



DAFTAR ISI

BAB 1	PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang Masalah	1
	B. Rumusan Masalah	6
	C. Tujuan Penelitian	6
	D. Manfaat Penelitian	6
	E. Kerangka Pemikiran	7
	1. Iklan	6
	2. Media Sosial	11
	3. Discount dan Cashback	14
	4. E-Commerce	15
	5. Iklan yang Menarik	18
	F. Metodologi Penelitian	19
	G. Objek Penelitian	20
BAB II	KOMUNIKASI PEMASARAN DAN E-COMMERCE DI MEDIA SOSIAL	
	A. Strategi Komunikasi Pemasaran	21
	B. Bauran Promosi	22
	C. Fungsi Periklanan	22
	D. Iklan E-Commerce di Media Sosial	23
	E. Struktur Iklan Leech	26
BAB III	TOKOPEDIA, TWITTER & PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA	
	A. Tokopedia	28
	B. Lini Bisnis Tokopedia	29
	C. Dampak Ekonomi Tokopedia	31
	D. Tokopedia dan Media Sosial	31
	E. Twitter	32
	F. Perkembangan Twitter	33



G. Fitur Pada Twitter	36
H. Twitter di Indonesia	38

BAB IV ANALISIS TEKS IKLAN DISKON DAN CASHBACK TOKOPEDIA DI TWITTER

1. Iklan Diskon 1	41
a. Headline	42
b. Illustration	42
c. Body Copy	42
d. Signature Line	43
e. Standing Details	44
2. Iklan Diskon 2	45
a. Headline	45
b. Illustration	45
c. Body Copy	46
d. Signature Line	47
e. Standing Details	47
3. Iklan Diskon 3	48
a. Headline	48
b. Illustration	48
c. Body Copy	49
d. Signature Line	50
e. Standing Details	51
4. Iklan Diskon 4	52
a. Headline	52
b. Illustration	53
c. Body Copy	53
d. Signature Line	55
e. Standing Details	55
5. Iklan Cashback 1	56
a. Headline	56
b. Illustration	57
c. Body Copy	57
d. Signature Line	58
e. Standing Details	58



6. Iklan Cashback 2	59
a. Headline	59
b. Illustration	60
c. Body Copy	61
d. Signature Line	62
e. Standing Details	62
7. Iklan Cashback 3	63
a. Headline	63
b. Illustration	64
c. Body Copy	64
d. Signature Line	65
e. Standing Details	66
8. Iklan Cashback 4	67
a. Headline	67
b. Illustration	67
c. Body Copy	68
d. Signature Line	69
e. Standing Details	70
B. Pembahasan	71
BAB V	
PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79