

## DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Lembar pengesahan	
Lembar Pernyataan	
Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iv
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Abstrak.....	x
Abstract.....	xi

### **BAB I PENDAHULUAN**

<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Fokus Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>9</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktisi.....	9
<b>1.5 Tahapan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1.6 Waktu dan Tempat Penelitian.....</b>	<b>11</b>
1.6.1 Waktu Penelitian.....	11
1.6.2 Tempat Penelitian.....	11

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 Tinjauan Teori.....</b>	<b>20</b>
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	20
2.2.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi.....	20
2.2.1.2 Ruang Lingkup Strategi Komunikasi.....	21
2.2.2 Media Baru.....	22
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	25

2.2.3.3 Pengembangan Komunikasi Pemasaran Efektif.....	26
2.2.4 <i>Advertising</i> .....	29
2.2.4.1 Menyusun Tujuan Periklanan.....	30
2.2.4.2 Efektivitas Periklanan.....	31
2.2.4.3 Iklan Televisi.....	32
2.2.4.4 Online Marketing.....	35
2.2.5 Digitalisasi.....	38
<b>2.3 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>39</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	43
3.4 Definisi Konsep.....	44
3.5 Unit Analisis Data.....	45
3.6 Pengumpulan Data.....	46
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	50
3.8 Teknik Analisis Data.....	51
<b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN</b>	
<b>4.1 Karakteristik Narasumber.....</b>	<b>53</b>
4.1.1 Profil Narasumber.....	56
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>59</b>
4.2.1 Pemahaman Strategi Komunikasi Pemasaran.....	59
4.2.2 Kegiatan Komunikasi Pemasaran Trivago.....	61
4.2.2.1 Kegiatan <i>Tv advertising</i> Trivago.....	62
4.2.2.2 Kegiatan <i>Email Marketing</i> Trivago.....	69
4.2.2.3 Kegiatan <i>Video Marketing</i> Trivago.....	72
4.2.2.4 Kegiatan <i>Social Media</i> Trivago.....	75
4.2.2.5 Kegiatan <i>Partnership Marketing</i> Trivago.....	83
4.2.2.6 Kegiatan SEM Trivago.....	86
<b>4.3 Pembahasan.....</b>	<b>89</b>
4.3.1 Pemahaman Strategi Komunikasi Pemasaran.....	89

4.3.2 Kegiatan Komunikasi Pemasaran Trivago.....	90
4.3.2.1 Kegiatan <i>Tv advertising</i> Trivago.....	91
4.3.2.2 Kegiatan <i>Email Marketing</i> Trivago.....	93
4.3.2.3 Kegiatan <i>Video Marketing</i> Trivago.....	94
4.3.2.4 Kegiatan <i>Social Media</i> Trivago.....	95
4.3.2.5 Kegiatan <i>Partnership</i> Trivago.....	97
4.3.2.6 Kegiatan SEM Trivago.....	98

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

<b>5.1 Simpulan.....</b>	<b>100</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>102</b>
5.2.1 Saran Untuk Trivago.....	102
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>

## **LAMPIRAN**