

## DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar</b> .....	i
<b>Abstrak</b> .....	iii
<i>Abstract</i> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	1
<b>1.2. Latar Belakang</b> .....	2
<b>1.3. Identifikasi Masalah</b> .....	5
<b>1.4. Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.5. Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.6. Manfaat Penelitian</b> .....	6
<b>1.7. Sistematika Penulisan</b> .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	9
<b>2.1. Landasan Teori</b> .....	9
<b>2.1.1. Iklan</b> .....	9
<b>2.1.2. Game</b> .....	10
<b>2.1.3. Advergame</b> .....	13
<b>2.1.4. Metode Kualitatif</b> .....	14
<b>2.1.5. Studi Pustaka</b> .....	16
<b>2.2. Penelitian Terdahulu</b> .....	16
<b>2.2.1. Analisis Pengguna dalam Pembelian Item Virtual pada <i>Game Online</i></b> .....	16
<b>2.2.2. <i>Analysing Mobile Advergaming Effectiveness: the role of flow, game repetition, and brand familiarity</i></b> .....	17
<b>2.2.3. <i>Advergames</i> Sebagai Peluang Media Komunikasi Pemasaran</b> .....	17
<b>2.3. Kerangka Pemikiran</b> .....	19
<b>2.4. Asumsi Penelitian</b> .....	20
<b>2.5. Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	23
<b>3.1. Pendekatan yang digunakan</b> .....	23

<b>3.2. Metode Pengumpulan Data</b> .....	23
<b>3.2.1. Studi Pustaka</b> .....	24
<b>3.2.2. Wawancara</b> .....	25
<b>3.2.3. Observasi</b> .....	26
<b>3.3. Metode Analisis Data</b> .....	28
<b>3.3.1. Analisis Data Visual</b> .....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	29
<b>4.1. Hasil Penelitian</b> .....	29
<b>4.1.1. Hasil Pengumpulan Studi Literatur</b> .....	29
<b>4.1.2. Hasil Observasi</b> .....	30
4.1.3. Hasil Wawancara .....	58
<b>4.2. Pembahasan</b> .....	64
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	70
<b>5.1. Kesimpulan</b> .....	70
<b>5.2. Saran</b> .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	73
Lampiran 1 .....	74