

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.2.1 Pertanyaan Makro .....	6
1.2.2 Pertanyaan Mikro .....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi .....	13

2.1.3	Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran .....	22
2.1.4	Tinjauan Tentang Shopee .....	40
2.1.5	Tinjauan Mengenai <i>Marketplace</i> .....	41
2.2	Kerangka Pemikiran .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>49</b>
3.1	Desain Penelitian .....	49
3.2	Informan Penelitian .....	51
3.2.1	Informan Kunci .....	52
3.2.2	Informan Pendukung .....	53
3.3	Teknik Pengumpulan data .....	54
3.2.3	Studi Pustaka .....	55
3.3.2	Studi Lapangan .....	56
3.4	Uji eabsahan Data.....	59
3.5	Teknik Analisa Data .....	62
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	65
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	65
3.6.2	Waktu Penelitian.....	66
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>67</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	67
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian .....	69
4.1.2	Deskripsi Indentitas Informan .....	71
4.2	Analisa Hasil Penelitian.....	75

4.2.1	Perencanaan dan Persiapan dari <i>Livefolk.ltd</i> di <i>Marketplace</i> Shopee dalam menarik minat beli konsumen .....	76
4.2.2	Eksekusi Media dari <i>Livefolk.ltd</i> di <i>Marketplace</i> Shopee dalam menarik minat beli konsumen.....	81
4.2.3	Monitoring Analisis Situasi dari <i>Livefolk.ltd</i> di <i>Marketplace</i> Shopee dalam menarik minat beli konsumen .....	85
4.2.4	Respon Konsumen dari <i>Livefolk.ltd</i> di <i>Marketplace</i> Shopee dalam menarik minat beli konsumen .....	88
4.3	Pembahasan.....	94
4.3.1	Perencanaan dan Persiapan dari <i>Livefolk.ltd</i> di <i>Marketplace</i> Shopee dalam menarik minat beli konsumen .....	95
4.3.2	Eksekusi Media dari <i>Livefolk.ltd</i> di <i>Marketplace</i> Shopee dalam menarik minat beli konsumen.....	99
4.3.3	Monitoring Analisis Situasi dari Komunikasi Pemasaran <i>Livefolk.ltd</i> dalam Menarik Minat Beli Konsumen.....	102
4.3.4	Respon Konsumen dari Komunikasi Pemasaran <i>Livefolk.ltd</i> dalam Menarik Minat Beli Konsumen .....	104
4.3.5	Komunikasi Pemasaran <i>LIVEFOLK.LTD</i> (Studi Deskriptif Mengenai Komunikasi Pemasaran <i>Livefolk.ltd</i> di <i>Marketplace</i> Shopee dalam Menarik Minat Beli Konsumen) .....	107
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>111</b>
5.1	Kesimpulan .....	111
5.2	Saran .....	113

5.2.1	Saran Bagi Livefolk.ltd .....	113
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	113
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>118</b>
	<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>162</b>