

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR SINGKATAN .....	xiii
INTISARI .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Tinjauan Pustaka .....	8
1. Obat Tradisional .....	8
2. Iklan.....	13
3. <i>E-Commerce</i> , Pemasaran Online, dan <i>Marketplace</i> .....	17
4. Regulasi Iklan Obat Tradisional .....	18
F. Landasan Teori .....	30
G. Keterangan Empiris.....	32
BAB II. METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A. Rancangan Penelitian.....	34
B. Subjek Penelitian.....	35
1. Populasi .....	35
2. Sampel .....	35
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	35
D. Instrumen Penelitian .....	41
E. Jalannya Penelitian .....	44
1. Penentuan Kata Kunci .....	44
2. Penentuan Sumber Pencarian Iklan.....	44
3. Seleksi Iklan .....	46
4. Skema Seleksi Iklan .....	48
F. Analisis Data.....	49
BAB III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	51
A. Gambaran Umum Iklan Obat Tradisional pada <i>Marketplace Online</i> .....	51

B. Gambaran Kelengkapan Informasi Iklan Obat Tradisional.....	55
C. Gambaran Pelanggaran Iklan Obat Tradisional .....	58
1. Domain Pemeran Iklan .....	60
2. Domain Klaim Iklan.....	65
3. Domain Informasi Periklanan .....	68
4. Pernyataan Garansi, Superlatif dan Komparatif .....	71
5. Domain Testimoni .....	73
6. Domain Efek Instan.....	75
7. Domain Penawaran Hadiah/Bonus .....	76
D. Regulasi <i>Marketplace</i> Terkait Pelanggaran Produk.....	77
1. Regulasi Peredaran Obat Tradisional Secara Daring Berdasarkan PerBPOM No. 8 Tahun 2020 .....	77
2. Regulasi Transaksi Obat Tradisional Pada Setiap <i>Marketplace</i> .....	78
E. Keterbatasan Penelitian .....	81
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN .....	83
A. Kesimpulan .....	83
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN.....	90