

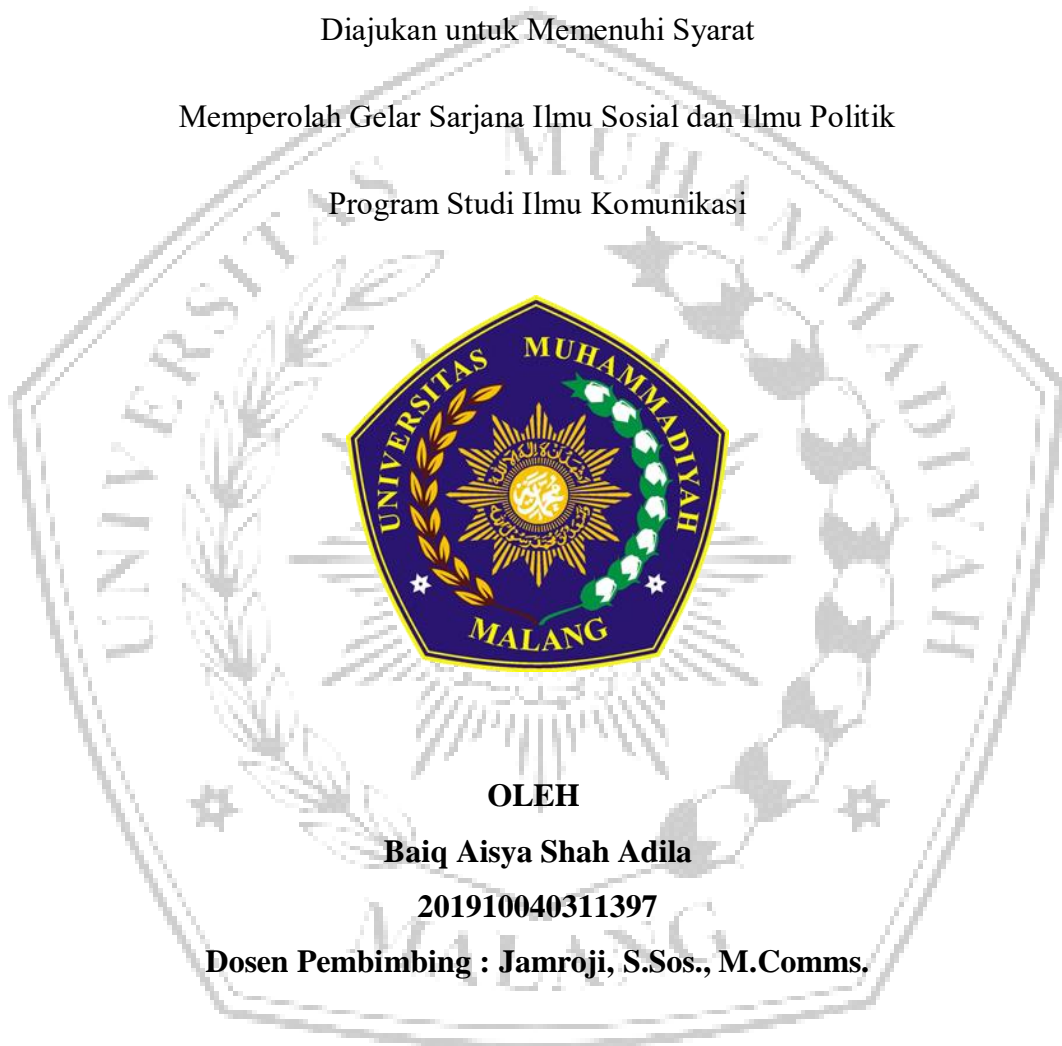
**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN FACEBOOK SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PEMASARAN BISNIS ONLINE PADA GENERASI Z
(STUDI PADA PELANGGAN FOLLOWERS ONLINE SHOP PAWONCAH)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH

Baiq Aisyah Shah Adila

201910040311397

Dosen Pembimbing : Jamroji, S.Sos., M.Comms.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PEMASARAN BISNIS ONLINE PADA GENERASI Z
(Studi Pada Pelanggan Followers Online Shop Pawoncah)**

Diajukan Oleh :

Baiq Aisya Shah Adila
201910040311397

Telah disetujui
Senin / 02 Oktober 2023

Pembimbing I



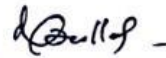
Jamroji, S.Sos., M.Comms.

Wakil Dekan I



Nasrullah, S.P., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI


Dipersiapkan dan disusun oleh :

Baiq Aisya Shah Adila
201910040311397

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 20 September 2023
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Sugeng Winarno, S.Sos., MA. ()
2. Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom. ()
3. Jamroji, S.Sos., M.Comms. ()

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin, S.I.P., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Baiq Aisyah Shah Adila
NIM : 201910040311397
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : EFEKTIVITAS PENGGUNAAN FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMASARAN BISNIS ONLINE PADA GENERASI Z (Studi Pada Pelanggan Followers Online Shop Pawoncah).

Disetujui, Pembimbing

Jamroji, S.Sos., M.Comms.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos., M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 531 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sidiq No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 218 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/V/2023

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Baiq Aisyah Shah Adila
No. Induk Mahasiswa : 201910040311397
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : : EFEKTIVITAS PENGGUNAAN FACEBOOK SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PEMASARAN BISNIS ONLINE PADA GENERASI Z (Studi Pada Pelanggan
Followers Online Shop Pawoncah).

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 30 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos., M.Comms.



Kampus I
Jl. Randang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Baiq Aisyah Shah Adila
NIM : 201910040311397
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

: EFEKTIVITAS PENGGUNAAN FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMASARAN BISNIS ONLINE PADA GENERASI Z (Studi Pada Pelanggan Followers Online Shop Pawoncah) adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSklusif.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 30 Agustus 2023

Yang Menyatakan,


Baiq Aisyah Shah Adila



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulaimi No 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: EFEKTIVITAS PENGGUNAAN FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMASARAN BISNIS ONLINE PADA GENERASI Z (Studi Pada Pelanggan Followers Online Shop Pawoncah)

Oleh:

Nama : Baiq Aisyah Shah Adila

NIM : 201910040311397

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 30 Agustus 2023

Pembimbing I/Promotor

Jamroji, S.Sos., M.Comms.

NIP. 10302030373

(* Coret yang tidak perlu

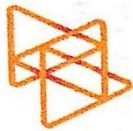


Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 219 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



**PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI**
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**Tanda Terima
Plagiasi**

Nama : Baiq Aisya Shah Adila
NIM : 201910040311397

Hasil Plagiasi : 19/7 20/7 7/8 8/8 9/8 10/8

BAB I	23	15				
BAB II	72	33	57	41	29	21
BAB III	68	50	34	25	22	18

BAB IV	19/7			
BAB V	5			
BAB VI	9			

11/8
BAB II = 20%



**PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI**
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

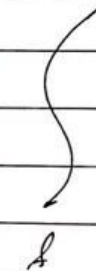
Malang, 11 Agustus 2023
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Baiq Aisyah Shah Adila
2. NIM : 201910040311397
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Efektivitas Penggunaan Facebook Sebagai Media Promosi Pemasaran Bisnis Online Pada Generasi Z (Studi pada pelanggan followers online shop Pawoncah)
6. Pembimbing : Jamroji, S.Sos., M.Comms.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing I
Sabtu 30/07/2022	ACC Bab 1	
Sabtu 06/08/2022	ACC Bab 2 dan 3	
Rabu 10/08/2022	Seminar Proposal	
Kamis 15/06/2023	ACC Bab 4 dan 5	
Senin 26/06/2023	Seminar Hasil Skripsi	

Malang, 30 Agustus 2023
Dosen Pembimbing,



Jamroji, S.Sos., M.Comms.

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Telah dilaksanakan Seminar Proposal pada 10 Agustus 2022 oleh:

Nama lengkap : Baiq Aisyah Shah Adila
NIM : 201910040311397
Konsentrasi Studi : Ilmu Komunikasi, Penjurusan Public Relation
Via : Goggle Form

No	Nama	NIM	Fakultas/Jurusan
1.	Tazqia Aulia Zalzabillah	201910040311042	FISIP/Ilmu Komunikasi
2.	Nurannisa Atira Yasmine	201910040311409	FISIP/Ilmu Komunikasi
3.	Rizqyilia Desina Pratiwi	201910040311410	FISIP/Ilmu Komunikasi
4.	Yesi Dwi Lutfia	201910040311405	FISIP/Ilmu Komunikasi
5.	Fakhitanul Shyivadelasitawati Islamiarivianta Devi	201910040311403	FISIP/Ilmu Komunikasi
6.	Nina Kirana	201910040311412	FISIP/Ilmu Komunikasi
7.	Athifah Maretha	201910040311185	FISIP/Ilmu Komunikasi
8.	Dewi Fithrotuzzuhriyyah	201910040311396	FISIP/Ilmu Komunikasi
9.	Fara Nur Adhiba	201910040311377	FISIP/Ilmu Komunikasi
10.	Mohammad Amin Zakaria	201910040311158	FISIP/Ilmu Komunikasi
11.	Mayra Ade Verdanika	201910040311380	FISIP/Ilmu Komunikasi
12.	Chellina Febby Dewions Mulug	201910040311411	FISIP/Ilmu Komunikasi

Mengetahui,
Malang, 30 Agustus 2023

Dosen Pembimbing



Jamroji, S.Sos., M.Comms.

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Telah dilaksanakan Seminar Hasil pada Senin, 26 Juni 2023 oleh:

Nama lengkap : Baiq Aisya Shah Adila
NIM : 201910040311397
Konsentrasi Studi : Ilmu Komunikasi, Penjurusan Public Relation
Via : Goggle Form

No	Nama	NIM	Fakultas/Jurusan
1.	Nurannisa Atira Yasmine	201910040311409	FISIP/Ilmun Komunikasi
2.	Shalwa Rosalinda	201910040311354	FISIP/Ilmun Komunikasi
3.	Ida Melianawati	201910040311432	FISIP/Ilmun Komunikasi
4.	Fasya Tiara Meilenia	201910040311226	FISIP/Ilmun Komunikasi
5.	Rizqyia Desina Pratiwi	201910040311410	FISIP/Ilmun Komunikasi
6.	Nina Kirana	201910040311412	FISIP/Ilmun Komunikasi
7.	Tegar Saputri Mega Kusuma	201910040311444	FISIP/Ilmun Komunikasi
8.	Alwi Putra Ramadhan	201910040311447	FISIP/Ilmun Komunikasi
9.	Pingky Nanda Sofyan Natasya	202010040311023	FISIP/Ilmun Komunikasi
10.	Mohammad Amin Zakaria	201910040311158	FISIP/Ilmun Komunikasi
11.	Fakhitanul Shyivadelasitawati Islamiarivianta Devi	201910040311403	FISIP/Ilmun Komunikasi
12.	Athifah Maretha	201910040311185	FISIP/Ilmun Komunikasi
13.	Alvina Syahda Pradina	201910040311394	FISIP/Ilmun Komunikasi
14.	Vinny Febry	201910040311374	FISIP/Ilmun Komunikasi
15.	Fara Nur Adhiba	201910160311377	FISIP/Ilmun Komunikasi

Mengetahui,
Malang, 30 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos., M.Comms.

Dosen Penguji I

Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.

ABSTRAKSI

ABSTRAKSI


Baiq Aisyah Shah Adila.201910040311397.Ilmu Komunikasi.Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.Universitas Muhammadiyah Malang.Efektivitas Penggunaan Facebook Sebagai Media Promosi Pemasaran Bisnis Online Pada Generasi Z (Studi Pada Followers Online Shop Pawoncah).Skripsi

Pembimbing : Jamroji, S.Sos., M.Comms.

Penelitian ini berjudul “Efektivitas Penggunaan Facebook Sebagai Media Promosi Pemasaran Bisnis Online Pada Generasi Z (Studi pada pelanggan followers online shop Pawoncah)”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana efektivitas penggunaan facebook sebagai media promosi pemasaran bisnis online pada generasi Z. Berdasarkan fenomena yang terjadi bahwa berdasarkan data Napolen Cat data pengguna facebook Indonesia 2023 meningkat 11,9% dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Dengan hal ini membuat facebook banyak dimanfaatkan oleh seorang pebisnis sebagai media untuk berkomunikasi dengan pelanggannya serta sebagai media promosi produknya. Dalam hal ini Pawoncah memanfaatkan facebook sebagai media komunikasi dengan pelanggannya serta media promosi produknya. Dengan melakukan promosi melalui facebook Pawoncah mendapat respon positif dari pelanggannya sehingga tidak sedikit barang yang berhasil terjual. Selain itu ditengah banyaknya kompetitor Pawoncah mampu bertahan dan tetap konsisten melakukan promosi melalui facebook dengan memposting produknya setiap hari. Hal ini menjadi dasar pemikiran dalam melakukan penelitian ini dengan rumusan masalah Bagaimana efektivitas penggunaan facebook sebagai media promosi pemasaran bisnis online pada generasi Z. Penelitian ini dilakukan guna mencari tahu mengenai penjelasan tentang efektivitas facebook jika digunakan sebagai media promosi pemasaran bisnis online pada generasi Z. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus, sehingga hasil penelitian menunjukkan bahwa facebook dianggap tidak efektif dalam kategori tinggi, dilihat dari like serta komen postingan yang dibagikan Pawoncah melalui facebook hanya 1% dari jumlah followersnya. Yang mana jumlah followers Pawoncah mencapai 5000 followers sedangkan pada setiap postingannya hanya mencapai like sebanyak 0-32 like disetiap postingan yang dibagikannya serta jumlah komen hanya mencapai 0-20 komen disetiap postingannya. Meskipun bentuk promosi yang dilakukan dapat memberikan rasa perhatian (attention) kepada konsumennya mengenai produk yang ditawarkan, selain itu juga mampu memberikan rasa ketertarikan (interest) serta keinginan (desire) konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, selain itu juga dapat memudahkan customernya memutuskan suatu pembelian produk (decision). Sehingga dengan hal tersebut mampu membuat customernya melakukan suatu pembelian produk yang Pawoncah tawarkan.


Kata Kunci : Efektivitas, Facebook, Media Promosi, Bisnis Online, Generasi Z.

Mengetahui
Dosen Pembimbing


Jamroji, S.Sos., M.Comms.

Malang, 30 Agustus 2023

Peneliti


Baiq Aisyah Shah Adila

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberikan saya kesehatan serta kekuatan. Atas karunia serta kemudahan yang telah diberikan, akhirnya peneliti bisa menyelesaikan Tugas Akhir yang sederhana ini. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW. Dengan segala perjuangan peneliti sampai titik ini, peneliti persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang telah memberikikan semangat, menguatkan peneliti sehingga peneliti mampu bertahan menyelesaikan Tugas Akhir ini.

1. Kepada Abah tercinta Lalu Tuturan dan Mamak tersayang Baiq Kartini. Terimakasih sudah selalu sabar menunggu, selalu mendoakan, menguatkan serta meyakinkan saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Abah dan Mamak selalu sehat dan selalu mendampingi saya dalam proses selanjutnya.
2. Baiq Novera Puji Astuti dan Lalu Salihul Umam selaku saudara kandung saya, terimakasih atas motivasi serta saran yang diberikan, terimakasih sudah menjadi pendengar disetiap keluhanku. Kita sama sama terus ya sampai kapanpun itu.
3. Kepada Dosen Pembimbing Bapak Jamroji, S.Sos., M.Comms. Terimakasih atas kesabaran serta keihlasannya dalam proses bimbingan tugas akhir ini sampai selesai. Semoga Bapak selalu di kelilingi hal-hal baik.
4. Kepada Annisa Latifah selaku Owner dari Pawoncah. Terimakasih atas waktunya sudah dengan sabar memberikan informasi apa yang saya butuhkan selama penelitian.
5. Kepada Hj. Salamah selaku nenek saya. Terimakasih telah menyayangi saya dengan tulus, terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan sehingga saya bisa kuat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada bundaku Hj Nida dan Baiq Indrawati, terimakasih sudah selalu menguatkan saya, memberikan saya motivasi serta doa sehingga tugas akhir ini mampu terselesaikan.
7. Baiq Zulifa Hemidia selaku sahabat saya. Terimakasih untuk selalu kebersamai serta selalu siaga kapanpun itu. Terimakasih atas motivasi yang sudah diberikan. Terimakasih atas waktu yang diberikan untuk mendengarkan keluh kesahku.
8. Nina Kirana, Fakhitanul Shyiva, Fara Nur Adiba, Alvina Syahda, Varizka, terimakasih sudah selalu kebersamai, sudah dengan sabar menerima kekuranganku, sudah selalu sabar memenuhi keinginanku selama di perantauan. Terimakasih sudah banyak sekali membantu selama proses perkuliahan. Semoga kita tetap baik ya meskipun habis ini sudah jarang ketemu.

9. Sahabat saya di perantauan Rizqylia, Arya, Atifah, Tutuk terimakasih telah menjadi sahabat yang baik, terimakasih telah banyak membantu saya dalam perkuliahan.
10. Terakhir, kepada diri sendiri, terimakasih telah mampu berusaha keras berjuang sejauh ini. Terimakasih sudah mau bertahan serta mengendalikan diri dari berbagai tekanan. Terimakasih untuk tidak pernah menyerah dalam penyusunan tugas akhir ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan karunianya serta membalas kebaikan kepada kalian yang telah berjasa dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak orang. Oleh karena itu, kritik dan saran penulis harapkan untuk menjadikan skripsi ini lebih baik.



Malang, 1 September 2023

Peneliti

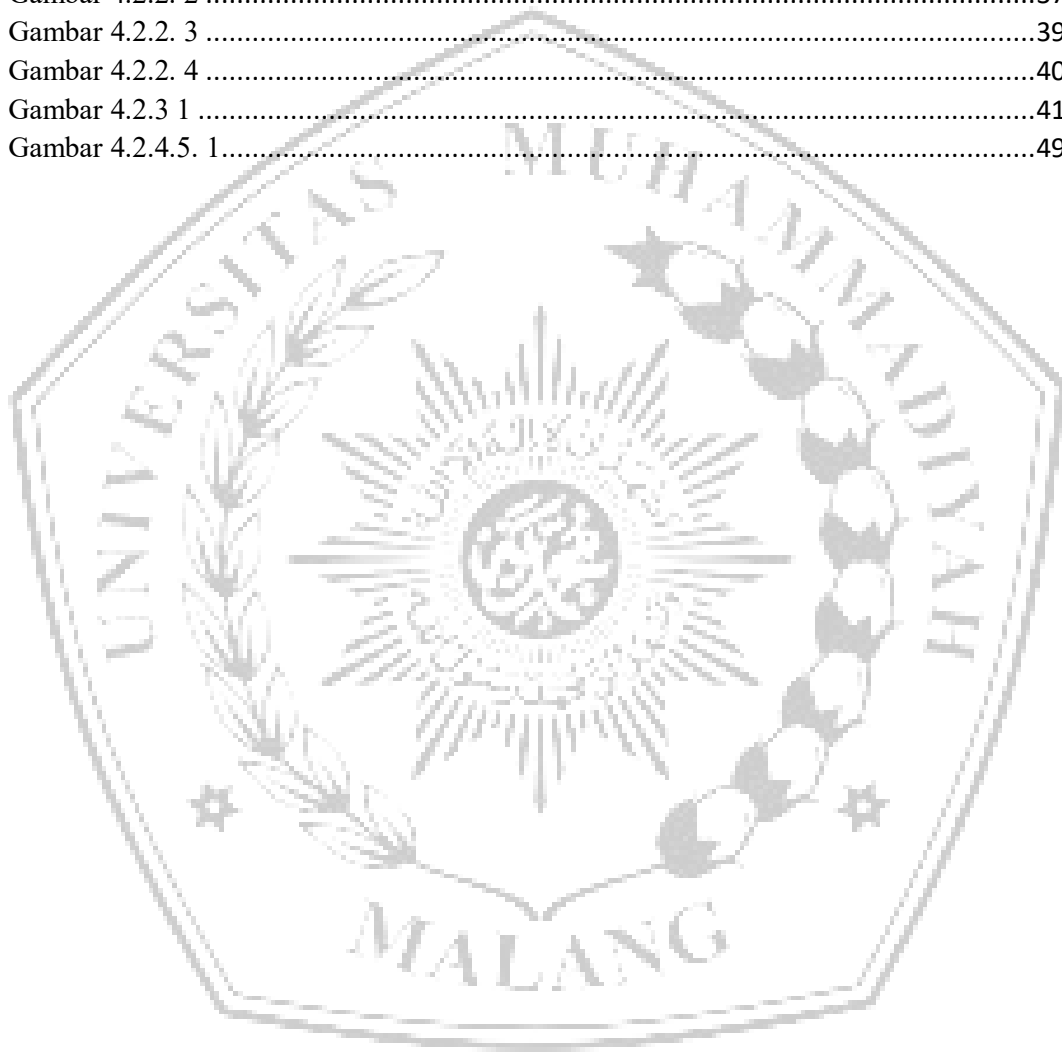
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	v
SURAT PERNYATAAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL	x
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
DAFTAR ISI	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep Efektivitas.....	7
2.1.1 Konsep Efektivitas	7
2.2 Promosi Produk	8
2.2.1 Definisi Promosi	8
2.2.2 Tujuan Promosi.....	9
2.2.3 Media Promosi.....	10
2.2.4 Teori AIDDA	11
2.2.5 Definisi Perilaku Konsumen.....	12
2.2.6 Tipe – tipe Pengambilan Keputusan.....	13
2.2.7 Keputusan konsumen dalam membeli produk	13

2.3	Media Sosial Faebook.....	15
2.3.1	Media Sosial Facebook	15
2.3.2	Facebook Marketing.....	15
2.4	Generasi Z	16
2.5	Penelitian Terdahulu	17
BAB III.....		20
METODE PENELITIAN		20
3.1	Paradigma Penelitian	20
3.2	Pendekatan dan Tipe Penelitian.....	20
3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
3.4	Subjek dan Informan Penelitian	21
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6	Tehnik Analisa Data	24
3.7	Keabsahan Data.....	25
BAB IV		26
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		26
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	26
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	26
4.1.2	Deskripsi Subjek dan Informan	27
4.2	Penyajian Hasil Penelitian	29
4.2.1	Facebook Sebagai Media Promosi.....	30
4.2.2	Media Monitoring Pawoncah	34
4.2.3	Facebook Sebagai Media Informasi.....	40
4.2.4	Respon Konsumen dalam Perspektif Teori AIDDA (<i>Attention, Interest, Desire, Decision, Action</i>).....	45
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	50
PENUTUP		55
6.1	Kesimpulan	55
6.2	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	2
Gambar 4.1.1. 1	26
Gambar 4.2.1. 1	32
Gambar 4.2.1. 2	33
Gambar 4.2.2. 1	35
Gambar 4.2.2. 2	37
Gambar 4.2.2. 3	39
Gambar 4.2.2. 4	40
Gambar 4.2.3 1	41
Gambar 4.2.4.5. 1.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel 2.5. 1	17
Tabel 4.2.4. 1	54



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arianto (2021). "Komunikasi Pemasaran : Konsep dan Aplikasi di Era Digital." Surabaya: Airlangga University Press.
- Asmajasari, Magdalena. (1997). "Studi periklanan dalam perspektif komunikasi pemasaran". Malang : UMM Press.
- Firmansyah, Anang. (2020). "KOMUNIKASI PEMASARAN". Jawa Timur : Qiata Media
- Fitriah, Maria (2018). "Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual". Yogyakarta : Deepublish.
- Hardani, dkk (2020). "Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif". Yogyakarta : CV Pustaka Ilmu.
- Helianthusonfri, Jefferly (2012). "Buku Pintar Facebook dan Twitter Marketing". Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Machmud, Muslimin (2018). "Tuntutan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah". Malang : Selaras.
- Morissan. (2010). "Periklanan : komunikasi pemasaran terpadu". Jakarta : Kencana
- Rangkuti, Freddy (2009). "Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated marketing Communication". Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Razak, Mashur (2016). "Perilaku Konsumen" Makasar : Alauddin University Press
- Salim dan Syahrums (2012). "Metode Penelitian Kualitatif". Bandung : Cipta Pustaka Media
- Salim, Agus (2021). "Teori dan Paradigma Penelitian Sosial (Dari Denzin Guba dan Penerapannya)". Yogyakarta : PT Tiara Wacana.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiha (2013). "Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis". Yogyakarta : CV ANDI OFFSET.
- Satriadi, dkk (2021). "Manajemen Pemasaran" Yogyakarta : Penerbit Samudra Biru.

Sawhani, Dhiraj Kelly (2021). "Digital Marketing : Brand Images". Surabaya : Scopindo Media Pustaka.

Wijoyo, Hadion, dkk. (2020). "Generasi Z & Revolusi Industri 4.0". Jawa Tengah : CV. Pena Persada.

Priansa, Donni Juni. (2017). "Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial". Bandung : CV. Pustaka Setia.

Wuysang, Julia Magdalena, dkk. (2021). "Efektivitas Komunikasi Organisasi Pemerintah Pada Masa Pandemi". Surabaya : Scopindo Media Pustaka.

JURNAL

Ramadan, Ari dan Anna Fatchiya. 2021. "Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Produk (Rendang Uninam) dalam Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Volume 5 (halm. 67). Bogor : Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.

Maisyaroh, Fitri Amelia, dkk. 2022. "Pengaruh Iklan Facebook Terhadap Minat Beli Siswadi Kabupaten Rokan Hulu dalam Jurnal Sosial Media dan Pesan Volume 1, No. 1(halm. 1-12). Riau : Universitas Islam Riau.

Methasari, Melanny dan Ira Ningrum Resmawa. 2017. "Efektivitas Penggunaan Social Media Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran STIE Yapan Surabaya dalam Jurnal Ekonomi Volume 1 (halm. 97). Surabaya : Fakultas Ekonomi, STIE Yapan Surabaya.

Lustono dan Fadila Laila Cahyani. 2020. "Pengaruh Media Promosi Digital atau Online dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop di Kecamatan Banjarnegara dalam Jurnal Medikonis Volume 20 (halm. 11). Jawa Tengah : STIE Tamansiswa Banjarnegara.

Amaliah, Norma, dkk. 2015. "Perancangan Media Promosi PT Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Cira Perusahaan dalam Jurnal Desain Komunikasi Visual Volume 4, No. Surabaya : Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.