

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Pengesahan	iv
Pernyataan Keaslian	v
Halaman Motto.....	vi
Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Lampiran	x
Pedoman Transliterasi Arab Latin	xi
Abstrak	xiii
Daftar Isi.....	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Hasil Penelitian	5
E. Penegasan Istilah.....	6
F. Sistematika Penulisan	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. <i>Endorsement</i>	10
1. Pengertian <i>Endorsement</i>	10
2. Jenis-jenis <i>Endorser</i>	10
3. Pemilihan Selebriti <i>Endorser</i>	11
B. <i>Skincare</i>	14
1. Pengertian <i>Skincare</i>	14
2. Macam-macam <i>Skincare</i>	15
C. <i>Selebgram</i>	18

1. Pengertian <i>Selebgram</i>	18
2. Syarat Menjadi <i>Selebgram</i>	19
3. Modal Menjadi <i>Selebgram</i>	23
D. Hukum Islam	28
1. Pengertian Promosi	28
2. Hukum Promosi	29
E. Etika Bisnis Islam dalam Periklanan	36
F. Hasil Penelitian Terdahulu	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	44
B. Lokasi Penelitian	45
C. Kehadiran Penlitin.....	45
D. Sumber Data.....	46
1. Data Primer	46
2. Data Skunder	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
1. Observasi	48
2. Wawancara Mendalam	48
3. Dokumentasi	49
F. Teknik Analisis Data.....	50
1. Reduksi Data	50
2. Penyajian Data	51
3. Penarikan Kesimpulan	51
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	52
1. Triagulasi	52
H. Tahapan Penelitian.....	53
1. Tahap Persiapan dan Pendahuluan	53
2. Tahap Pelaksanaan	53
3. Tahap Analisis Data	54
4. Tahap Pelaporan	54

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data	55
a. Sejarah <i>Instagram</i>	55
b. Perkembangan <i>Instagram</i>	56
c. Praktik <i>Endorser Skincare Selebgram di Instagram</i>	60
B. Temuan Penelitian.....	78

BAB V PEMBAHASAN

A. Tidak Semua <i>Selebgram</i> Memakai <i>Skincare</i> yang Dipromosikan Lewat <i>Instagram</i> Praktik <i>Endorsement</i>	81
B. Beberapa <i>Instagram</i> Melepaskan Diri Dari Tanggungjawab Apabila Orang Lain Mendapatkan Efek Buruk Terhadap Produk yang Di <i>Endorsement</i>	83
C. Sebagian <i>Selebgram</i> Tidak Menyebutkan Kekurangan Produk <i>Skincare</i> Yang Dipromosikan Melalui <i>Endorsement</i>	88
D. Beberapa <i>Selebgram</i> Tidak Sesuai Dengan Etika Bisnis Islam	91

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN