

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>ABSTRAK</b> .....	xv
<b>ABSTRACT</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Kerangka Teori.....	11
1.5.1 New Media .....	11
1.5.2 Media Sosial Instagram .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	16
2.1 Periklanan.....	16
2.1.1 Pengertian Periklanan.....	16
2.1.2 Fungsi Iklan .....	17

2.1.3 Tujuan Iklan .....	20
2.1.4 Sasaran Periklanan .....	21
2.2 Penggunaan Endorser dalam Iklan .....	21
2.3 Selebriti Endorser .....	22
2.3.1 Peran Selebriti .....	26
2.3.2 Kriteria Selebriti Endorser .....	27
2.4 Media Sosial .....	29
2.5 Instagram .....	31
2.6 Penelitian Sebelumnya .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Obyek Penelitian .....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.3.1 Studi Pustaka .....	36
3.3.2 Wawancara .....	36
3.3.3 Observasi .....	36
3.4 Sumber Data dan Jenis Data .....	37
3.4.1 Data Primer .....	37
3.4.2 Data Sekunder .....	37
3.5 Uji Validitas .....	38
3.6 Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1 Naavagreen Dari Masa Ke Masa .....	41
4.1.1 Natural Skin Care .....	45
4.1.2 Deskripsi Selebriti Endorser Ayu Ting-Ting .....	47

4.1.3 Deskripsi Iklan Naavagreen Yang Menggunakan Ayu Ting-Ting Sebagai Endorser .....	55
4.2 Pembahasan .....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	79

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**