

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| SURAT PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | ix |
| ABSTRAK | x |
| ABSTRACT | xi |
| BAB I Pendahuluan | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis | 5 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 6 |
| 1.5 Kebaruan Penelitian | 6 |
| BAB II Tinjauan Pustaka | 7 |
| 2.1 Kerangka Teori..... | 7 |
| 2.1.1 Komunikasi Pemasaran..... | 7 |
| 2.1.2 Komunikasi Pemasaran di Media Sosial..... | 9 |
| 2.1.3 Integrated Marketing Communication (IMC)..... | 11 |
| 2.1.4 Komunikasi Pemasaran Melalui Model AISAS..... | 14 |
| 2.2 Kerangka Konsep | 15 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 19 |
| 3.1 Pendekatan Penelitian | 19 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 19 |
| 3.3 Subjek dan Objek Penelitian | 20 |
| 3.4 Sumber dan Jenis Data | 20 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 21 |
| 3.5.1 Wawancara | 21 |

| | |
|---|-----------|
| 3.5.2 Dokumen | 22 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 22 |
| 3.7 Limitasi Penelitian | 24 |
| BAB IV Temuan dan Pembahasan | 25 |
| 4.1 Gambaran Umum | 25 |
| 4.1.1 Latar Belakang Kampanye Xpresikan Warnamu | 25 |
| 4.1.2 Konsep dan Mekanisme Kampanye Xpresikan Warnamu | 26 |
| 4.2 Temuan Data | 27 |
| 4.2.1 Strategi Integrated Marketing Communication pada kampanye Xpresikan Warnamu | 27 |
| 4.2.2 AISAS pada kampanye Xpresikan Warnamu..... | 38 |
| 4.3 Pembahasan..... | 53 |
| 4.3.1 Analisis implementasi IMC dalam Konteks AISAS | 54 |
| 4.3.2 Analisis Kesesuaian Pola Teoritis dan Pola Empiris..... | 58 |
| BAB V PENUTUP | 60 |
| 5.1 Kesimpulan | 60 |
| 5.2 Saran..... | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 67 |
| LAMPIRAN..... | 70 |