

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| ABSTRACT | xv |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---|---|
| 1.1.Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2.Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3.Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4.Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.4.1. Manfaat Akademis..... | 7 |
| 1.4.2. Manfaat Teoritis..... | 7 |
| 1.4.3. Manfaat Praktis..... | 7 |
| 1.5. Kerangka Teori dan Pemikiran | 7 |
| 1.5.1. Analisis Resepsi..... | 7 |

| | |
|--|----|
| 1.5.2. Audiens Aktif..... | 9 |
| 1.5.3. Model <i>Encoding - Decoding</i> | 10 |
| 1.5.4. Komunikasi Pemasaran..... | 14 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Analisis Resepsi..... | 16 |
| 2.2. Audiens..... | 18 |
| 2.2.1 Audiens Aktif. | 19 |
| 2.3. Periklanan. | 22 |
| 2.3.1 Efektifitas Iklan Audiovisual..... | 25 |
| 2.3.2 Iklan Sebagai Pesan. | 27 |
| 2.4 Perilaku Konsumtif Masyarakat Zaman Sekarang..... | 27 |
| 2.5 Penelitian Terdahulu..... | 33 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1. Jenis Penelitian..... | 36 |
| 3.2. Sumber Data..... | 36 |
| 3.2.1. Data Primer..... | 36 |
| 3.2.2. Data Sekunder | 37 |
| 3.3. Teknik Pengumpulan Data | 37 |
| 3.3.1 Wawancara Mendalam..... | 37 |
| 3.4 Teknik Analisis Data..... | 39 |
| 3.5. Uji Keabsahan Data..... | 41 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1. Deskripsi Grab | 43 |
| 4.1.1 Cakupan Layanan Grab..... | 47 |
| 4.2. Deskripsi iklan Audiovisual Grab #KemenanganItuDekat..... | 49 |

| | |
|---|----|
| 4.2.1. Versi Asian Games..... | 51 |
| 4.2.2 Versi Grab Express..... | 52 |
| 4.2.3. Versi Grab Rewards..... | 53 |
| 4.2.4 Versi Grab Bike..... | 55 |
| 4.2.5 Versi Grab Car..... | 56 |
| 4.2.6 Versi Ovo..... | 57 |
| 4.2.7 Versi Grab Food..... | 58 |
| 4.3. Preferred reading iklan Grab #KemenanganItuDekat | 59 |
| 4.4. Deskripsi Informan..... | 60 |
| 4.4.1 Informan I..... | 60 |
| 4.4.2 Informan 2..... | 61 |
| 4.4.3 Informan 3..... | 62 |
| 4.4.4 Informan 4..... | 64 |
| 4.4.5 Informan 5..... | 65 |
| 4.5. Interpretasi Audiens Pada Iklan audiovisual Grab #KemenanganItuDekat.... | 66 |
| 4.6. Pembahasan..... | 81 |

BAB V PENUTUP

| | |
|--------------------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan..... | 90 |
| 5.2. Saran..... | 91 |
| 5.2.1 Bagi Grab Indonesia..... | 91 |
| 5.2.2 Bagi Audiens..... | 92 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN