

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Instagram Burger King.....	1
1.1.2 Iklan “Pesanlah dari McDonald’s”	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Rangkuman Teori.....	12
2.1.1 Komunikasi	12
2.1.2 <i>Integrated Marketing Communication</i>	13
2.1.3 Iklan.....	14
2.1.4 Iklan Internet	16
2.1.5 Media Sosial.....	18
2.1.6 Instagram.....	19
2.1.7 Respon Khalayak.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	27
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	27

3.2.2 Skala Pengukuran.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Jenis Data	35
3.4.2 Data Sekunder	35
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.5.1 Uji Validitas	36
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Karakteristik Responden	46
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Analisis Deskriptif Data Penelitian	48
4.2.2 Uji Normalitas	58
4.2.3 Analisis Korelasi	60
4.2.4 Koefisien Determinasi	61
4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana.....	61
4.2.6 Uji Hipotesis.....	63
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	72