Komunikasi .....	21
2.2.1.4 Fungsi Komunikasi .....	23
2.2.1.5 Proses Komunikasi.....	24
2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Bisnis .....	26
2.2.2.1 Komunikasi Verbal .....	26
2.2.2.2 Komunikasi Nonverbal .....	27
2.2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran .....	28
2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	31
2.2.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	35
2.2.4 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi.....	36
2.2.5 Tinjauan Tentang Media Baru ( <i>New Media</i> ).....	40
2.2.6 Tinjauan Tentang Promosi.....	40
2.2.6.1 Promosi Melalui Media Sosial.....	40
2.2.6.2 Promosi Atau Pemasaran .....	42
2.2.7 Tinjauan Tentang Strategi Promosi .....	46

2.2.7.1	Pengertian Strategi Promosi.....	46
2.2.8	Tinjauan Tentang Tiktok .....	51
2.2.8.1	Pengertian Tiktok.....	51
2.2.8.2	Sejarah Tiktok .....	51
2.2.8.3	Fitur Fitur Tiktok .....	53
2.2.8.4	Tiktok Sebagai Strategi Sosial Media Marketing .....	56
2.2.9	Tinjauan Tentang Penjualan .....	60
2.2.10	Tinjauan Tentang Digital Marketing .....	60
2.2.11	Tinjauan Tentang <i>Promotion Mix</i> .....	61
2.3	Kerangka Pemikiran .....	64
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>77</b>
3.1	Desain Penelitian .....	77
3.2	Informan Penelitian .....	78
3.3	Kriteria Informan.....	79
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	81
3.4.1	Wawancara .....	81
3.4.2	Observasi Non Partisipatif.....	83
3.4.3	Dokumentasi .....	84
3.4.4	Studi Pustaka .....	84
3.4.5	Penelusuran Data Online .....	85
3.5	Uji Keabsahan Data .....	85
3.5.1	Triangulasi .....	85
3.5.2	Diskusi Dengan Teman Sejawat .....	86

3.6 Teknik Analisis Data .....	86
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	90
3.7.1 Lokasi Penelitian .....	90
3.7.2 Waktu Penelitian.....	90
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>92</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	92
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	92
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian .....	95
4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci.....	95
4.1.2.2 Deskripsi Informan Pendukung .....	97
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian.....	100
4.1.3.1 Periklanan ( <i>Advertising</i> ) Yang Dilakukan Oleh Bagian Marketing Melalui Media Sosial Tiktok @Hotya.id Dalam Meningkatkan Penjualan.....	101
4.1.3.2 Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) Yang Dilakukan Oleh Bagian Marketing Melalui Media Sosial Tiktok @Hotya.id Dalam Meningkatkan Penjualan .....	104
4.1.3.3 Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) Yang Dilakukan Oleh Bagian Marketing Melalui Media Sosial Tiktok @Hotya.id Dalam Meningkatkan Penjualan..	107
4.1.3.4 Penjualan personal ( <i>Personal Selling</i> ) Yang Dilakukan Oleh Bagian Marketing Melalui Media Sosial Tiktok @Hotya.id Dalam Meningkatkan Penjualan .....	109

4.1.3.5 Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relations</i> ) Yang Dilakukan Oleh Bagian Marketing Melalui Media Sosial Tiktok @Hotya.id Dalam Meningkatkan Penjualan..	110
4.2 Pembahasan .....	111
4.2.1 Periklanan ( <i>Advertising</i> ) Yang Dilakukan Oleh Bagian Marketing Melalui Media Sosial Tiktok @Hotya.id Dalam Meningkatkan Penjualan .....	111
4.2.2 Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) Yang Dilakukan Oleh Bagian Marketing Melalui Media Sosial Tiktok @Hotya.id Dalam Meningkatkan Penjualan.....	113
4.2.3 Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) Yang Dilakukan Oleh Bagian Marketing Melalui Media Sosial Tiktok @Hotya.id Dalam Meningkatkan Penjualan.....	115
4.2.4 Penjualan personal ( <i>Personal Selling</i> ) Yang Dilakukan Oleh Bagian Marketing Melalui Media Sosial Tiktok @Hotya.id Dalam Meningkatkan Penjualan.....	116
4.2.5 Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relations</i> ) Yang Dilakukan Oleh Bagian Marketing Melalui Media Sosial Tiktok @Hotya.id Dalam Meningkatkan Penjualan.....	117
4.2.6 Strategi Promosi <i>Flaming Beef</i> Hotya .....	118
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>120</b>
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran .....	121

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>123</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>126</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>180</b>