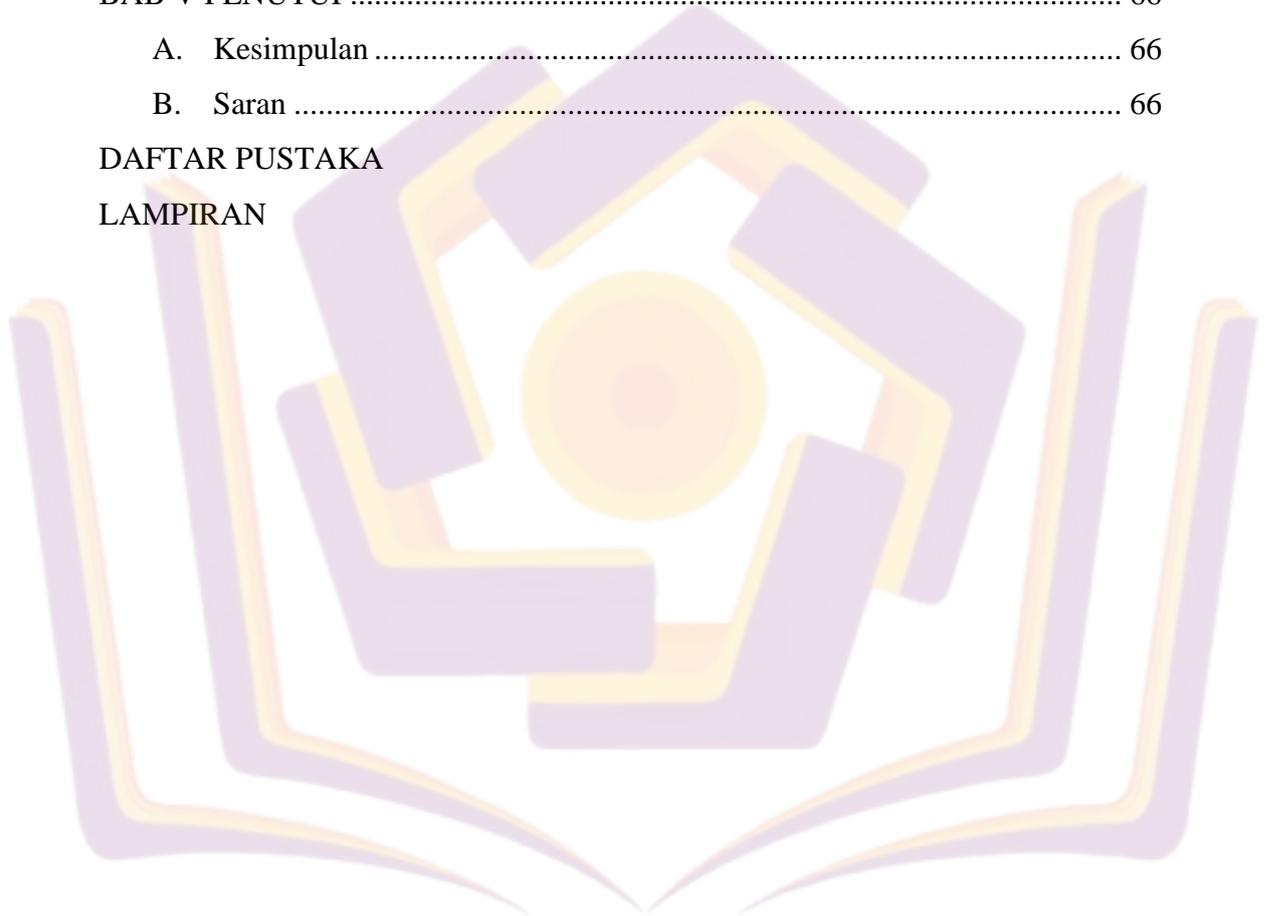


DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Batasan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Penelitian Sebelumnya.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
B. Metode Pengumpulan Data.....	30
C. Alat dan Bahan Penelitian.....	32
D. Konsep Penelitian	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41

A. Hasil Identifikasi Masalah	41
B. Hasil Penentuan Populasi dan Sampel	42
C. Hasil Pengumpulan Data.....	42
D. Hasil Pengolahan Data	48
E. Hasil Penerapan Metode	51
F. Hasil Dan Kesimpulan	65
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

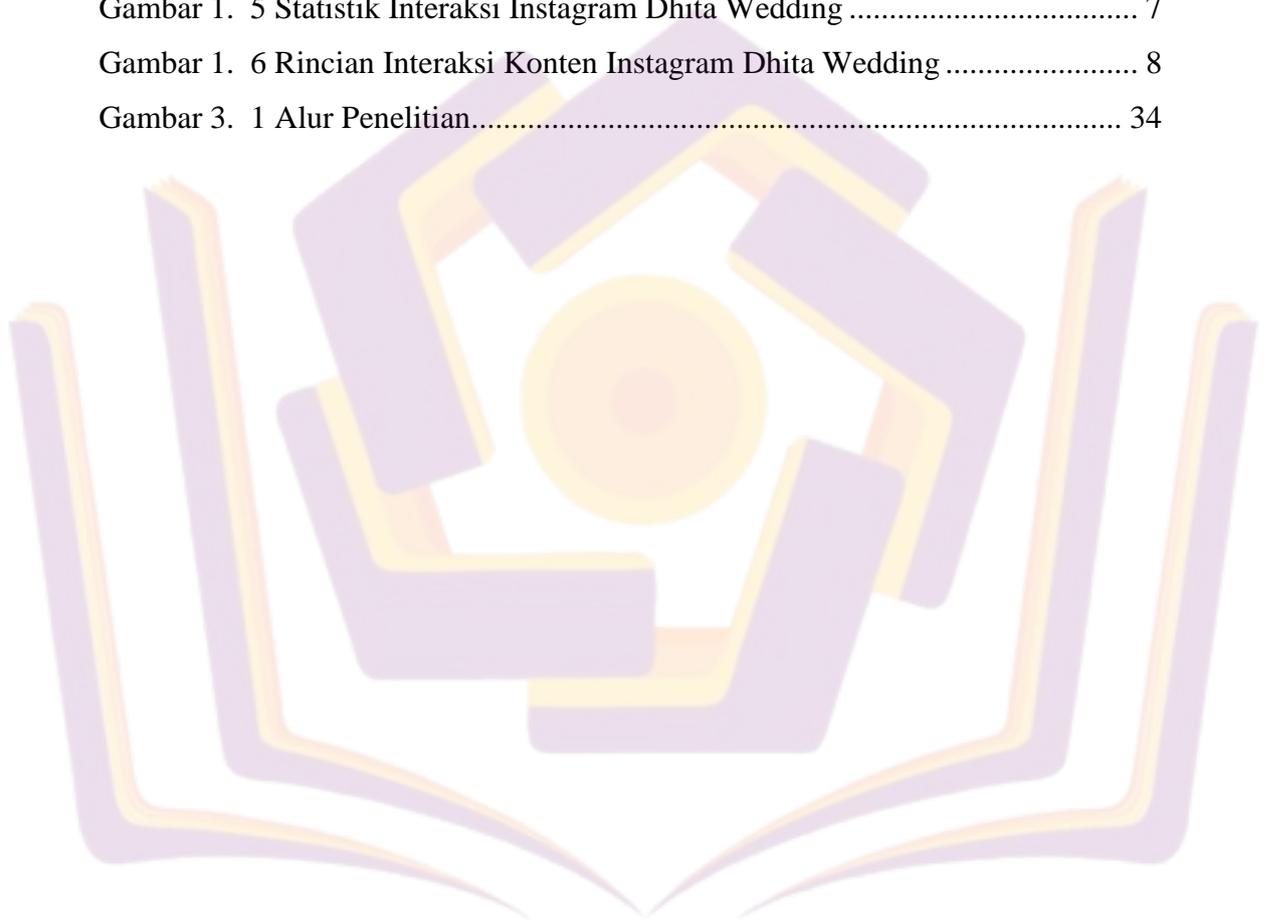


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Media sosial dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia	3
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	29
Tabel 4. 1 Instrumen Penelitian EPIC Model	43
Tabel 4. 2 Instrumen Penelitian Direct Rating Method	45
Tabel 4. 3 Skala Likert	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 6 Frekuensi Melihat Promosi	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Instrumen	49
Tabel 4. 8 Reliabilty Statistics	50
Tabel 4. 9 Kriteria Keputusan EPIC Rate dan Direct Rating Method	51
Tabel 4. 10 Perhitungan Empathy	52
Tabel 4. 11 Perhitungan Persuasion	54
Tabel 4. 12 Perhitungan Impact	55
Tabel 4. 13 Perhitungan Communication.....	56
Tabel 4. 14 Nilai G Direct Rating Method.....	59
Tabel 4. 15 Perhitungan Attention	59
Tabel 4. 16 Perhitungan Readthroughness.....	60
Tabel 4. 17 Perhitungan Cognitive.....	62
Tabel 4. 18 Perhitungan Affection	63
Tabel 4. 19 Perhitungan Behavior.....	64
Tabel 4. 20 Perhitungan Total Skor	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data We Are Social.....	2
Gambar 1. 2 Akun Instagram Dhita Wedding	4
Gambar 1. 3 Statistik Jangkauan dan Jenis Konten Instagram Dhita Wedding.....	5
Gambar 1. 4 Statistik Top Content dan Aktivitas Profil Instagram	6
Gambar 1. 5 Statistik Interaksi Instagram Dhita Wedding	7
Gambar 1. 6 Rincian Interaksi Konten Instagram Dhita Wedding	8
Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Permohonan Izin Penelitian Skripsi
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1
- Lampiran 3. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2
- Lampiran 4. Blangko Kuesioner
- Lampiran 5. Hasil Kuesioner
- Lampiran 6. Dokumentasi Penyebaran *Link* Kuesioner
- Lampiran 7. Foto Wawancara
- Lampiran 8. Tabel R Product Moment

