

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar 1.2 Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Usia	2
Gambar 1.2 Media Sosial Paling Aktif	3
Gambar 1.3 Poster “Samsung: Move On Trip!”	4
Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran	8
Gambar 2.2 Model Respon Hierarki	22
Gambar 2.3 Model AIDMA Dan AISAS	23
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 3.1 Skala Semantic Differential	38
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 4.2 Konten Video Samsung Indonesia	53
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia	53
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Durasi	53
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Dimensi Video	60
Gambar 4.6 Garis Kontinum Dimensi Audio	64
Gambar 4.7 Garis Kontinum Iklan (X)	65