

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	10
1.3 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penelitian	13
BAB II	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Membangun merek dengan media sosial	15
2.1.2 Mengembangkan konten sosial kreatif.....	17
2.1.3 Strategi kreatif untuk konten bermerek.....	19
2.1.4 Keterikatan Pelanggan	23
BAB III	26
3.1 Metode.....	26
3.2 Sampel.....	26
3.3 Pengembangan Lembar Kode	27
3.4 Pelatihan dan Koder	30
3.5 Panduan Koder	31
3.5.1 Strategi Pesan	31
3.5.2 Promosi Penjualan.....	32
3.5.3 Konten Buatan Pengguna.....	32
BAB IV	33
4.1 Deskripsi Informan.....	33

4.2	Hasil Penelitian.....	35
4.2.1	Penggunaan Saluran Media Sosial.....	35
4.2.2	Strategi Pesan.....	38
4.2.3	Alat yang Digunakan.....	44
BAB V	50
5.1	Kesimpulan.....	50
5.1.1	Penggunaan Saluran Media sosial.....	50
5.1.2	Strategi Pesan.....	51
5.1.3	Alat yang Digunakan.....	52
5.2	Keterbatasan.....	53
5.3	Agenda Penelitian yang Akan Datang.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	59