

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Tahapan Penelitian.....	11
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Pustaka.....	24
2.2.1 New Media.....	25
2.2.2 Twitter.....	28
2.2.3 Komunikasi.....	30
2.2.4 Relationship Marketing.....	33
2.2.5 Pemasaran Hubungan dalam Penyedia Layanan.....	37

2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	42
3.4 Definisi Konsep.....	44
3.5 Unit Analisis Data.....	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Informan.....	54
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Strategi Komunikasi dalam Akun Twitter @Telkomsel.....	59
4.2.2 Nilai-nilai Relationship Marketing dalam Akun Twiter @Telkomsel.....	76
4.3 Pembahasan.....	81
BAB V	
4.1 Simpulan.....	93
4.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	98