

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.5. Waktu dan Periode Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Rangkuman Teori	7
2.1.1. Komunikasi	7
2.1.2. Komunikasi Pemasaran.....	8
2.1.3. Iklan	9
2.1.4. Media Sosial	11
2.1.5. Sikap Khalyak	13
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Kerangka Pemikiran	22
2.4. Hipotesis Penelitian	22
2.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	25

3.5.1.	Uji Validitas	25
3.5.2.	Uji Reliabilitas.....	26
3.6	Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1.	Karakteristik Responden	31
4.1.1.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.1.2.	Karakteristik Berdasarkan Usia	32
4.1.3.	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	32
4.1.4.	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	33
4.1.5.	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan per Bulan	33
4.1.6.	Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Mengakses Media Sosial	34
4.2.	Hasil Penelitian.....	34
4.2.1.	Analisis Deskriptif	34
4.2.2.	Uji Normalitas	38
4.2.3.	Analisis Korelasi	39
4.2.4.	Koefisien Determinasi	39
4.2.5.	Regresi Linier Sederhana	40
4.2.6.	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	40
4.3.	Pembahasan.....	41
BAB V KESIMPULAN		45
5.1.	Kesimpulan	45
5.2.	Saran	45
5.2.1.	Saran untuk Perusahaan	45
5.2.2.	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	45
DAFTAR PUSTAKA		46
LAMPIRAN		50