

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	1
1.1.3 Iklan Web series Eiger Advanture: Jejak Rasa .....	2
1.1    Latar Belakang.....	3
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian .....	8
1.4.1 Kegunaan Praktis .....	8
1.4.2 Kegunaan Akademis .....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	9
BAB 2 .....	10
2.1 Rangkuman Teori.....	10
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.2 Iklan .....	12
2.1.3 Media Iklan .....	14
2.1.4 Web series.....	16
2.1.5 Respon Khalayak .....	19
2.1.6 Hierarchy of Effect Model .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hipotesis .....	31
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	32
BAB 3 .....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2    Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	33

3.2.1 Operasional Variabel.....	33
3.2.2 Skala Pengukuran.....	36
3.3 Populasi dan Sampel .....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	39
3.5.1 Uji Validitas .....	39
3.5.2 Uji Reabilitas .....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	43
3.6.2 Uji Normalitas.....	44
3.6.3 Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i> .....	45
3.6.4 Uji Hipotesis .....	46
3.6.5 Uji Regresi Linier Sederhana.....	47
3.6.6 Koefisien Determinasi.....	47
BAB 4 .....	48
4.1 Karakteristik Responden.....	48
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	50
4.4 Korelasi <i>Pearson Product Moment</i> .....	70
4.5 Uji Hipotesis .....	70
4.6 Regresi Linier Sederhana.....	71
4.8.1 Pembahasan Variabel Iklan Web Series .....	73
4.8.2 Pembahasan Variabel Respon Khalayak.....	75
4.8.3 Pengaruh Web Series “Eiger: Jejak Rasa” terhadap Respon Khalayak .....	77
BAB 5 .....	79
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran .....	79
5.2.1 Saran Praktis .....	79
5.2.2 Saran Akademis .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	x