

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PERSETUJUAN	2
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	3
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK	6
ABSTRACT	7
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Fokus Penelitian	20
1.3 Identifikasi Masalah	20
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Manfaat Penelitian.....	20
1.5.1 Manfaat Teoritis	20
1.5.2 Manfaat Praktis	21
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
Landasan Teori.....	23
2.1.1 Teori AIDA	23
2.1.2 Marketing Communication	26
2.1.3 Efektivitas Pesan	29
2.1.4 Media Sosial.....	29

2.1.5	Instagram.....	30
2.1.6	Influencer	31
	Penelitian Terdahulu	31
2.2	Kerangka Penelitian	43
2.3	Hipotesis Penelitian.....	44
2.4	Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN		46
3.1	Jenis Penelitian.....	46
3.2	Definisi Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	46
3.3	Populasi dan Sampel.....	48
3.3.1	Populasi	48
3.3.2	Sampel.....	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.5.1	Uji Validitas	49
3.5.2	Uji Realibilitas.....	50
3.6	Teknik Analisis Data	51
BAB IV		53
4.1	Hasil	53
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	53
4.1.2	Deskripsi Variabel Attention.....	53
4.1.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Aspek Interest.....	54
4.1.4	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Aspek Desire	55
4.1.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Aspek Action.....	56
4.2	Pembahasan.....	56
BAB V		61
5.1	Kesimpulan	61

5.2	Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN		65