# DAFTAR ISI:

[LEMBAR PERSETUJUAN i](#_Toc135672293)

[SURAT PERNYATAAN ii](#_Toc135672294)

[ABSTRACT iii](#_Toc135672295)

[ABSTRAK iv](#_Toc135672296)

[ABSTRAK v](#_Toc135672297)

[KATA-PENGANTAR vi](#_Toc135672298)

[DAFTAR ISI: vii](#_Toc135672299)

[DAFTAR TABEL ix](#_Toc135672300)

[DAFTAR GAMBAR x](#_Toc135672301)

[BAB 1 PENDAHULUAN 1](#_Toc135672302)

[1.1 Latar Belakang Penelitian 1](#_Toc135672303)

[1.2 Fokus Penelitian Dan Pertanyaan Penelitian 5](#_Toc135672304)

[1.2.1 Fokus Penelitian 5](#_Toc135672305)

[1.2.2 Pertanyaan Penelitian 5](#_Toc135672306)

[1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian 5](#_Toc135672307)

[1.3.1 Tujuan Penelitian 5](#_Toc135672308)

[1.3.2 Kegunaan Penelitian 6](#_Toc135672309)

[BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 7](#_Toc135672310)

[2.1 Kajian Literatur 7](#_Toc135672311)

[2.1.1 Review Penelitian Sejenis 7](#_Toc135672312)

[2.2 kerangka Konseptual 11](#_Toc135672313)

[2.2.1 Komunikasi 11](#_Toc135672314)

[2.2.2 Strategi promosi 26](#_Toc135672315)

[2.2.3 E-Commerce Shopee 41](#_Toc135672316)

[2.2.4 Toko Afza Headwear 45](#_Toc135672317)

[2.3 Kerangka Teoritis 49](#_Toc135672318)

[2.3.1 CMC (*Computer mediated communication*) 49](#_Toc135672319)

[2.4 Kerangka Pemikiran 51](#_Toc135672320)

[BAB III SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI 53](#_Toc135672321)

[3.1 Subjek Penelitian 53](#_Toc135672322)

[3.2 Objek Penelitian 58](#_Toc135672323)

[3.3 Metodologi Penelitian 59](#_Toc135672324)

[3.4 Desain/Paradigma Penelitian 62](#_Toc135672325)

[3.5 Prosedur Pengumpulan Data 64](#_Toc135672326)

[3.6 Rancangan Analisis Data 66](#_Toc135672327)

[3.7 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian 69](#_Toc135672328)

[3.8 Lokasi Penelitian 71](#_Toc135672329)

[BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 72](#_Toc135672330)

[4.1 Hasil Penelitian 72](#_Toc135672331)

[4.1.1 Data Informan 72](#_Toc135672332)

[4.1.2 Bentuk Promosi yang Bisa Dilakukan pada E Comerce Shopee. 101](#_Toc135672333)

[4.1.3 Strategi Promosi yang Bisa Diterapkan pada E Comerce Shopee. 102](#_Toc135672334)

[4.1.4 Hambatan yang Mungkin Terjadi dalam Kegiatan Promosi pada E Comerce Shopee. 104](#_Toc135672335)

[4.2 Pembahasan 104](#_Toc135672336)

[BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 108](#_Toc135672337)

[5.1 Kesimpulan 108](#_Toc135672338)

[5.2 Saran 108](#_Toc135672339)

[DAFTAR PUSTAKA 110](#_Toc135672340)

DAFTAR TABEL**:**

|  |  |
| --- | --- |
| **TABEL 2.1** Review Penelitian Sejenis …………………………………..….…. | 8 |
| **TABEL 3.1** GambaRan Umum Informan ……………………………….…..…. | 57 |
| **TABEL 4.1** Data Informan Inti ………………………………………………… | 72 |
| **TABEL 4.2** Data Informan Ahli ……………………………………………….. | 77 |
| **TABEL 4.3** Data Informan Pendukung 1 ……………………………………… | 80 |
| **TABEL 4.4** Data Informan Pendukung 2 ……………………………………… | 83 |
| **TABEL 4.5** Data Informan Pendukung 3 ……………………………………… | 85 |
| **TABEL 4.6** Data Informan Pendukung 4 ……………………………………… | 87 |
| **TABEL 4.7** Data Informan Pendukung 5 ……………………………………… | 89 |
| **TABEL 4.8** Data Informan Pendukung 6 ……………………………………… | 91 |
| **TABEL 4.9** Data Informan Pendukung 7 ……………………………………… | 93 |
| **TABEL 4.10** Data Informan Pendukung 8 ……………………………………. | 95 |
| **TABEL 4.11** Data Informan Pendukung 9 ……………………………………. | 97 |
| **TABEL 4.12** Data Informan Pendukung 10 …………………………………… | 99 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

DAFTAR GAMBAR**:**

|  |  |
| --- | --- |
| **GAMBAR 2.1** Tampilan Akun Shopee Afza Headwear ………………………. | 46 |
| **GAMBAR 2.2** Revew Akun Shopee Afza Headwear ……………………..…... | 47 |
| **GAMBAR 2.3** Pengelolaan Kategori Produk …………………….……………. | 48 |
| **GAMBAR 2.4** Bagan Kerangka Pemikiran ..…………………………………... | 52 |
| **GAMBAR 3.1** Rancangan Analisis Data ………………………………………. | 67 |
| **GAMBAR 3.2** Triangulasi Teknik Pengumpulan Data ………………………... | 70 |
| **GAMBAR 3.3** Triangulasi Sumber Pengumpulan Data ……………………….. | 70 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |