

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Secara Teoritis.....	5
1.4.2. Secara Akademis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran	6
2.2. Sejarah Iklan.....	7
2.3. Pengertian Iklan.....	10
2.4. Bentuk Iklan	11
2.5. Tujuan Iklan.....	19
2.6. Manfaat Iklan.....	21
2.6. Fungsi Iklan.....	22
2.8 Media Iklan.....	23
2.9 Komunikasi Periklanan	24
2.10 Pengaruh Iklan	25
2.11 Fisik Iklan.....	26
2.12. Dampak Sosial dan Budaya.....	27
2.12.1. Mempersuasi Kecakapan Tertentu	28
2.12.2. Menyampaikan Informasi Yang Benar Dan Tidak Benar.....	28
2.12.3. Menyampaikan Informasi Enak Dan Hambar	29
2.12.4. Mempengaruhi Budaya, Dalam Nilai Dan Gaya Hidup.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1. Metode Penelitian	34
3.2. Lokasi Penelitian	35
3.3. Informan Penelitian	35

3.4. Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1. Wawancara Mendalam	36
3.4.2. Observasi	37
3.4.3. Dokumen	37
3.5. Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Universitas Dharmawangsa.....	39
4.2. Visi dan Misi	41
4.3. Informan Penelitian	41
4.4. Wawancara Mendalam.....	42
4.5. Analisa Wawancara.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1. Kesimpulan.....	57
5.2. Saran	57

