

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Akademis.....	5
1.5.2 Manfaat Praktis.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Konsep.....	7
2.1.1 Periklanan Digital.....	7
2.1.2 Strategi Produksi Iklan.....	9
2.1.3 Analisis SWOT.....	12
2.1.4 Efek Komunikasi.....	14
2.1.5 Media Digital.....	14
2.1.6 Minat Pengiklan.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Pendekatan Penelitian	28
3.3 Metode Penelitian.....	29
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.5 Teknik Pemilihan Informan Penelitian	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6.1 Data Primer	33
3.6.2 Data Sekunder	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1 Pengumpulan Data (<i>Data Collection</i>).....	36
3.7.2 Kodensasi Data (<i>Data Codensation</i>).....	36
3.7.3 Penyajian Data (<i>Display Data</i>)	37
3.7.4 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	37
3.8 Teknik Keabsahan Data	38

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek dan Subjek Penelitian	39
4.1.1 Profil Perusahaan Radio Prambors Jakarta	39
4.1.2 Visi dan Misi Radio Prambors	40
4.1.3 Struktur Organisasi Radio Prambors.....	41
4.1.4 Media Digital Radio Prambors.....	42
4.1.5 <i>Top GenZation Festival in Collaboration with Prambors</i>	42
4.1.6 Profil Informan Kunci	43
4.1.7 Profile Informan Pendukung.....	44
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Analisis SWOT	46
4.2.2 Perencanaan Konsep Top GenZation.....	53
4.2.3 Peran Prambors Dalam Top GenZation	57
4.2.4 Proses Produksi Iklan Digital Prambors	60
4.3 Pembahasan.....	66
4.3.1 Analisis SWOT	66
4.3.2 Perencanaan Konsep Iklan	69
4.3.3 Proses Produksi Iklan Digital.....	70
4.3.4 Minat Pengiklan	72
4.4 Keabsahan Data.....	73

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Saran Akademis	76
5.2.2 Saran Praktisi	76
DAFTAR PUSTAKA	78
RIWAYAT HIDUP PENULIS	81
LAMPIRAN	

