

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTAK	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Aspek Teoritis	5
1.4.2 Aspek Praktis	6
1.5 Tahapan Penelitian	6
1.5.1 Tahap Memilih Topik Kajian	7
1.5.2 Instrumental	7
1.5.3 Pelaksanaa Penelitian	8

1.5.4 Pengolahan Data	8
1.5.5 Hasil Penelitian	9
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
1.6.1 Lokasi Penelitian	9
1.6.2 Waktu Penelitian	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Teori	25
2.2.1 Komunikasi	25
2.2.1.1 Unsur Komunikasi.....	25
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi	27
2.2.2 Strategi Komunikasi	30
2.2.2.1 Fungsi Straregi Komunikasi	31
2.2.2.2 Rumusan Proses Strategi Komunikasi	31
2.2.2.3 Model Perencanaan Komunikasi AIDDA	32
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	34
2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran	37
2.2.5 Computer Mediated Communication (CMC)	42
2.2.5.1 Dimensi-dimensi Computer Mediated Comunication (CMC)	42
2.2.5.2 Komputer sebagai Media Baru dalam Proses Komunikasi	43
2.2.6 Media Baru	44
2.2.6.1 Media: Cara baru dan maknanya	46

2.2.7 Social Networking	47
2.2.7.1 Tipe-tipe Jejaring Sosial	48
2.2.7.2 Participatory Culture	50
2.3 Kerangka Pemikiran	55

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	56
3.2 Metode Penelitian	57
3.3 Pendekatan Penelitian	58
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	59
3.4.1 Objek Penelitian	59
3.4.2 Subjek Penelitian	59
3.5 Definisi Konsep	59
3.6 Unit Analisis	60
3.7 Informan	61
3.8 Pengumpulan Data	63
3.8.1 Data Primer	63
3.8.1 Data Sekunder	63
3.9 Teknik Keabsahan Data	64
3.10 Teknik Analisis Data	66

BAB 1V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Informan	68
4.1.1 Informan Kunci	70
4.1.2 Informan Pendukung	73

4.2 Hasil penelitian	76
4.2.1 Strategi komunikasi band indie <i>Mustache and Beard</i> dalam melakukan promosi di media sosial	76
4.2.1.1 Knowledge Changes Strategy	77
4.2.1.2 Attitude Changes Strategy	81
4.2.1.3 Behavior Changes Strategy	85
4.2.2 Kelebihan dan Kekurangan Strategi Komunikasi Promosi Band Indie <i>Mustache and Beard</i> dalam menggunakan media sosial	89
4.3 Pembahasan	92
4.3.1 Strategi komunikasi band indie <i>Mustache and Beard</i> dalam melakukan promosi di media sosial.....	92
4.3.1.1 Knowledge Changes Strategy	94
4.3.1.2 Attitude Changes Strategy	96
4.3.1.3 Behavior Changes Strategy	97
4.3.2 Kelebihan dan Kekurangan Strategi Komunikasi Promosi Band Indie <i>Mustache and Beard</i> dalam menggunakan media sosial	99

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	100
5.2 Saran	101
5.2.1 Saran Akademis	101
5.2.2 Saran Praktis	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN