

Daftar Isi

Halaman Sampul	i
Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Bebas Plagiasi	iii
Halaman Persembahan	iv
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kebaruan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan Bab	9
Bab II Pengalaman <i>Engagement</i> Generasi Z dengan <i>Personalized Advertising</i> ...	11
2.1 <i>Personalized Advertising</i> di Media Sosial	11
2.2 Pengalaman Konsumen terhadap Iklan	13
2.3 Generasi Z sebagai Konsumen Era Digital	15
2.4 <i>Advertising Engagement</i> dalam Periklanan Digital	17
2.4.1 <i>Advertising Engagement</i> Positif	22
2.4.2 <i>Advertising Engagement</i> Negatif	24

2.5 Anteseden terjadinya <i>Engagement</i>	25
2.6 Kerangka Pemikiran	27
Bab III Metode Penelitian	31
3.1 Metode dan Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	32
3.3 Pemilihan Partisipan FGD	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Teknik Analisis Data	38
3.6 Limitasi Penelitian	39
Bab IV <i>Engagement</i> Positif dan Negatif Generasi Z	41
4.1 Aktivitas Bermedia Sosial Generasi Z	41
4.2 Iklan di Media Sosial Generasi Z	44
4.3 <i>Personalized Advertising</i> di Media Sosial	46
4.4 <i>Personalized Advertising Engagement</i>	51
4.4.1 <i>Emotional</i>	53
4.4.2 <i>Cognitive</i>	63
4.4.3 <i>Behavioural</i>	73
4.5 <i>Engagement</i> Positif dan Efektivitas Iklan	81
4.6 <i>Engagement</i> Negatif dan Penghindaran Iklan	88
4.7 Anteseden terjadinya <i>Personalized Advertising Engagement</i>	93
4.7.1 Pengetahuan akan Mekanisme Algoritma Media Digital	93
4.7.2 Latar Belakang Sosial dan Demografis	96
4.7.3 Jenis Iklan serta Konteks Berlangsungnya <i>Engagement</i>	100
4.7.4 Data Pribadi dalam Mekanisme Personalisasi	102

4.8 Diskusi	103
Bab V Penutup	107
5.1. Kesimpulan	107
5.2. Saran	109
5.2.1 Untuk Penelitian Selanjutnya	109
5.2.2 Untuk Konsumen	110
5.2.3 Untuk Praktisi Periklanan	111
Daftar Pustaka	114
Lampiran i	120
Lampiran ii	123
Lampiran iii	125
Lampiran iv	126
Lampiran v	132