

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