

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	11
E. Penegasan Istilah	13
F. Sistematika Pembahasan	17
BAB II KAJIAN TEORI	18
A. Optimalisasi	18
B. Digital Marketing	24
C. Media Promosi	31
D. Model <i>AISAS</i>	34
E. Penelitian Terdahulu	39

F. KERANGKA BERPIKIR	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Rancangan Penelitian	48
B. Kehadiran Peneliti	49
C. Lokasi Penelitian	50
D. Data dan Sumber data	51
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Teknik Analisis Data	56
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	58
H. Tahap-Tahap Penelitian	60
BAB IV HASIL PENELITIAN	63
A. Deskripsi Obyek Penelitian	63
B. Temuan Penelitian	65
C. Hasil Penelitian	87
BAB V PEMBAHASAN	102
BAB VI PENUTUP	117
A. KESIMPULAN	117
B. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	126