

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR, BAGAN DAN TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
1. Komunikasi Pemasaran.....	9
2. Model Komunikasi Pemasaran .....	13
3. <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	15
4. Komunikasi melalui Media Baru.....	17
5. <i>Website</i> .....	20
1.6 Kerangka Konsep.....	21
1.7 Metodologi Penelitian.....	24

A. Objek Penelitian .....	24
1. Jenis Penelitian.....	24
2. Metode Penelitian.....	25
3. Teknik Pengumpulan Data.....	26
4. Teknik Analisis Data.....	27
<b>BAB II KOMUNIKASI PEMASARAN SOCIAL NEWS SITE.....</b>	<b>29</b>
2.1. <i>Social News Site</i> .....	29
A. Sejarah <i>Social News Site</i> di Indonesia.....	29
B. Analisa Pemasaran <i>Social News Site</i> .....	32
2.2. Komunikasi Pemasaran <i>Social News Site</i> .....	36
<b>BAB III TINJAUAN UMUM BRILIO.....</b>	<b>47</b>
A. Sejarah Perusahaan.....	47
B. Profil Perusahaan.....	48
C. Filosofi Merek.....	50
D. Penghargaan.....	51
E. Struktur Organisasi.....	53
F. Channel Brilio.....	56
<b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
4.1. <i>Social News Site</i> Indonesia.....	66
4.2. Komunikasi Pemasaran Brilio.....	69
<b>BAB V</b>	
5.1. Kesimpulan.....	88
5.2. Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**KOMUNIKASI PEMASARAN SOCIAL NEWS SITE (Studi Kasus Komunikasi Pemasaran  
www.brilio.net)**  
ISABELLA SABHRINA, Dr. Rajiyem, S.I.P., M.S  
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

LAMPIRAN..... 99