

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.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Kerangka Teori.....	10
1.5.1 <i>Selective Exposure Theory</i>	10
1.6 Hipotesis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Terpaan Media.....	14
2.2 Kampanye.....	16
2.2.1 Jenis-Jenis Kampanye.....	17
2.3 <i>Social Media Campaign</i>	18
2.4 Media Sosial.....	22

2.4.1	Fungsi Media Sosial.....	23
2.4.2	Karakteristik Media Sosial.....	24
2.5	Instagram.....	25
2.5.1	Pengertian dan Sejarah Instagram.....	25
2.5.2	Fitur-Fitur Instagram.....	28
2.6	<i>Brand</i>	29
2.6.1	<i>Brand Element</i>	31
2.6.2	Merek versus Produk.....	32
2.7	<i>Brand Awareness</i>	33
2.8	Penelitian Terdahulu.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Jenis Penelitian.....	43
3.2	Objek Penelitian.....	43
3.3	Subjek Penelitian.....	44
3.4	Variabel Penelitian.....	44
3.4.1	Variabel Bebas.....	44
3.4.2	Variabel Terikat.....	44
3.5	Definisi Konseptual.....	45
3.5.1	Terpaan <i>Social Media Campaign</i>	45
3.5.2	<i>Brand Awareness</i>	46
3.6	Definisi Operasional.....	47
3.7	Sumber Data.....	51
3.7.1	Data Primer.....	51
3.7.2	Data Sekunder.....	51
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.9	Populasi dan Sampel.....	53
3.9.1	Populasi.....	53
3.9.2	Sampel.....	54
3.10	Teknik Pengambilan Sampel.....	55
3.11	Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	56
3.11.1	Uji Validitas.....	56

3.11.2	Uji Reliabilitas	58
3.12	Teknik Analisis Data	60
3.12.1	Korelasi <i>Product Moment</i>	60
3.12.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	62
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Deskripsi Umum Penelitian.....	63
4.2	Deskripsi Objek Penelitian	63
4.2.1	Profil Kleveru.....	63
4.2.2	Kampanye Kleveru.....	66
4.3	Identifikasi Responden	68
4.3.1	Gambaran Responden	68
4.4	Hasil Analisis dan Deskripsi Variabel.....	71
4.4.1	Deskripsi Variabel X: Terpaan <i>Social Media Campaign</i>	71
4.4.2	Hasil Analisis Variabel X: Terpaan <i>Social Media Campaign</i>	76
4.4.3	Deskripsi Variabel Y: <i>Brand Awareness</i>	78
4.4.4	Hasil Analisis Variabel Y: <i>Brand Awareness</i>	81
4.5	Analisis Data	83
4.5.1	Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	83
4.5.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	84
4.6	Pembahasan	87
BAB V	PENUTUP.....	95
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Saran	96
DAFTAR	PUSTAKA	98
LAMPIRAN	103

