

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL & GAMBAR	xi
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Pemikiran	5
1. Instagram sebagai sarana promosi	5
2. <i>Celebrity Endorsement</i>	7
F. Kerangka Konsep	11
G. Metodologi Penelitian	15
1. Jenis Penelitian	12
2. Obyek Penelitian	13
3. Data dan Sumber Data	12
4. Teknik Analisis Data	14
5. Validitas Data	15

BAB II: <i>ENDORSEMENT</i> DI DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM	
A. Media Baru Saat Ini	16
1. Pengertian Media Baru	19
2. Kelebihan dan Manfaat Media Baru	23
B. Perkembangan Media Sosial	24
1. Pengertian Media Sosial	24
C. Teori Komunikasi Pemasaran	26
D. <i>Celebrity Endorsement</i>	27
1. Pengertian <i>Celebrity Endorsement</i>	27
2. Atribut <i>Celebrity Endorsement</i>	30
3. <i>Investment Returns on Celebrity Endorsement</i>	39
4. Stereotip <i>Celebrity Endorser</i>	40
5. Implementasi dari <i>Endorsement</i>	41
6. Manfaat <i>Celebrity Endorsement</i>	46
7. Resiko <i>Celebrity Endorsement</i>	49
BAB III: THE STEDDY STORE	52
A. Profil Perusahaan	52
B. Logo The Steddy Store	55
C. Visi dan Misi	57
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	58
A. Latar Belakang Pemilihan Instagram Influencer sebagai Endorser	58
B. Proses dan Mekanisme Pemilihan Endorser	61
C. Kendala dalam Menentukan Endorser	72
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan Penelitian	74

B. Saran Penelitian

75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

### A. DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo TheSteddy	55
Gambar 3.2 Logo TheSteddy yang ditampilkan di <i>website</i>	55
Gambar 3.3 Tampilan <i>Home Website</i> The Steddy Store	56

### B. DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1 Tahapan penting dalam proses pemilihan <i>endorser</i> oleh The Steddy	70
2. Tabel 4.2 Kendala Dalam Menentukan Endorser	72