

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| UCAPAN TERIMA KASIH | v |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR & TABEL | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1. Manfaat Akademis..... | 6 |
| 2. Manfaat Praktis..... | 6 |
| E. Kerangka Pemikiran | 7 |
| 1. Audiens Perempuan | 7 |
| a. Audiens Perempuan dan Kecantikan..... | 7 |
| b. Audiens Perempuan dan Media Sosial..... | 8 |
| 2. Resepsi Audiens..... | 10 |
| 3. Kampanye Pemasaran di Media Sosial..... | 13 |
| F. Kerangka Konsep | 15 |
| G. Metodologi Penelitian | 17 |
| 1. Metode Penelitian | 18 |
| 2. Objek Penelitian..... | 18 |
| 3. Sumber Data | 18 |
| 4. Teknik Pengumpulan Data | 19 |
| 5. Lokasi Penelitian | 20 |
| 6. Informan Penelitian | 20 |
| 7. Teknik Analisis Data | 21 |
| a. Reduksi Data..... | 21 |
| b. Penyajian Data | 21 |
| c. Penarikan Kesimpulan | 21 |



| | |
|---|------------|
| BAB II KAJIAN RESEPSI AUDIENS PEREMPUAN DAN KAMPANYE PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL | 22 |
| A. Audiens Perempuan di Media Baru | 22 |
| B. Kampanye Pemasaran di Media Sosial | 26 |
| C. Resepsi Audiens | 29 |
| BAB III DESKRIPSI BASE SKINCARE DAN INFORMAN PENELITIAN..... | 34 |
| A. Profil Base Skincare | 34 |
| B. Kampanye Pemasaran #beBASEkspresi di Instagram | 37 |
| C. Profil Informan | 41 |
| BAB IV RESEPSI AUDIENS PEREMPUAN DAN KAMPANYE PEMASARAN BASE DI INSTAGRAM..... | 43 |
| A. Temuan..... | 43 |
| 1. Kebiasaan Bermedia dan Interaksi Informan dengan Base | 43 |
| 2. Impresi Informan terhadap Komunikasi Pemasaran Base..... | 55 |
| 3. Tindakan Pasca Terhubung dan Berinteraksi dengan Media Base | 67 |
| B. Pembahasan | 76 |
| BAB V PENUTUP | 88 |
| A. Kesimpulan..... | 88 |
| B. Saran..... | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 92 |
| LAMPIRAN..... | 108 |