

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

KATA PENGANTAR

ABSTRAK

DAFTAR ISI i

DAFTAR GAMBAR..... iv

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR LAMPIRAN vii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Fokus Penelitian 8

1.3 Tujuan Penelitian 8

1.4 Manfaat Penelitian 9

1.4 Sistematika Penulisan 9

1.5 Waktu Penelitian 10

BAB II LANDASAN TEORI 12

2.1 Penelitian terdahulu 12

2.2 Tinjauan Teori 21

2.2.1 Cyber Public Relations 21

2.2.2 Strategi *Cyber Public Relations*..... 23

2.2.3 Komunikasi Melalui Computer Mediated Communication..... 27

2.2.4 Media Sosial..... 28

2.2.5 E-Marketplace..... 30

2.3 Kerangka Pemikiran 31

BAB III METODELOGI PENELITIAN..... 32

3.1 Paradigma Penelitian 32

3.2 Metode Penelitian 33

3.3 Objek dan Subjek Penelitian	34
3.3.1 Objek Penelitian	34
3.3.2 Subjek Penelitian	35
3.4 Definisi Konsep	35
3.5 Unit Analisis	36
3.6 Informan Penelitian	37
3.7 Pengumpulan Data	37
3.7.1 Wawancara	38
3.7.2 Observasi.....	39
3.7.3 Dokumentasi	40
3.8 Teknik Analisis Data	41
3.9 Teknik Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Pasarlaut.com.....	43
4.2 Karakteristik Narasumber	47
4.3 Hasil Penelitian	52
4.3.1 Tujuan dan Pesan yang dikomunikasikan	52
4.3.1.1 Fenomena Nelayan Indonesia	55
4.3.1.2 Diferensiasi Pasarlaut.com.....	57
4.3.2 Media Komunikasi	59
4.3.2.1 Media Yang Digunakan Dalam Mengkomunikasikan Pasarlaut.com	59
4.3.3 Pelaksanaan	61
4.3.3.1 Konten Media Sosial	61
4.3.3.2 Pengoptimalan Website dan Blog.....	68
4.3.3.3 Kerjasama	73
4.3.4 Evaluasi.....	76
4.3.4.1 Evaluasi Hasil Kegiatan	76
4.3.4.2 Kendala yang di Alami	79
4.4 Pembahasan.....	82
4.4.1 Tujuan dan Pesan yang dikomunikasikan.....	82
4.4.2 Media Komunikasi.....	83
4.4.3 Pelaksanaan.....	94
4.4.4 Evaluasi.....	104
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	106

5.1 Simpulan	106
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	111

