

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Komunikasi Pemasaran	13
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	15
2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	19
2.5 Strategi Perancangan Strategi Kreatif dan Pembuatan Iklan.....	23
2.6 <i>Digital Marketing</i>	24
2.7 <i>Social Media Marketing</i>	26
2.8 Instagram	27
2.8.1 Fitur-fitur Instagram.....	28
2.9 <i>Brand Awareness</i>	29
2.10 <i>Brand Engagement</i>	31
2.10.1 Membangun Engagement di Media Sosial	34
BAB III.....	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian	37
3.3 Subjek Penelitian	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Data Primer	40
3.4.2 Data Sekunder	41
3.5 Teknik Analisis Data	42

3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	42
BAB IV		44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	PT. Pulau Pulau Media	44
4.1.1	Definisi Perusahaan.....	44
4.1.2	Visi, Misi dan Tujuan.....	46
4.1.3	Struktur Organisasi PT Pulau-Pulau Media	47
4.1.4	Program.....	48
4.1.5	Logo	52
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Perencanaan Strategi Kreatif.....	55
4.2.2	Penyusunan Pesan Iklan Secara Verbal	59
4.2.3	Pembuatan Desain Iklan.....	59
4.2.4	Presentasi Ide Kreatif	60
4.2.5	Membangun <i>Engagement</i> di Media Sosial	61
4.2.6	Hambatan POTD.....	64
4.3	Pembahasan	64
B A B V		75
KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran.....	77
5.2.1	Saran Akademis	77
5.2.2	Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA.....		79
LAMPIRAN A – SUBJEK PENELITIAN		83
LAMPIRAN B – TRANSKRIP WAWANCARA		84
LAMPIRAN C - <i>Curriculum Vitae</i> Achmad Sofiyullah		95