

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1. 1 Latar Belakang.....	1
1. 2 Rumusan Masalah .....	4
1. 3 Tujuan Penelitian .....	4
1. 4 Manfaat Penelitian .....	4
1. 5 Kerangka Pemikiran .....	5
1. 5.1. Periklanan dan Agensi Iklan .....	5
1. 5.2. Manajemen Periklanan .....	6
1. 5.2.1 Penetapan Tujuan .....	9
1. 5.2.2 Keputusan Anggaran .....	10
1. 5.2.3 Keputusan Pesan .....	11
1. 5.2.4 Keputusan Media Iklan .....	12
1. 5.2.5 Mengevaluasi Efektivitas Iklan .....	17
1. 5.3. <i>E-commerce, E-Marketplace, E-Marketing</i> .....	18
1. 5.3.1 <i>E-commerce</i> .....	18
1. 5.3.2 <i>E-Marketplace</i> .....	19
1. 5.3.3 <i>E-Marketing</i> .....	21
1. 6 Kerangka Konsep.....	23
1. 7 Metodologi Penelitian .....	26
1. 7.1 Obyek Penelitian .....	26

1. 7.2 Jenis Penelitian.....	27
1. 7.3 Metode Penelitian .....	27
1. 8 Teknik Pengumpulan Data .....	28
1. 8.1 Wawancara Mendalam ( <i>In dept interview</i> ).....	28
1. 8.2 Studi dokumen.....	29
1. 8.3 Analisis Data .....	29
1. 9 Keabsahan Data .....	30
1. 10 Keterbatasan Penelitian .....	31

## **BAB 2 MANAJEMEN PERIKLANAN AGENSI DALAM MENANGANI *E-COMMERCE***

2. 1 Konsep Periklanan .....	32
2. 2 Divisi dalam Agensi Iklan .....	35
2. 3 Gambaran Umum Tahapan Pembuatan Iklan .....	36
2. 4 Manajemen Periklanan .....	39
2. 4.1. Penetapan Tujuan.....	40
2. 4.2. Keputusan Anggaran.....	41
2. 4.3. Keputusan Pesan .....	42
2. 4.4. Keputusan Media Iklan .....	44
2. 4.5. Mengavaluasi Iklan .....	48
2. 5 <i>E-Commerce &amp; E-Marketplace</i> .....	49
2. 5.1. Sejarah Perkembangan <i>E-Commerce &amp; E-Marketplace</i> .....	49
2. 5.2. Definisi <i>E-commerce &amp; E-Marketplace</i> .....	50
2. 5.3. Tipe-tipe <i>E-commerce &amp; E-Marketplace</i> .....	51
2. 5.4. Mekanisme <i>E-commerce &amp; E-Marketplace</i> .....	52

## **BAB 3 PROFIL AGENSI IRIS WORLDWIDE DAN TOKOPEDIA**

3. 1 Profil Iris Worldwide .....	56
3. 1.1. Profil Perusahaan .....	56
3. 1.2. Riwayat Klien .....	57
3. 1.3. Bagian dari Nava Group .....	58
3. 1.4. Struktur Organisasi .....	59

3. 1.5. Logo Iris Worldwide .....	60
3. 1.6. Kompetitor Iris Worldwide .....	61
3. 1.7. Penghargaan Iris Worldwide.....	61
3. 2 Profil Tokopedia .....	61
3. 2.1. Profil Perusahaan .....	61
3. 2.2. Sejarah Tokopedia .....	62
3. 2.3. Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan.....	63
3. 2.5. Filosofi Merek.....	64
3. 2.6. Riwayat Iklan TVC Tokopedia .....	65
3. 2.7. Gambaran iklan Berani Memulai Berani Berusaha.....	66

#### **BAB 4 MANAGEMEN PERIKLANAN AGENSI IRIS DALAM MEMBUAT IKLAN BERANI MEMULAI BERANI BERUSAHA**

4. 1 Temuan dan Analisis.....	68
4. 1.1. Proses Penjaringan .....	69
4. 1.2. Manajemen Periklanan Iris Worldwide....	70
4. 1.2.1. Penetapan Tujuan .....	71
4. 1.2.2. Penentuan Anggaran .....	77
4. 1.2.3. Penentuan Pesan .....	80
4. 1.2.4. Penentuan Media.....	87
4. 1.2.5. Penentuan Evaluasi .....	93

#### **BAB 5 PENUTUP ..... 99**

5. 1. Kesimpulan .....	99
5. 2. Saran.....	102

#### **DAFTAR PUSTAKA ..... 103**

#### **LAMPIRAN ..... 108**

Transkrip Wawancara .....	108
---------------------------	-----

## DAFTAR TABEL & GAMBAR

### Daftar Tabel

Tabel 1.1. Teori 5M manajemen periklanan Kotler & Amstrong.....	7
Tabel 1.2. Jenis-Jenis media beserta keunggulan dan keterbatasannya.....	12
Tabel 1.3. Bentuk online advertising .....	14
Tabel 2.1. Bagaimana biro iklan memproduksi iklan .....	39
Tabel 2.2. Jenis iklan pada Youtube .....	46
Tabel 3.1. Struktur organisasi Iris Worldwide .....	59

### Daftar Gambar

Gambar 2.1. Daftar Infrastruktur membantu <i>Marketplace</i> .....	53
Gambar 3.1. Bagian dari Iris Worldwide.....	57
Gambar 3.2. Klien Iris Worldwide sebelumnya .....	58
Gambar 3.3. Anak perusahaan Nava+ Group .....	59
Gambar 3.4. Logo Iris Worldwide baru dan lama .....	60
Gambar 3.5. Logo Tokopedia .....	65
Gambar 3.6. Iklan “Tokopedia Berani Memulai Berani Berusaha“ .....	67
Gambar 4.1. Data anggaran iklan E-commerce pada Q1 2016 menurut Adstensity	80
Gambar 4.2. Channel Youtube Tokopedia bagian Seller Stories .....	84
Gambar 4.3. Ciptakan Peluangmu Awards.....	91