

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>V</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	2
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>4</b>
2.1 Komunikasi .....	4
2.1.1 Fungsi Komunikasi.....	7
2.1.2 Proses Komunikasi .....	13
2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi.....	14
2.1.4 Efek Komunikasi .....	15
2.1.5 Hambatan Dalam Komunikasi .....	16
<b><u>2.2 Konsep Komunikasi Massa .....</u></b>	<b>18</b>
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa .....	18
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa .....	19
2.2.3 Efek Pesan Komunikasi Massa .....	20
2.2.5 Karakteristik Media Massa.....	23
2.2.6 Jenis Media Massa.....	25
2.3 Komunikasi Pemasaran .....	26
2.3.1 Karakteristik Komunikasi Pemasaran .....	28
2.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	34
2.4 Media Online .....	38

2.4.1 Karakteristik Media Online .....	38
2.4.2 Macam-Macam Media Online.....	40
2.5 Pengertian Eksistensi.....	42
2.6 Aplikasi OVO.....	44
2.7 Pengertian Pembayaran Online .....	45
2.7.1 Macam-Macam Pembayaran Online .....	47
2.8 Gaya Hidup.....	50
2.8.1 Pengertian Gaya Hidup .....	50
2.8.2. Jenis-jenis Gaya Hidup.....	52
2.8.3. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup .....	53
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
3.1 Metode Penelitian.....	55
3.2 Narasumber Penelitian .....	56
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.4 Teknik Analisis Data.....	58
3.7 Lokasi Penelitian .....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
4.1 Profile Brastagi Supermarket .....	62
Visi <i>e-money</i> dalam aplikasi OVO .....	63
4.3 Data Narasumber .....	64
4.4 Hasil Penelitian.....	64
4.5 Pembahasan .....	65
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>69</b>
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>