

DAFTAR ISI

Abstrak	i
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Kebaruan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Kerangka Teori	9
2.1.1. Teknik Penyajian <i>Native Advertising</i>	10
2.1.2. Kesadaran Lingkungan <i>Followers</i>	14
2.1.3. Integasi Teori AISAS dan <i>Environmental Awareness</i>	18
2.2. Kerangka Konsep	21
2.2.1. Hipotesis Penelitian.....	22
2.2.2. Operasionalisasi variabel	22
BAB III METODOLOGI	26
3.1. Metodologi Penelitian	26
3.1.1. Paradigma dan Jenis Penelitian	26
3.1.2. Metode penelitian.....	27
3.1.3. Sampel Penelitian.....	28
3.1.4. Teknik Pengumpulan Data	32
3.1.5. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	34
3.1.6. Limitasi Penelitian	38
BAB IV TOPIK TEMUAN	40
4.1. Gambaran Umum Penelitian	40
4.1.1. <i>Followers</i> Instagram CarbonEthics.....	40
4.1.2. Karakteristik Responden	41
4.2. Hasil Analisis Data.....	45
4.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Teknik Penyajian Iklan.....	45
4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Lingkungan.....	48
4.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.2.3. Struktural Inner Model.....	61
4.2.4. Uji Hipotesis Pengaruh Teknik Penyajian Iklan <i>Native Advertising</i> terhadap Kesadaran Lingkungan <i>Followers</i>	65
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Teknik Penyajian Iklan <i>Native Advertising</i> terhadap Kesadaran Lingkungan <i>Followers</i>	67
BAB V PENUTUP	74
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Saran.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Definisi Operasional Penelitian	23
Tabel 4. 1. Status Akun Instagram Responden.....	41
Tabel 4. 2. Tingkat Aktivitas Penggunaan Instagram Responden	42
Tabel 4. 3. Karakteristik Lokasi Geografis Responden	44
Tabel 4. 4. Outer Loadings.....	58
Tabel 4. 5. Cronbach Alpha, Composite Reliability dan AVE	60
Tabel 4. 6. Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4. 7. Effect Size	64
Tabel 4. 8. Uji Hipotesis pengaruh teknik penyajian iklan native advertising terhadap kesadaran lingkungan followers.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. <i>Five Levels of Awareness</i>	15
Gambar 2. 2. <i>Dimensions of Environmental Awareness</i>	16
Gambar 2. 3. Model Penelitian	21
Gambar 4. 1. Tanggapan Terhadap Teknik Penyajian Iklan 1.....	46
Gambar 4. 2. Tanggapan Terhadap Teknik Penyajian Iklan 2.....	47
Gambar 4. 3. Tanggapan Terhadap Teknik Penyajian Iklan 3.....	48
Gambar 4. 4. Tanggapan Terhadap Kesadaran Lingkungan 1	49
Gambar 4. 5. Tanggapan Terhadap Kesadaran Lingkungan 2.....	50
Gambar 4. 6. Tanggapan Terhadap Kesadaran Lingkungan 3.....	51
Gambar 4. 7. Tanggapan Terhadap Kesadaran Lingkungan 4.....	52
Gambar 4. 8. Tanggapan Terhadap Kesadaran Lingkungan 5.....	53
Gambar 4. 9. Tanggapan Terhadap Kesadaran Lingkungan 6.....	54
Gambar 4. 10. Tanggapan Terhadap Kesadaran Lingkungan 7.....	55
Gambar 4. 11. Tanggapan Terhadap Kesadaran Lingkungan 8.....	56
Gambar 4. 12. Tanggapan Terhadap Kesadaran Lingkungan 9.....	57
Gambar 4. 13. Model Structural Diagram.....	62