

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Periklanan	11
2.1.1 Tujuan Periklanan	12
2.1.2 Memilih Media Periklanan	14
2.2 Iklan	17
2.2.1 Prinsip Dasar Iklan	19
2.3 Komunikasi Massa	22
2.3.1 Pengertian Komunikasi Massa	22
2.3.2 Fungsi Komunikasi Massa	24
2.4 Iklan Layanan Masyarakat	26
2.5 Hirarki Efek	29
2.6 Pengaruh	30
2.6.1 Tayangan	33
2.7 Minat	34
2.8 Operasional Variabel	35
2.9 Hipotesis	44

2.10	Kerangka Pemikiran	45
BAB III METODELOGI PENELITIAN		46
3.1	Desain Penelitian	47
3.2	Sumber Data	48
3.2.1	Populasi	48
3.2.2	Sampel	49
3.2.2	Teknik Sampling	49
3.3	Bahan Penelitian Dan Unit Analisis	50
3.4	Teknik Pengumpulan Data	50
3.5	Uji Validitas Dan Reliabilitas	52
3.5.1	Validitas	52
3.5.2	Reliabilitas	53
3.6	Analisis Data	55
BAB IV PEMBAHASAN		62
4.1	Subjek Penelitian	62
4.1.1	Sejarah CBS (Community Bikers Seven)	62
4.1.2	Visi dan Misi	63
4.1.3	Kegiatan CBS (Community Bikers Seven)	63
4.1.4	Struktur CBS (Community Bikers Seven)	65
4.2	Hasil Penelitian	66
4.2.1	Profile Responden	66
4.2.2	Analisis Variabel Pengaruh	67
4.2.3	Rekapitulasi Perhitungan Uji Validitas dan	83
	reliabilitas Instrumen Pengaruh	
4.2.4	Analisis Variabel Minat	86
4.2.3	Rekapitulasi Perhitungan Uji Validitas dan	97
	reliabilitas Instrumen Minat	

4.3	Hasil Analisa Korelasi dan Uji Signifikansi	99
4.4	Pembahasan	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		110
V.1	Kesimpulan	105
V.2	Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN :

Lampiran-1 : Contoh Kuesioner

Lampiran-2 : Hasil Test-Retest

Lampiran-3 : Hasil Kuesioner

Lampiran-4 : Hasil Validitas dan Reliabilitas

Lampiran-5 : Corelation

Lampiran-6 : Distribusi Nilai r Tabel

Lampiran-7 : Scene ILM Pesona Indonesia Wisata Bali

Lampiran-8 : Daftar Anggota Komunitas Motor CBS (Community Bikers Seven)