

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
INTISARI .....	x
ABSTRACT .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.6 Lingkup Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Iklan .....	12
2.1.2 Media iklan .....	13
2.1.3 Eksekusi pesan iklan .....	15
2.1.4 Tokoh pendukung iklan ( <i>endorser</i> ) .....	16
2.1.5 Selebritas .....	17
2.1.6 Ahli ( <i>expert</i> ) .....	18
2.1.7 <i>Vlogger</i> kecantikan .....	19
2.1.8 Efektivitas tokoh pendukung iklan .....	21
2.1.9 Sikap .....	22
2.1.10 Sikap terhadap iklan .....	24
2.1.11 Sikap terhadap produk .....	25

2.2	Pengembangan Hipotesis .....	26
2.3	Model Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
3.1	Desain Penelitian .....	31
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	31
3.2.1	Prosedur eksperimen .....	31
3.2.2	Pengembangan perlakuan .....	32
3.2.3	Pra uji .....	33
3.2.4	Penetapan partisipan dalam eksperimen .....	34
3.2.5	Cek manipulasi .....	35
3.3	Instrumen Penelitian .....	35
3.3.1	Validitas instrumen .....	35
3.3.2	Definisi operasional dan pengukuran variabel .....	36
3.4	Metode Analisis Data .....	39
3.4.1	Pengujian validitas instrumen .....	39
3.4.2	Pengujian reliabilitas .....	40
3.4.3	Metode pengujian hipotesis .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>42</b>
4.1	Pra Uji .....	42
4.1.1	Pra uji penentuan produk riasan .....	42
4.1.2	Pra uji penentuan tokoh pendukung iklan .....	42
4.2	Cek Manipulasi .....	43
4.3	Karakteristik Partisipan .....	46
4.4	Uji Homogenitas Data .....	47
4.5	Uji Validitas .....	49
4.6	Uji Reliabilitas .....	49
4.7	Pengujian Hipotesis .....	51
4.7.1	Pengujian hipotesis 1: Terdapat perbedaan daya tarik antara selebritas dan <i>vlogger</i> kecantikan dalam iklan produk riasan .....	52
4.7.2	Pengujian hipotesis 2: Terdapat perbedaan tingkat keyakinan	

antara selebritas dan <i>vlogger</i> kecantikan dalam iklan produk riasan .....	54
4.7.3 Pengujian hipotesis 3: Terdapat perbedaan keahlian antara selebritas dan <i>vlogger</i> kecantikan dalam iklan produk riasan .....	56
4.7.4 Pengujian hipotesis 4: Terdapat perbedaan sikap terhadap iklan antara selebritas dan <i>vlogger</i> kecantikan dalam iklan produk riasan .....	58
4.7.5 Pengujian hipotesis 5: Terdapat perbedaan sikap terhadap produk antara selebritas dan <i>vlogger</i> kecantikan dalam iklan produk riasan .....	60
4.8 Pembahasan .....	63
<b>BAB V SIMPULAN</b> .....	70
5.1 Simpulan .....	70
5.2 Implikasi .....	71
5.3 Keterbatasan .....	73
5.4 Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keuntungan dan Keterbatasan Media Periklanan .....	14
Tabel 4.1 Hasil Pra Uji Penentuan Produk Riasan .....	42
Tabel 4.2 Hasil Pra Uji Penentuan Tokoh Pendukung Iklan .....	43
Tabel 4.3 Hasil <i>Independent Sample t Test</i> Cek Manipulasi .....	46
Tabel 4.4 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4.5 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Pendidikan .....	47
Tabel 4.6 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Pengalaman .....	47
Tabel 4.7 Uji Homogenitas Perlakuan Iklan .....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Homogeneity of Variance</i> Hipotesis 1 .....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>One Way ANOVA</i> 1 .....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Homogeneity of Variance</i> Hipotesis 2 .....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>One Way ANOVA</i> 2 .....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Homogeneity of Variance</i> Hipotesis 3 .....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>One Way ANOVA</i> 3 .....	57
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Homogeneity of Variance</i> Hipotesis 4 .....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>One Way ANOVA</i> 4 .....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Homogeneity of Variance</i> Hipotesis 5 .....	61
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>One Way ANOVA</i> 5 .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia .....	3
Gambar 1.2 Jenis Konten Internet yang Diakses .....	4
Gambar 1.3 Konten Komersial dan Media Sosial yang Sering Dikunjungi ...	4
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	30

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Uji .....	79
Lampiran 2 Laman Media Sosial Instagram .....	85
Lampiran 3 Cek Manipulasi .....	87
Lampiran 4 Kuesioner Eksperimen .....	90
Lampiran 5 Hasil Pra Uji .....	94
Lampiran 6 Tabulasi Cek Manipulasi .....	95
Lampiran 7 Hasil <i>Independent Sample t Test</i> Cek Manipulasi .....	97
Lampiran 8 Data Karakteristik Partisipan Eksperimen .....	98
Lampiran 9 Hasil Frekuensi Karakteristik Partisipan .....	100
Lampiran 10 Hasil Homogenitas Karakteristik Partisipan .....	101
Lampiran 11 Tabulasi Eksperimen .....	103
Lampiran 12 Hasil Reliabilitas .....	105
Lampiran 13 Hasil <i>One Way ANOVA</i> .....	109