

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Komunikai Persuasif.....	7
2.2 Periklanan	8
2.3 Model Komunikasi Periklanan	9
2.4 Iklan yang Efektif	11
2.5 Efek Iklan	12
2.6 Media Televisi	15
2.7 Citra Produk	17
2.8 Endorser	18
2.9 Audio	20

2.10	Operasionalisasi Variabel	21
2.10.1	Pendefinisian Respon Iklan	23
2.11	Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Desain Penelitian.....	32
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi	33
3.2.2	Sampel	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4	Penyusunan Kuisisioner	36
3.5	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	36
3.5.1	Validitas	36
3.5.2	Reliabilitas	37
BAB IV HASIL PENELITIAN		42
4.1	Subjek Penelitian	42
4.1.1	Sejarah PT. Nestlé	42
4.1.2	Iklan TV Susu Dancow Versi “Terbaik Untukmu”	46
4.2	Hasil Penelitian	48
4.2.1	Identitas Responden	49
4.2.1.1	Usia Responden	49
4.2.1.2	Pekerjaan Responden	50
4.2.2	Respon Audience Terhadap Dimensi Attention	51
4.2.3	Respon Audience Terhadap Dimensi Interest	58
4.2.4	Respon Audience Terhadap Dimensi Desire	64
4.2.5	Respon Audience Terhadap Dimensi Action	68

BAB V PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran-1	: Kuisisioner
Lampiran-2	: Tabel Test-Retest
Lampiran-3	: Tabel Induk
Lampiran-4	: Foto Hasil Observasi
Lampiran-5	: Surat Keterangan dari sekolah TK. Kristen Kalam Kudus 3