

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Objek penelitian	1
1.2. Latar Belakang	10
1.3. Rumusan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	15
1.6. Waktu dan Periode Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori.....	17
2.1.1 Periklanan.....	17
2.1.1.1 Pengertian Iklan	17
2.1.1.2 Tujuan Iklan	17
2.1.1.3 Fungsi Iklan.....	18
2.1.1.4 Media Iklan	19
2.1.2 Efektivitas Iklan	21
2.1.2.1 Riset Dampak Komunikasi	22
2.1.3 <i>EPIC Model</i>	23
2.1.4 Iklan di Media Sosial	27
2.1.4.1 Pengertian Media Sosial.....	27
2.1.4.2 Jenis-jenis Media Sosial.....	28
2.1.4.3 <i>Youtube</i>	29

2.1.4.4 Iklan di <i>Youtube</i>	30
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.3. Kerangka Pemikiran.....	42
2.4. Hipotesis Penelitian	42
2.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Jenis Penelitian.....	44
3.2. Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	44
3.3. Populasi dan Sampel	49
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.6. Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Pengumpulan Data	60
4.2. Karakteristik Responden	60
4.3. Hasil Penelitian	63
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	99