

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	3
I.3 Rumusan Masalah	4
I.4 Batasan Masalah	4
I.5 Tujuan Penelitian	4
I.6 Manfaat Penelitian	5
I.7 Penelitian Terdahulu dan Posisi Penelitian	5
I.8 Metode Penelitian	7
I.9 Kerangka Penelitian	9
I.10 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Periklanan	11
II.1.1 Definisi Periklanan	11
II.1.2 Tujuan Periklanan	11
II.2 Promosi	13
II.2.1 Definisi Promosi	13
II.2.2 Tujuan Promosi	14
II.2.3 Fungsi Promosi.....	15
II.2.4 Bauran Promosi	16
II.3 <i>Copywriting</i>	16

II.3.1 Definisi <i>Copywriting</i>	16
II.3.2 Unsur-Unsur <i>Copywriting</i>	18
II.4 <i>Marketplace</i>	23
II.4.1 Definisi <i>Marketplace</i>	23
II.4.2 Jenis-Jenis <i>Marketplace</i>	23
II.4.3 Kelebihan dan Kekurangan <i>Marketplace</i>	24
II.5 Iklan Promosi Kategori " Bulan Ramadhan"	26

BAB III OBJEK PENELITIAN

III.1 Identifikasi Objek	28
III.1.1 Situs Belanja Daring Bukalapak	28
III.1.1.1 Fitur pada situs Bukalapak.....	30
III.1.2 Situs Belanja Daring Tokopedia	37
III.1.2.1 Fitur pada situs Bukalapak.....	38
III.1.3 Situs Belanja Daring Shopee	49
III.1.3.1 Fitur pada situs.....	51
III.2 Rincian Objek.....	58
III.2.1 Gambaran Iklan Promosi di <i>Event</i> Lain.....	58
III.2.2 Objek Yang Diteliti.....	60

BAB IV KAJIAN *COPYWRITING* IKLAN BUKALAPAK, TOKOPEDIA DAN SHOPEE KATEGORI BULAN RAMADHAN

IV.1 Kajian <i>Copywriting</i> Iklan Bukalapak.....	63
IV.1.1 Tipografi.....	64
IV.1.2 Teks.....	65
IV.2 Kajian <i>Copywriting</i> Iklan Tokopedia.....	70
IV.2.1 Tipografi.....	71
IV.2.2 Teks.....	71
IV.3 Kajian <i>Copywriting</i> Iklan Shopee	77
IV.3.1 Tipografi.....	77

IV.3.1 Teks.....	78
------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan	83
----------------------	----

V.2 Saran	84
-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	85
-----------------------------	-----------