

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
PERSETUJUAN SIDANG	ii
PENGESAHAN SIDANG	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	3
2.2 Teori dan Konsep	10
2.2.1 Media Baru (<i>New Media</i>)	10
2.2.1.1 Karakteristik Media Baru	10
2.2.1.2 Dampak Media Baru	11
2.2.2 Komunikasi Massa	11
2.2.2.1 Fungsi Komunikasi Massa	12
2.2.2.2 Proses Komunikasi Massa	12
2.2.3 Instagram	13
2.2.3.1 Fitur-Fitur <i>Instagram</i>	13
2.2.4 Komunikasi Pemasaran	14
2.2.4.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	14
2.2.4.2 Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran	15
2.2.5 Promosi	15
2.2.5.1 Tujuan Promosi	15
2.2.5.2 Jenis-Jenis Promosi	15
2.2.6 <i>Influencer</i>	16

2.2.7	<i>Endorsement</i>	17
2.2.8	<i>Brand Awareness</i>	17
2.3	Operasional Variabel	18
2.4	Kerangka Pemikiran Penelitian	20
2.5	Hipotesis	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian	22
3.2	Paradigma Penelitian	22
3.3	Bahan Penelitian	22
3.3.1	Obyek Penelitian	22
3.3.2	Waktu Penelitian	22
3.4	Sumber Data	23
3.4.1	Populasi	23
3.4.2	Sampel	23
3.5	Teknik Pengumpulan data	24
3.5.1	Data Primer	24
3.5.2	Data Sekunder	25
3.6	Validitas dan Reliabilitas	25
3.6.1	Validitas	25
3.6.2	Reliabilitas	28
3.7	Teknik Analisis Data	29

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	Gambaran umum	31
4.1.1	<i>Influencer</i> Angelicca Marthin	31
4.1.2	Implora Kosmetik	31
4.2	Data Hasil Penelitian	32
4.2.1	Identitas Responden	32
4.2.2	Data Penelitian	34
4.2.2.1	Hasil Pernyataan Variabel X (<i>Angelicca Marthin</i> sebagai <i>Influencer</i>)	34
4.2.2.2	Hasil Pernyataan Variabel Y (<i>Brand Awareness</i> pada <i>Followers</i> Produk Kecantikan Implora)	38
4.3	Analisis Data Statistik	42
4.3.1	Analisis Data Deskriptif	42
4.3.2	Hasil Nilai Mean	42
4.3.3	Uji Normalitas Data	43
4.3.4	Uji Koefisien Korelasi	44
4.3.5	Regresi Linear Sederhana	44
4.3.6	Uji Hipotesis	45

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Pembahasan	47
5.1.1 Angelicca Marthin dan Implora Kosmetik	47
5.1.2 Hasil Penelitian Variabel X (Angelicca Marthin sebagai Influencer) dan Variabel Y (<i>Brand Awareness</i> pada followers produk kecantikan Implora)	47

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	49
6.2 Saran	49

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kartu Absensi Bimbingan	54
LAMPIRAN 2 Rancangan Kuesioner	55
LAMPIRAN 3 Hasil Test Validitas Variabel X (Pengaruh Influencer Angelicca Marthin)	58
LAMPIRAN 4 Hasil Test Validitas Variabel Y (Brand Awareness)	59
LAMPIRAN 5 Hasil Validitas Variabel X (Pengaruh Influencer Angelicca Marthin)	60
LAMPIRAN 6 Hasil Validitas Variabel Y (Brand Awareness)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Rumus Pearson Product Moment	25
Gambar 3.2 Rumus Alpha Cronbach	28
Gambar 4.1 Angelicca Marthin	30



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Teori 20



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	3
Tabel 2.2 Operasional Variabel X	18
Tabel 2.3 Operasional Variabel Y	19
Tabel 3.1 Skor Penilaian Skala <i>Likert</i>	24
Tabel 3.2 Test Variabel X	25
Tabel 3.3 Test Variabel Y	27
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi	28
Tabel 3.5 Test Reliabilitas	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	31
Tabel 4.2 Usia Responden	31
Tabel 4.3 Domisili Responden	32
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	32
Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Responden	32
Tabel 4.6 Respon responden pada pernyataan no.1	33
Tabel 4.7 Respon responden pada pernyataan no.2	33
Tabel 4.8 Respon responden pada pernyataan no.3	34
Tabel 4.9 Respon responden pada pernyataan no.4	34
Tabel 4.10 Respon responden pada pernyataan no.5	35
Tabel 4.11 Respon responden pada pernyataan no.6	35
Tabel 4.12 Respon responden pada pernyataan no.7	36
Tabel 4.13 Respon responden pada pernyataan no.8	36
Tabel 4.14 Respon responden pada pernyataan no.9	37
Tabel 4.15 Respon responden pada pernyataan no.10	37
Tabel 4.16 Respon responden pada pernyataan no.11	38
Tabel 4.17 Respon responden pada pernyataan no.12	38
Tabel 4.18 Respon responden pada pernyataan no.13	38
Tabel 4.19 Respon responden pada pernyataan no.14	39
Tabel 4.20 Respon responden pada pernyataan no.15	39
Tabel 4.21 Respon responden pada pernyataan no.16	40
Tabel 4.22 Respon responden pada pernyataan no.17	40
Tabel 4.23 Rentang Persentase	41
Tabel 4.24 Nilai Mean Variabel X	41
Tabel 4.25 Nilai Mean Variabel Y	42
Tabel 4.26 Uji Normalitas Data	42
Tabel 4.27 Uji Koefisien Korelasi	43
Tabel 4.28 Uji Regresi Linear Sederhana	44
Tabel 4.29 Uji Hipotesis	54