

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Akademik	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan	10

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis	12
2.1.1 Teori Elaboration Likelihood Model (ELM)	12
2.2 Landasan Konsep	15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	15
2.2.2 Citra Merek	16
2.2.3 Media Konvensional dan Media Baru	16
2.2.3.1 Media Konvensional	16
2.2.3.2 Media Baru.....	17
2.2.4 Instagram.....	18
2.2.5 Konten.....	19
2.3 Studi Penelitian Terdahulu.....	20
2.4 Kerangka Pemikiran	24
2.5 Hipotesis Penelitian	25

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	26
3.2 Pendekatan Penelitian	26
3.3 Metode Penelitian	27
3.4 Definisi Operasional	28
3.4.1 Variabel Independen	28
3.4.2 Variabel Dependen	28
3.4.3 Pengukuran Variabel	32
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.5.1 Lokasi Penelitian	33
3.5.2 Waktu Penelitian	33
3.6 Teknik Penarikan Sampel	33
3.6.1 Populasi Penelitian	33
3.6.2 Jumlah Sampel	34
3.6.3 Sampel Penelitian	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7.1 Sumber Data	35
3.7.2 Metode Pengumpulan Data	35
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.8.1 Uji Validitas	36
3.8.2 Uji Reliabilitas	37
3.9 Mean Score dan Overall Mean Score	38
3.10 Teknik Analisis Data	38
3.10.1 Hipotesis Statistik	38
3.10.2 Uji Normalitas	38
3.10.3 Uji Koefisien Korelasi	39
3.10.4 Koefisien Determinasi	39
3.10.5 Uji Regresi Linier Sederhana	40
3.10.6 Uji T	41

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1 Oreo Sebagai Merek yang Berinovasi Dengan Kolaborasi	42
4.1.2 Kolaborasi Oreo dengan Merek atau Artis Lain	43
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	45
4.2.1 Hasil Uji Validitas	45
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	46
4.3 Hasil Penelitian	46
4.3.1 Profil Responden	47
4.3.1.1 Kelompok Usia	47
4.3.1.2 Jenis Kelamin	48
4.3.1.3 Latar Belakang Pendidikan	48
4.3.1.4 Jenis Pekerjaan	48
4.3.1.5 Pengeluaran Responden Dalam Sebulan	49
4.3.2 Kebiasaan dalam Penggunaan Media Sosial	50
4.3.2.1 Lama Responden Menggunakan Instagram	50
4.3.2.2 Durasi Dalam Menggunakan Instagram dalam Sehari	50
4.3.2.3 Tujuan Penggunaan Media Sosial Instagram	51

4.3.2.4 Pengetahuan Responden dalam Mengenali Oreo	52
4.3.3 Analisis Variabel “Konten Giveaway” (Variabel X)	52
4.3.3.1 Konten Giveaway Oreo Menampilkan Gambar Merchandise Blackpink yang Menunjukkan Kolaborasi	53
4.3.3.2 Ajakan Oreo Kepada Followers untuk Berpartisipasi Dalam Konten Giveaway	53
4.3.3.3 Warna Biru dan Pink Dalam Poster Merepresentasikan Kolaborasi Oreo dan Blackpink	54
4.3.3.4 Kata ‘Menangkan Album Eksklusif’ Dalam Gambar Konten Menampilkan Grand Prize Album Bertanda-tangan yang Limited Edition.....	54
4.3.3.5 Warna Packaging Produk Oreo Dalam Konten Menunjukkan Kolaborasi Blackpink Dengan Oreo.....	55
4.3.3.6 Konten Menampilkan Logo Oreo Bermahkota Menunjukkan Kolaborasi yang Menarik.....	56
4.3.3.7 Merchandise Blackpink yang Menjadi Hasia Giveaway Membuat Audiens Tertarik dengan Konten.....	57
4.3.3.8 Konten Menampilkan Produk, Hadiah, dan Kata-Kata yang Mengajak Audiens Berpartisipasi	57
4.3.3.9 Kata ‘Menangkan Album Eksekutif’ dan ‘Dapatkan Merchandise Eksekutif’ Memberikan Informasi Tentang Giveaway.....	58
4.3.3.10 Kata ‘Eksklusif’ Dalam Konten Mengartikan Bahwa Hadiah Merupakan Produk yang Limited Edition	59
4.3.3.11 Konten Menampilkan Album ‘Born Pink’ Sebagai Hadiah Utama Giveaway .	59
4.3.3.12 Poster Menunjukkan Informasi Mengenai Total Pemenang Dengan Jelas.....	60
4.3.3.13 Penjelasan Dalam Caption Menyatakan Pengiriman Struk Bukti Sebagai Syarat Giveaway Mudah Dipahami	60
4.3.4 Analisis Variabel “Citra Merek” (Variabel Y).....	61
4.3.4.1 Oreo Merupakan merek yang Dapat Dinikmati Oleh Semua Kalangan	61
4.3.4.2 Oreo Menjadi Merek Pilihan Untuk Snack Ringan Berbentuk Kukis	62
4.3.4.3 Oreo Memiliki Isian Selai yang Cocok Untuk Dipadukan Dengan Kukisnya ..	63
4.3.4.4 Oreo Memiliki Logo yang Eye Catching Sehingga Mudah Untuk Dikenali.....	63
4.3.4.5 Oreo Memiliki Kemasan yang Khas Yaitu Berwarna Biru Sehingga Mudah Diingat.....	63
4.3.4.6 Warna Kukis Oreo Khas Sehingga Memberikan Pandangan Kukis Hitam Selai Putih Adalah Oreo	64
4.3.4.7 Slogan ‘Diputar, Dijilat, Dichelupin’ yang Dimiliki Oreo Memberikan Kemudahan Untuk Mengingat dan Mengenali Merek	64
4.3.4.8 Oreo Bisa Didapatkan Bukan Hanya di Indonesia Namun di Negara Lain Juga Bisa	65
4.3.4.9 Oreo Dapat di Beli di Warung Kelontong Hingga Supermarket	65
4.3.4.10 Oreo Merupakan merek yang Masih Diminati Meskipun Sudah Diproduksi Sejak 1995 di Indonesia	66
4.3.4.11 Kemasan Oreo Memberikan Penjelasan Tentang Rasa dan Kandungan Gizi Dengan Jelas	67
4.3.4.12 Oreo Seringkali Melibatkan Konsumennya Dalam Kegiatan Giveaway, Kuis Instagram, dll	67
4.3.4.13 Oreo Memiliki Berbagai Macam Varian Produk Seperti Wafer, Soft Cake, Sereal, dan Kukis	68
4.3.4.14 Oreo Memiliki Produk Dengan Berbagai Rasa yang Unik	69
4.3.4.15 Oreo Seringkali Menciptakan Produk Kolaborasi Sehingga Menarik Untuk Dibeli	69

4.3.4.16 Media Sosial Instagram Milik Oreo Selalu Update Produk dan Campaign Terbaru	70
4.3.4.17 Oreo Merupakan Merek yang Dinamis Karena Selalu Berinovasi Dalam Kolaborasinya	71
4.3.4.18 Oreo x Blackpink Memiliki Kemasan Warna yang Khas Dengan Menampilkan Logo atau Foto Member Blackpink	71
4.3.4.19 Kolaborasi Oreo x Blackpink Ditandai Dengan Penambahan Mahkota di Logo Asli Oreo	72
4.3.4.20 Produk Kolaborasi Oreo x Blackpink Memiliki Kukis Hitam Selai Pink atau Kukis Pink Selai Hitam yang Menarik Untuk Dicoba	73
4.3.4.21 Kolaborasi Oreo Dengan Blackpink Memberikan Citra yang Baru Untuk Oreo	73
4.3.5 Uji Mean Score dan Overall Mean Score	74
4.3.6 Uji Pengaruh	81
4.3.6.1 Uji Normalitas	81
4.3.6.2 Uji koefisien Korelasi	82
4.3.6.3 Koefisien Determinasi	83
4.3.6.4 Uji Regresi Linear Sederhana	84
4.3.6.5 Uji T	85
4.4 Pembahasan	86

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	94
5.2 Saran	95
5.2.1 Saran Akademik	95
5.2.2 Saran Praktis	95

DAFTAR PUSTAKA	96
----------------------	----

RIWAYAT HIDUP PENULIS	99
-----------------------------	----

LAMPIRAN