

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAKSI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Pemikiran	7
1. Proses Produksi Pesan	7
2. Komunikasi Pemasaran.....	11
3. Media Sosial	14
F. Kerangka Konsep.....	17
G. Metodologi Penelitian	19
1. Jenis dan Metode Penelitian	19
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	19
3. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
4. Teknik Pengumpulan Data.....	20
5. Teknik Analisis Data.....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA	23
A. Facebook	23
B. Komunikasi Pemasaran	29
BAB III TINJAUAN UMUM TITIP JEPANG.....	42
A. Profil Perusahaan.....	42
B. Visi dan Misi Titip Jepang.....	44

C. Logo Perusahaan	44
D. Budaya Perusahaan	45
E. Jenis Layanan	48
F. Kompetitor Titip Jepang.....	48
G. Struktur Organisasi Titip Jepang.....	49
H. Cara Penitipan di Titip Jepang	52
I. Cara <i>Bidding</i> di Titip Jepang.....	55
J. Sistem Transaksi.....	61
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN HASIL ANALISIS.....	63
A. Proses Produksi Post Facebook Titip Jepang	63
1. Akun Facebook Titip Jepang	63
2. Pengelolaan Akun	78
3. Proses Produksi Post.....	81
B. Pembahasan	82
1. Logika Desain Pesan yang Digunakan dalam Facebook Titip Jepang	82
2. Perencanaan dan Tujuan Komunikasi yang Dilakukan oleh Pengelola Akun dalam Memproduksi Pesan	85
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	96