

DAFTAR ISI

MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Rumusan Masalah.....	7
3. Tujuan Penelitian	8
4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
5. Metode Penelitian	9
1.5.1. Jenis Penelitian	9
1.5.2. Prosedur Penelitian	9
1.5.3. Partisipan Penelitian	11
1.5.3.1 Kriteria Subjek/Partisipan Data	11
1.5.3.2 Teknik Pemilihan Partisipan.....	11
1.5.4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	11
1.5.5. Teknik Analisis Data	12
1.5.5.1. Uji Kredibilitas Data.....	12
1.5.5.2. Analisi Data	12
II. KAJIAN PUSTAKA	13
1. Kajian Teori	13
2.1.1. Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.1.1. Definisi Teori.....	13
2.1.1.2. Aspek/dimensi Teori.....	14
2.1.1.3. Faktor-faktor Teori	15
2.1.1.4. Kekhasan/keunikan Teori dan Konteks Penelitian	19
2.1.2. VALS	20
2.1.2.1. Definisi Teori.....	20
2.1.2.2. Aspek/dimensi Teori.....	20
2.1.2.3. Faktor-faktor Teori VALS	23
2.1.2.4. Kekhasan/keunikan Teori dan Konteks Penelitian	25

2.1.3.	AIO	26
2.1.3.1.	Definisi Teori.....	26
2.1.3.2.	Aspek/dimensi Teori.....	26
2.1.3.3.	Faktor-faktor teori AIO	27
2.1.3.4.	Kekhasan/keunikan Teori dan Konteks Penelitian	28
2.1.4.	Perilaku Konsumtif (Konsumerisme).....	28
2.1.4.1.	Definisi Teori.....	28
2.1.4.2.	Aspek/Dimensi Teori.....	29
2.1.4.3.	Faktor-faktor teori perilaku konsumtif	30
2.1.4.4.	Kekhasan/keunikan Teori dan Konteks Penelitian	31
2.	Literature Review	32
3.	Kerangka Pemikiran	35
III.	PAPARAN DATA.....	37
2.1	Gambaran Umum Objek Riset.....	37
2.2	Paparan Data di Lapangan / Konten	38
2.2.1.	Data Survey VALS	38
2.2.2.	Data AIO.....	40
2.2.3.	Infografis Media Sosial	41
IV.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	44
1.1	Kajian Komunikasi Pemasaran Berdasarkan VALS .	44
1.2	Kajian Komunikasi Pemasaran Berdasarkan AIO.....	46
V.	PENUTUP	51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran	52
5.2.1	Bagi Konteks Penelitian.....	52
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	52
	DAFTAR PUSTAKA	53
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	72