

## 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.....                                    | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                                  | xiv  |
| ABSTRAK .....  | xv   |
| ABSTRACT.....  | xvi  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                              | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                             | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                            | 8    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                          | 8    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                         | 9    |
| 1.5 Kerangka Teori .....                             | 9    |
| 1.5.1 Teori <i>Encoding/Decoding</i> .....           | 9    |
| 1.5.2 Analisis Resepsi .....                         | 14   |
| 1.5.3 Audiens Aktif.....                             | 16   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                         | 20   |
| 2.1 Perkembangan Industri <i>Online Travel</i> ..... | 20   |
| 2.2 Traveloka .....                                  | 22   |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.1.1 Iklan Traveloka Sebagai Pesan .....                       | 24        |
| 2.2.2 Efektivitas Iklan Youtube .....                           | 25        |
| 2.3 Penelitian Terdahulu .....                                  | 27        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                          | <b>30</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                       | 30        |
| 3.2 Sumber Data.....  | 31        |
| 3.2.1 Sumber Data Primer .....                                  | 31        |
| 3.2.2 Sumber Data Sekunder.....                                 | 32        |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data .....                               | 33        |
| 3.3.1 Wawancara Mendalam.....                                   | 33        |
| 3.4 Teknik Analisis Data.....                                   | 34        |
| 3.5 Teknik Keabsahan Data .....                                 | 35        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>             | <b>37</b> |
| 4.1 Deskripsi Iklan Traveloka.....                              | 37        |
| 4.1.1 Tujuan Iklan Traveloka.....                               | 39        |
| 4.1.2 Pesan Iklan Traveloka .....                               | 44        |
| 4.1.3 Daya Tarik Iklan Traveloka .....                          | 45        |
| 4.2 Deskripsi Informan .....                                    | 50        |
| 4.3 Posisi Pembacaan ( <i>Decoding</i> ).....                   | 61        |
| 4.4 Interpretasi Atas Iklan Traveloka.....                      | 66        |
| 4.4.1 Iklan Traveloka Sebagai Promosi Pariwisata Indonesia..... | 66        |
| 4.4.2 Bookingnya Tenang, <i>Traveling</i> -nya Senang.....      | 69        |
| 4.4.3 Strategi Kreatif Iklan.....                               | 72        |
| 4.4.4 Banyaknya Iklan Bertema Pariwisata .....                  | 75        |
| 4.5 Pembahasan.....   | 77        |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| BAB V PENUTUP.....                    | 86 |
| 5.1 Kesimpulan .....                  | 86 |
| 5.2 Saran.....                        | 88 |
| 5.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya ..... | 88 |
| 5.2.2 Bagi Audiens Iklan.....         | 88 |
| 5.2.3 Bagi Para Praktisi Iklan.....   | 89 |

#### DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN 1 : Surat Kesediaan Menjadi Informan

LAMPIRAN 2 : Surat Penelitian

LAMPIRAN 3 : Interview Guide