

DAFTAR ISI

halaman

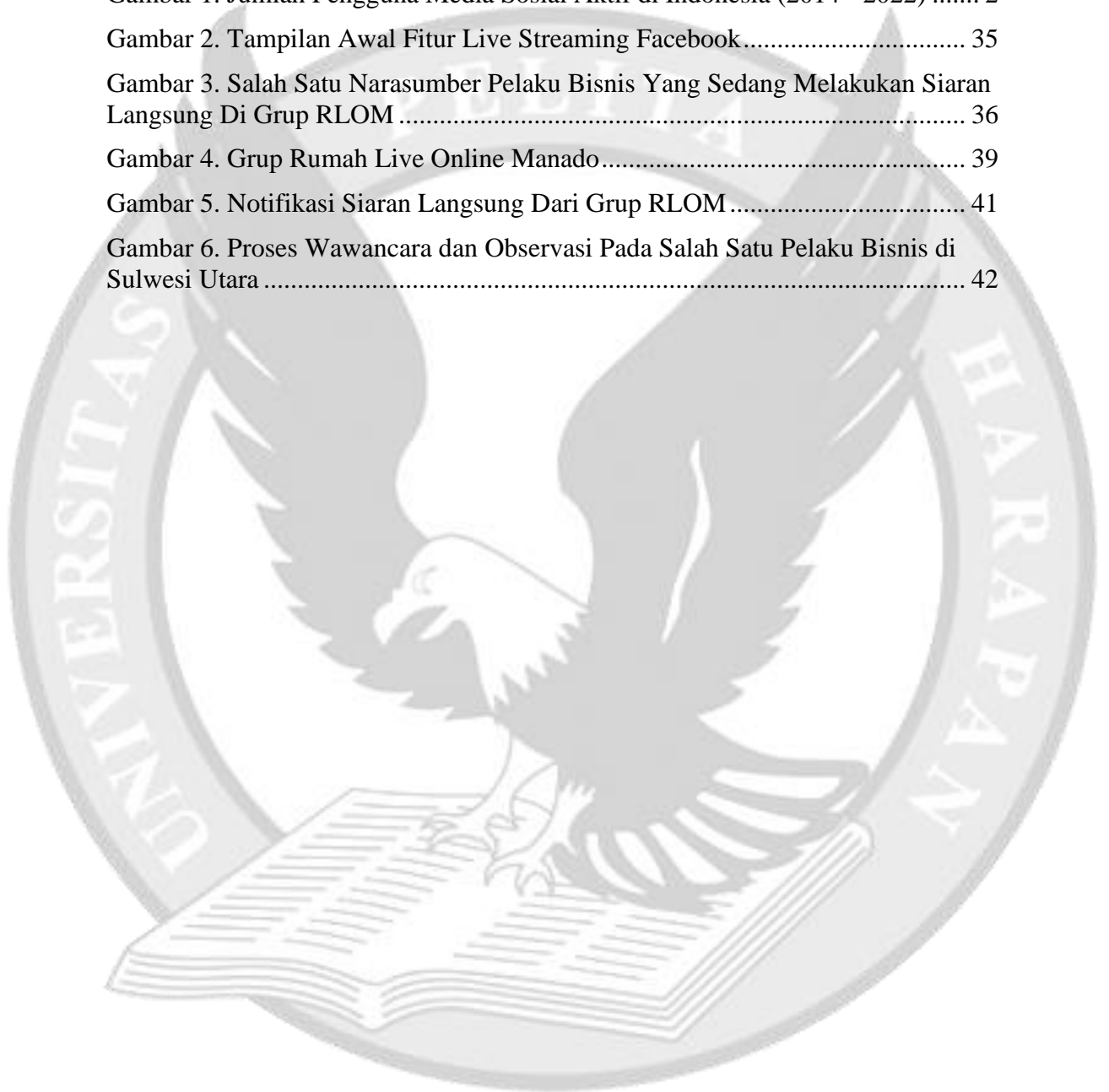
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kerangka Konseptual.....	8
2.1.1 Pemasaran Daring	8
2.1.2 Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Daring	10
2.1.3 Facebook Sebagai Media Pemasaran Daring	11
2.1.4 Fitur Live Facebook Sebagai Media Pemasaran Daring.....	12
2.2 Kerangka Teoritis.....	14
2.2.1 <i>Uses and Gratifications Theory</i>	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Metode Penelitian.....	19
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	20

3.2.1	Subjek Penelitian.....	20
3.2.2	Objek Penelitian.....	20
3.3	Instrumen Penelitian.....	21
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.4.1	Wawancara.....	21
3.4.2	Observasi.....	23
3.4.3	Studi Pustaka.....	23
3.5	Analisis Data.....	23
3.6	Teknik Uji Keabsahan Data.....	24
3.6.1	Memperpanjang Pengamatan.....	25
3.6.2	Triangulasi.....	25
3.6.3	Pemeriksaan Sejawat.....	25
3.6.4	Keberganungan (dependability).....	25
3.6.5	Kepastian (konfermability).....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		27
4.1	Hasil Penelitian.....	27
4.1.1	Hasil Wawancara.....	27
4.1.1.1	Produk Lebih Cepat Laku.....	27
4.1.1.2	Modal Yang Dikeluarkan Lebih Sedikit.....	28
4.1.1.3	Target Pasar Yang Tepat.....	29
4.1.1.4	Waktu Lebih Efektif dan Fleksibel.....	29
4.1.1.5	Fitur <i>Live Streaming</i> Facebook Menunjang Proses Pemasaran.....	32
4.1.1.6	Fitur <i>Live Streaming</i> Facebook.....	33
4.1.1.7	Terbentuknya Komunitas.....	37
4.1.2	Hasil Observasi.....	41
4.2	Pembahasan.....	43
Bab V PENUTUP.....		49
5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....		52
LAMPIRAN.....		A-1

DAFTAR GAMBAR

halaman

Gambar 1. Jumlah Pengguna Media Sosial Aktif di Indonesia (2014 - 2022)	2
Gambar 2. Tampilan Awal Fitur Live Streaming Facebook.....	35
Gambar 3. Salah Satu Narasumber Pelaku Bisnis Yang Sedang Melakukan Siaran Langsung Di Grup RLOM	36
Gambar 4. Grup Rumah Live Online Manado.....	39
Gambar 5. Notifikasi Siaran Langsung Dari Grup RLOM.....	41
Gambar 6. Proses Wawancara dan Observasi Pada Salah Satu Pelaku Bisnis di Sulawesi Utara	42



DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran A-1 Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir	A-1
Lampiran A-2 Turnitin.....	A-2
Lampiran B-1 Transkrip Wawancara.....	B-1
Lampiran B-2 Hasil Pengelompokan Data	B-17
Lampiran B-3 <i>Curriculum Vitae</i>	B-20

