

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Tabel Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 4.1.	Tabel Deskripsi Umum Informan.....	41
Tabel 4.2.	Aktivitas Komunikasi Pemasaran Grab Indonesia.....	47
Tabel 4.3.	Kampanye Media sosial Grab Indonesia.....	51
Tabel 4.4.	Kampanye Media sosial Twitter #Percaya.....	56
Tabel 4.5.	Twitter Sebagai Medium Kampanye Media Sosial.....	59
Tabel 4.6.	Pemanfaatan <i>Influencer Marketing</i> Pada Kampanye Media Sosial Twitter #Percaya.....	66
Tabel 4.7.	Isi Pesan Kampanye Media Sosial Twitter #Percaya.....	75
Tabel 4.8.	Struktur Pesan Kampanye Media Sosial Twitter #Percaya.....	78
Tabel 4.9.	Format Pesan Kampanye Media Sosial Twitter #Percaya.....	82

