

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Manfaat Penelitian	13
1.4 Kerangka Teori.....	15
1.4.1 Teori Integrasi Informasi (<i>Integration Information Theory</i>)	15
1.4.2 Konsep Pesan Persuasif.....	19
1.4.3 Konsep Pemrosesan Pesan	22
1.4.4 Konsep Persepsi	25
1.4.5 Konsep Efek Penerimaan Pesan.....	27
1.5 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	32
2.1 Komunikasi Persuasif.....	32
2.2 Pengaruh.....	35
2.3 Kampanye <i>Public Relations</i> (PR)	36

2.4 Pemrosesan Pesan Kampanye	39
2.5 Media Sosial.....	42
2.6 Media Sosial Instagram.....	45
2.7 Efek Penerimaan Pesan	47
2.8 Pengikut (<i>follower</i>) Instagram	51
2.9 Teori Integrasi Informasi.....	52
2.10 Penelitian Terdahulu	53
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Jenis Penelitian.....	56
3.2 Definisi Konseptual.....	57
3.3 Definisi Operasional.....	58
3.3.1 Variabel Bebas (Independen)	59
3.3.2 Variabel Terikat (Dependen).....	61
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	61
3.4.1 Lokasi Penelitian	61
3.4.2 Waktu Penelitian	62
3.4.3 Populasi Penelitian	62
3.4.4 Sampel Penelitian.....	63
3.5 Sumber Data.....	67
3.5.1 Data Primer	67
3.5.2 Data Sekunder	68
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.7 Uji Coba Instrumen Penelitian	74
3.7.1 Uji Validitas	75
3.7.2 Uji Reliabilitas	79
3.8 Teknik Analisis Data.....	80
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	80
3.8.2 Analisis Korelasi <i>Product Moment Pearson</i>	81
3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	83

3.8.4 Uji Hipotesis Penelitian (Uji T)	83
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi	84
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	86
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	86
4.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	91
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	93
4.3 Analisis Data Penelitian	96
4.3.1 Statistik Deskriptif	96
4.3.1.1 Distribusi Variabel Pesan Kampanye(X1).....	96
4.3.1.2 Distribusi Variabel Perubahan Sikap (Y).....	134
4.3.2 Analisis Korelasi <i>Product Moment Pearson</i>	150
4.3.3 Analisis Uji Regresi Linear Sederhana	151
4.3.4. Uji Hipotesis Penelitian (Uji T)	153
4.3.5 Uji Koefisien Determinasi	154
4.4 Pembahasan.....	155
BAB V PENUTUP.....	162
1.1 Kesimpulan	162
1.2 Saran.....	164