

DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| HALAMAN JUDUL | |
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI | ii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.3.1 Maksud Penelitian | 6 |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis | 6 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 7 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2 Kajian Teori | 18 |
| 2.2.1 Iklan | 18 |
| 2.2.2 Periklanan Sebagai Proses Komunikasi | 22 |
| 2.2.3 Media Massa | 23 |
| 2.2.4 Khalayak | 29 |
| 2.2.5 Teori Resepsi | 32 |
| 2.2.6 Interpretasi Khalayak | 38 |
| 2.2.7 E-Commerce | 39 |
| 2.2.8 Klasifikasi E-Commerce | 46 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 47 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 51 |
| 3.1 Objek Penelitian | 51 |
| 3.2 Paradigma Penelitian | 51 |
| 3.3 Metode Penelitian | 53 |

| | | |
|---------------|---|-----------|
| 3.4 | Subjek Penelitian | 56 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 56 |
| 3.6 | Jenis dan Sumber Data | 57 |
| 3.6.1 | Data Primer | 57 |
| 3.6.2 | Data Sekunder | 58 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data | 59 |
| 3.8 | Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data | 59 |
| | | |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 61 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 61 |
| 4.2 | Profil Perusahaan | 61 |
| 4.2.1 | Deskripsi informan | 66 |
| 4.3 | Hasil Penelitian | 68 |
| 4.3.1 | Deskripsi informan | 68 |
| 4.3.2 | Interpretasi | 71 |
| 4.3.2.1 | Interpretasi Khalayak Terhadap Bintang Iklan Bukalapak | 72 |
| 4.3.2.2 | Interpretasi Khalayak Terhadap Jingle Iklan Bukalapak | 76 |
| 4.3.2.3 | Interpretasi Khalayak Terhadap Visualisasi Iklan Bukalapak | 79 |
| 4.3.2.4 | Interpretasi Khalayak Terhadap Pesan Iklan Bukalapak | 82 |
| 4.3.2.5 | Perilaku Khalayak Terhadap Iklan | 84 |
| 4.3.2.6 | Khalayak Yang Hanya Tertarik Melihat Iklan Bukalapak Versi Gong Xi Fa Chai, Namun Tidak Berminat Membeli Produk Yang Dijual Disitus Bukalapak | 84 |
| 4.3.2.7 | Khalayak Yang Tertarik Melihat Iklan Bukalapak Versi Gong Xi Fa Chai, Kemudian Pernah Melakukan Tindakan Jual Beli DiSitus Bukalapak | 85 |
| 4.4 | Triangulasi Data | 87 |
| 4.5 | Pembahasan | 89 |
| 4.5.1 | Pemaknaan Khalayak | 89 |
| 4.5.1.1 | Pemaknaan Dominan – Hegemonic | 90 |
| 4.5.1.2 | Pemaknaan Negosiasi | 92 |
| | | |
| BAB V | PENUTUP | 94 |

| | | |
|-----|----------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan | 94 |
| 5.2 | Saran | 95 |
| | 5.2.1 Akademis | 95 |
| | 5.2.2 Praktis | 96 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

