

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN .....	iv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Akademis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran .....	18
2.2.2 Digital Marcomm (Komunikasi Pemasaran Digital) .....	19
2.3 Teori Periklanan .....	<b>20</b>
2.3.1 Jenis-jenis periklanan .....	23
2.3.2 Jenis Iklan Digital .....	25
2.3.3. Tahapan Periklanan.....	27

2.3.4 Tahapan Perencanaan Periklanan.....	31
2.3.5 Digital Media <i>Branding</i> .....	32
2.3.6 Khalayak Media Digital .....	33
2.4 Teori AISAS .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.3 Subjek Penelitian.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Data Primer .....	43
3.4.2 Data Sekunder .....	44
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.3 Pembahasan.....	72
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>78</b>
5.1 Simpulan .....	78
5.2 Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>

