

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Kerangka Teori	9
1.5.1 Teori Integrasi Informasi.....	10
1.5.2 Terpaan Media.....	13
1.5.3 Konsep Sikap	14

1.6 Hipotesis	16
---------------------	----

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. <i>New Media</i>	17
2.2. Konsep Kampanye	18
2.2.1 Definisi Kampanye.....	18
2.2.2 Tujuan Kampanye	19
2.2.3 Jenis-jenis Kampanye.....	21
2.2.4 Tahapan Pelaksanaan Kampanye	22
2.2.5 Model Kampanye	23
2.2.6 Dimensi Kampanye	25
2.3. Instagram.....	32
2.4. Sikap.....	33
2.5.1 Definisi Sikap.....	33
2.5.2 Ciri-ciri Sikap.....	34
2.5.3 Faktor-faktor Pembentuk Sikap	35
2.5.4 Komponen Sikap	36
2.6. Penelitian Terdahulu	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	41
3.2. Objek Penelitian	42
3.3. Populasi dan Sampel	42
3.3.1. Populasi	42
3.3.2. Sampel.....	43
3.4. Sumber Data	44
3.4.1. Data Primer	44
3.4.2. Data Sekunder.....	45
3.5. Variabel Penelitian	46
3.6. Definisi Operasional	46

3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
3.7.1. Uji Validitas.....	49
3.7.2. Uji Reliabilitas	52
3.8. Teknik Analisis Data.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	56
4.1.1. Akun Instagram @femaledailynetwork.....	56
4.1.2. #YourBeautyRules	58
4.2. Karakteristik Responden	59
1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	60
4.3. Deskripsi Variabel	61
4.3.1. Pesan Kampanye #YourBeautyRules (X)	62
4.3.1.1. <i>Courtesy</i>	62
4.3.1.2. <i>Concreteness</i>	68
4.3.1.3. <i>Completeness</i>	71
4.3.1.4. <i>Correctness</i>	76
4.3.1.5. <i>Conciseness</i>	80
4.3.1.6. <i>Clarity</i>	83
4.3.1.7. <i>Consideration</i>	86
4.3.2. Sikap <i>Followers</i> (Y)	91
4.3.2.1. Kognitif	91
4.3.2.2. Afektif	97
4.3.2.3. Konatif	103
4.4. Analisis Data	114
4.4.1. Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	114
4.4.2. Analisis Regresi Linier Sederhana	116
4.4.3. Uji Hipotesis	118
4.5. Pembahasan	119

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	126
5.2. Saran	127

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel	48
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Pesan <i>Campaign</i> #YourBeautyRules.....	52
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sikap <i>Followers</i>	53
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Instagram..	61
Tabel 4.3 Ketepatan penggunaan media sosial Instagram	64
Tabel 4.4 Foto dan video dalam pesan kampanye #YourBeautyRules	66
Tabel 4.5 Interaksi pesan dengan <i>follower</i>	68
Tabel 4.6 Kesesuaian tema kampanye #YourBeautyRules.....	70
Tabel 4.7 Kesesuaian pesan dengan visi Female Daily	71
Tabel 4.8 Kelengkapan pesan dalam ajakan menghargai perbedaan.....	73
Tabel 4.9 <i>Beauty Influencer</i> dalam kampanye #YourBeautyRules	75
Tabel 4.10 Kebenaran cerita pengalaman dalam pesan kampanye	78
Tabel 4.11 Kejelasan sumber berupa gambar, video dalam kampanye	79
Tabel 4.12 Kejelasan informasi dalam pesan kampanye	81
Tabel 4.13 Kesederhanaan pesan kampanye #YourBeautyRules	82
Tabel 4.14 Kemudahan pesan #YourBeautyRules untuk dipahami	84
Tabel 4.15 Kemudahan pesan untuk diterapkan sehari-hari	85
Tabel 4.16 Kesesuaian pesan dengan masalah standar kecantikan	87
Tabel 4.17 Kesesuaian pesan dengan kondisi sekitar	88
Tabel 4.18 Kategorisasi Variabel Pesan Kampanye #YourBeautyRules	91
Tabel 4.19 <i>Followers</i> mengetahui tujuan kampanye	92
Tabel 4.20 <i>Followers</i> mengerti arti <i>Beauty Rules</i>	93
Tabel 4.21 Kampanye mengajak untuk tidak menghakimi seseorang.....	95
Tabel 4.22 Kampanye mengajak untuk cinta diri dan percaya diri	97
Tabel 4.23 <i>Followers</i> menyukai tujuan kampanye #YourBeautyRules	99

Tabel 4.24 <i>Followers relate</i> (terhubung) dengan isu yang diangkat	100
Tabel 4.25 <i>Followers</i> senang melihat cerita “ <i>Beauty Rules</i> ”	101
Tabel 4.26 <i>Followers</i> termotivasi dengan unggahan kampanye	103
Tabel 4.27 <i>Followers</i> memberikan “ <i>like</i> ” pada setiap unggahan	104
Tabel 4.28 <i>Followers</i> memberi komentar pada unggahan kampanye	106
Tabel 4.29 <i>Followers</i> menggunakan tagar #YourBeautyRules.....	108
Tabel 4.30 <i>Followers</i> mengunggah foto/video pada profil Instagram.....	109
Tabel 4.31 Kategorisasi Variabel Sikap <i>Followers</i>	113
Tabel 4.32 Korelasi Product Moment.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Caption</i> salah satu <i>Follower</i> dalam Campaign.....	6
Gambar 2.1 Model Umpan Balik.....	25
Gambar 4.1 Lizzie Parra ikut menyuarakan kampanye #YourBeautyRules.....	77
Gambar 4.2 @buzzfeednews sebagai sumber berita pada <i>caption</i>	80
Gambar 4.3 Contoh cerita pengalaman pada kolom komentar	107
Gambar 4.4 Akun @azaliardn mengunggah foto tentang kampanye #YourBeautyRules.....	111