

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	
ABSTRACT	
DAFTAR ISI	
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Objek Penelitian	5
F. Kerangka Pemikiran	5
1. Iklan	5
2. <i>Goodvertising</i>	7
3. Periklanan Saat Pandemi Covid-19	10
4. Mudik Dalam Konteks Sosio-Kultural di Indonesia	12
G. Kerangka Konsep	14
H. Metodologi	17
1. Pemilihan Material Teks	19
2. Kerangka Koding.....	20
3. Unit Analisis dan Unit Koding	22
4. Realibilitas dan Validitas	25
5. Teknik Analisis Data	26
BAB II: ULASAN LITERATUR	27
A. <i>Goodvertising</i>	27

B. Iklan di Kala Pandemi Covid-19	35
BAB III: IKLAN RAMADAN 2020	46
A. Tinjauan Umum Iklan Ramadan	46
B. Tinjauan <i>Brand</i>	49
1. Telkomsel	49
2. IM3 Ooredoo	50
3. Gojek.....	51
4. BCA	52
5. Pertamina	53
C. Penjabaran Material Teks	54
1. Iklan “Terus Jalankan Kebaikan” Telkomsel	54
2. Iklan “Silaturahmi Setiap Hari” IM3 Ooredoo	55
3. Iklan “eBadah” Gojek.....	56
4. Iklan “Energi yang Tulus Tanpa Henti” Pertamina	57
5. Iklan “Salam Tempel” BCA.....	58
BAB IV: ANALISIS IKLAN RAMADAN.....	59
A. Evaluasi Kerangka Koding.....	59
B. Komparasi Koding.....	66
C. Analisis	75
1. Analisis Adaptasi Konten Iklan Ramadan 2020 Pada Masa Pandemi	75
2. Analisis Adaptasi Konten Iklan Ramadan 2020 Terhadap Isu Larangan Mudik.....	83
3. Analisis Asosiasi Pesan dengan Produk dalam Iklan Ramadan 2020 Pada Masa Pandemi.....	101

BAB V: KESIMPULAN	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran Bagi Praktisi Periklanan	110
C. Saran Bagi Peneliti	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	120
Transkrip Video Iklan Ramadan Telkomsel.....	120
Transkrip Video Iklan Ramadan IM3 Ooredoo.....	129
Transkrip Video Iklan Ramadan Gojek.....	142
Transkrip Video Iklan Ramadan Pertamina	151
Transkrip Video Iklan Ramadan BCA	159