

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Pemasaran dan Bauran Pemasaran	15
2.3 Komunikasi	18
2.4 Komunikasi Pemasaran	21
2.5 Segmentasi Pasar	26
2.5.1 Segmentasi	26
2.5.2 Targeting	28
2.5.3 Positioning	32
2.6 Analisa SWOT	36
2.7 Bauran Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	37
2.8 Internet Marketing	40
2.8.1 Strategi Pemasaran Digital	42
2.8.2 Format Iklan Internet	44
2.8.2.1 Situs	44
2.8.2.2 Iklan <i>Display</i> atau <i>Banner</i>	45
2.8.2.3 Format <i>Rich Media</i>	46
2.8.2.3.1 <i>Pop-up</i>	46
2.8.2.3.2 <i>Interstitial</i>	46
2.8.2.3.3 <i>Superstitial</i>	47
2.8.2.3.4 Iklan Video	47
2.8.2.4 Blog, Podcast, Jejaring Sosial	47
2.8.2.4.1 Blog	47
2.8.2.4.2 Podcast	48
2.8.2.4.3 Jejaring Sosial (<i>Social Network</i>)	48
2.8.2.4.3.1 Facebook	49
2.8.2.4.3.2 Twitter	50

2.8.2.4.3.3 Youtube.....	51
2.8.2.4.3.4 Instagram	52
2.8.2.5 <i>Email</i>	53
2.8.2.5.1 Surel Opt-In Versus Spam.....	53
2.8.2.5.2 <i>E-Zine</i> (Majalah Elektronik)	54
2.8.2.5.3 Iklan E-mail Nirkabel	54
2.8.2.6 Iklan Telp Seluler	55
2.8.2.6.1 SMS/MMS.....	55
2.8.2.6.2 USSD.....	55
2.8.2.6.3 <i>Bluetooth Beacon</i>	56
2.8.2.6.4 AR/VR.....	56
2.8.2.6.5 Application	57
2.8.2.7 Iklan Mesin Pencari.....	57
2.8.2.7.1 Iklan Kata Kunci Yang Sesuai	58
2.8.2.7.2 Iklan Penargetan Konten	58
2.8.2.7.3 Iklan Mesin Penargetan Perilaku.....	59
2.9 Film	59
 BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma	62
3.2 Metode Penelitian	63
3.3 Subjek Penelitian	64
3.4 Teknik Pengumpulan Data	65
3.4.1 Data Primer	65
3.4.2 Data Sekunder.....	65
3.5 Teknis Analisis Data.....	66
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	67
 BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Visinema Pictures	69
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan PT. Visinema Pictures	70
4.1.2.1 Visi Perusahaan	70
4.1.2.2 Misi Perusahaan	71
4.1.3 Struktur Organisasi PT. Visinema Pictures	71
4.1.4 Profil Film Filosofi Kopi The Movie	72
4.2 Hasil Penelitian	73
4.2.1 Bauran Pemasaran	73
4.2.1.1 Produk.....	73
4.2.1.2 Harga.....	74
4.2.1.3 Saluran Distribusi	74
4.2.1.4 Promosi	75
4.2.2 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> (STP).....	76
4.2.2.1 <i>Segmentation</i>	76
4.2.2.2 <i>Targeting</i>	77

