

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.1.1. Matrix Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2. Kajian Teoritis..... | 14 |
| 2.2.1. Komunikasi Pemasaran..... | 14 |
| 2.2.2. Komunikasi Pemasaran Digital..... | 15 |
| 2.2.3. Media Sosial..... | 16 |
| 2.2.3.1. Instagram | 17 |
| 2.2.3.2. <i>Social Media Wheel</i> | 18 |
| 2.2.4. Strategi Konten Kreatif Periklanan Digital..... | 24 |
| 2.2.4.1. Model <i>SOSTAC Plans</i> | 27 |
| 2.2.5. Perilaku Konsumen | 34 |
| 2.2.5.1. Karakteristik Konsumen..... | 35 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.5.2. Respon Konsumen Menurut Konsep AISAS | 36 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 38 |
| 3.1. Paradigma Penelitian..... | 38 |
| 3.2. Metode Penelitian..... | 39 |
| 3.3. Subyek Penelitian..... | 40 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data..... | 40 |
| 3.5. Teknik Analisis Data..... | 42 |
| 3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data (Triangulasi Data) | 43 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 44 |
| 4.1.1. Profil MicroAd Indonesia | 44 |
| 4.1.2. Visi dan Misi MicroAd Indonesia..... | 46 |
| 4.1.3. Struktur Organisasi MicroAd Indonesia | 46 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 47 |
| 4.2.1. Latar Belakang Strategi Konten Kreatif MicroAd Indonesia. | 47 |
| 4.2.2. Tujuan dari Strategi Konten Kreatif MicroAd Indonesia | 49 |
| 4.2.3. Strategi Konten Kreatif MicroAd Indonesia (SOSTAC Plan)..... | 50 |
| 4.2.3.1. <i>Situation Analysis</i> | 51 |
| 4.2.3.2. <i>Objectives</i> | 56 |
| 4.2.3.3. <i>Strategy</i> | 61 |
| 4.2.3.4. <i>Tactics</i> | 63 |
| 4.2.3.5. <i>Action</i> | 65 |
| 4.2.3.6. <i>Control</i> | 67 |
| 4.2.4. Evaluasi Terhadap Strategi Konten Kreatif MicroAd Indonesia | 68 |
| 4.2.4.1. <i>Attention</i> | 68 |
| 4.2.4.2. <i>Interest</i> | 69 |
| 4.2.4.3. <i>Search</i> | 70 |
| 4.2.4.4. <i>Action</i> | 71 |
| 4.2.4.5. <i>Share</i> | 72 |
| 4.5. Pembahasan..... | 74 |

| | |
|---------------------------------|----|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 83 |
| 5.1. Kesimpulan | 83 |
| 5.2. Saran..... | 84 |
| 5.2.1 Akademis | 84 |
| 5.2.1 Praktis..... | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA | 86 |

