

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Youtube JBL Indonesia	1
1.1.2 Iklan Web Series JBL Indonesia.....	1
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Identifikasi Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Komunikasi dan Model S-R	15
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	16
2.1.3 Iklan.....	17
2.1.4 Iklan Internet.....	19
2.1.5 Web Series.....	21
2.1.6 Respon Khalayak	23

2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Hipotesis	35
BAB III.....	36
METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	36
3.2.1 Variabel Operasional.....	36
3.2.2 Skala Pengukuran.....	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	41
3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sampel	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Jenis Data.....	43
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	44
3.5.1 Uji validitas.....	44
3.5.2 Uji Reliabilitas	46
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.6.1 Analisis Data Deskriptif	48
3.6.2 Uji Normalitas.....	49
3.6.3 Analisis Korelasi.....	50
3.6.4 Koefisien Determinasi.....	51
3.6.5 Uji Regresi Linier Sederhana.....	52
3.6.6 Uji Hipotesis	52
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Analisis Karakteristik Responden	54
4.1.1 Screening Question	54
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56

4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.2	Analisis Tanggapan Responden	57
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan <i>Web Series</i>	58
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Respon Khalayak.....	63
4.3	Uji Normalitas	71
4.4	Analisis Korelasi	73
4.5	Koefisien Determinasi	74
4.6	Uji Regresi Linier Sederhana	74
4.7	Uji Hipotesis.....	75
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.8.1	Pembahasan Variabel Iklan <i>Web Series</i>	76
4.8.2	Pembahasan Variabel Respon Khalayak	77
4.8.3	Pengaruh Iklan <i>Web Series</i> JBL “Yakin Nikah” Terhadap Respon Khalayak	78
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran	80
5.2.1	Saran Akademis	80
5.2.2	Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87