

## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG .....	i
TANDA PENGESAHAN SIDANG .....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR BAGAN .....	xi
BAB I        PENDAHULUAN	
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	3
1.3    Tujuan Penelitian .....	4
1.4    Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1    Secara Teoritis .....	4
1.4.2    Secara Praktis .....	5
1.5    Sistematika Penulisan .....	5
BAB II        TINJAUAN PUSTAKA	
2.1    Tinjauan Pustaka	
2.1.1    Pengertian Komunikasi .....	7
2.1.2    Pengertian Komunikasi Massa .....	8
2.1.3    IMC ( <i>Integrated marketing communications</i> ) .....	8
2.1.4    Periklanan .....	10

2.1.5	Iklan Dalam Proses Pemasaran .....	10
2.1.6	Media Periklanan .....	12
2.1.7	Televisi Sebagai Media Periklanan .....	13
2.1.8	Efektivitas Iklan .....	16
2.2	Operasional Variabel .....	20
2.3	Kerangka Pemikiran .....	23
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian .....	24
3.2	Sumber Data .....	24
3.3	Bahan Penelitian dan Unit Analisis .....	25
3.4	Tenik Pengumpulan Data .....	26
3.5	Realibilitas dan Validitas Alat Ukur .....	27
3.6	Teknik Analisis Data .....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN		
4.1	Subjek Penelitian	
4.1.1	Sekilas Gulaku .....	31
4.1.2	Iklan Gulaku versi “ <i>Candy Store</i> ” .....	31
4.2	Hasil Penelitian .....	31
4.2.1	Identitas Responden .....	32
4.2.2	Hasil Jawaban Responden .....	34
4.2.2.1	Kognitif .....	34
4.2.2.2	Afektif .....	37
4.2.2.3	Konatif .....	42

BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan .....	46
5.2	Saran-Saran .....	47

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran-1 : Kuesioner

Lampiran-2 : Tabel *Test-Retest*

Lampiran-3 : Tabel Induk