

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR BAGAN .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR RUMUS .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
4.1 Latar Belakang .....	1
4.2 Rumusan Masalah .....	5
4.3 Tujuan Penelitian .....	6
4.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Secara Teoretis .....	6
1.4.2 Secara Praktis .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Efektivitas .....	9
2.2.1. Komunikasi Efektif .....	9
2.3 Komunikasi Massa .....	11
2.4 Kampanye .....	11
2.4.1 Jenis-jenis Kampanye .....	12
2.4.2 <i>Ideologically or Cause Oriented Campaigns</i> .....	12
2.4.3 Pengaruh Pesan Terhadap Keberhasilan Kampanye .....	13
2.4.4 Khalayak Sasaran Kampanye .....	14
2.4.5 Komunikasi Kampanye <i>Public Relations</i> yang Efektif .....	15
2.5 Budaya Beberes .....	15
2.6 Tingkat Kesadaran Kebersihan .....	17
2.6.1 Indikator Kesadaran .....	18
2.7 Konsumen .....	18
2.8 Teori Difusi Inovasi ( <i>Diffusion of Innovations</i> ) .....	19
2.9 Kerangka Pemikiran .....	20
2.10 Hipotesis .....	20
BAB III Metode Penelitian .....	21
3.1 Desain Penelitian .....	21
3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	21
3.2.1. Subjek Penelitian .....	21
3.2.2. Objek Penelitian .....	21

3.3	Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
3.4.	Sumber Data.....	22
3.4.1.	Populasi .....	22
3.4.2.	Sampel .....	22
3.5.	Definisi Operasional Variabel .....	24
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
3.7.1.	Uji Validitas.....	30
3.7.2.	Uji Reliabilitas .....	31
3.8.	Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN .....		38
4.1	Profil PT <i>Fast Food</i> Indonesia Tbk .....	38
4.1.1.	Visi dan Misi Perusahaan .....	41
4.2	Hasil Penelitian .....	41
4.2.1.	Identitas Responden .....	41
4.3	Hasil Analisis Statistik .....	43
4.4	Hasil Penelitian Variabel X .....	45
4.5	Hasil Penelitian Variabel Y .....	53
4.6	Hasil Uji Validitas .....	62
BAB V PEMBAHASAN .....		63
5.1.	Pembahasan .....	63
5.2.	Analisis Data .....	65
5.2.1.	Uji Regresi Linier Sederhana.....	66
5.2.2.	Uji Hipotesis .....	67
5.3.	Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	68
5.4.	Implikasi Teoritis .....	69
BAB VI PENUTUP .....		71
6.1.	Kesimpulan .....	71
6.2.	Saran .....	72

#### DAFTAR REFERENSI

#### LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran-1 : Kartu Absensi Bimbingan Skripsi

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2 a Lokasi Penelitian KFC Tanjung Duren .....	22
--	----

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Ilustrasi efek komunikasi .....	10
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran .....	20

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	24
Tabel 3.2	Hasil <i>Test</i> Variabel X (Komunikasi Kampanye ).....	30
Tabel 3.3	Hasil <i>Re-test</i> Variabel X (Komunikasi Kampanye ).....	30
Tabel 3.4	Hasil <i>Test</i> Variabel X (Komunikasi Kampanye ).....	31
Tabel 3.5	Hasil <i>Re-test</i> Variabel X (Komunikasi Kampanye ).....	31
Tabel 3.6	Hasil <i>Test</i> Variabel Y (Komunikasi Kampanye ).....	33
Tabel 3.7	Hasil <i>Re-test</i> Variabel Y (Komunikasi Kampanye ).....	33
Tabel 3.10	Tingkat Reliabilitas <i>Alfa-Cronbach</i> .....	35
Tabel 3.11	Hasil <i>Test Retest</i> Uji Reliabilitas Variabel X .....	35
Tabel 3.12	Hasil <i>Test Retest</i> Uji Reliabilitas Variabel Y .....	36
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	42
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	42
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan frekuensi mendatangi <i>outlet</i> .....	42
Tabel 4.5	Hasil Nilai Mean Variabel X .....	43
Tabel 4.6	Hasil Nilai Mean Variabel Y .....	44
Tabel 4.7	Pesan dari kampanye “budaya beberes” membangkitkan emosi positif .....	45
Tabel 4.8	Pesan dari kampanye “budaya beberes” mudah untuk diingat .....	45
Tabel 4.9	Penyajian pesan kampanye “budaya beberes” .....	46
Tabel 4.10	Pesan kampanye “budaya beberes” jelas, singkat, dan menarik....	46
Tabel 4.11	Struktur pesan memudahkan saya mengerti tujuan kampanye .....	47
Tabel 4.12	Pesan kampanye memberikan kesan positif terhadap kampanye ..	48
Tabel 4.13	Saya mengerti dengan pesan yang disampaikan dalam kampanye.	48
Tabel 4.14	Pesan kampanye Budaya Beberes mudah untuk saya pahami.....	49
Tabel 4.15	Pesan kampanye “budaya beberes” membuat saya menaruh perhatian terhadap gerakan kampanye.....	49
Tabel 4.16	Saya akan mengikuti ajakan kampanye “budaya beberes” .....	50
Tabel 4.17	Saya mengetahui media yang dipakai oleh KFC Indonesia.....	50
Tabel 4.18	Saya mengetahui kampanye melalui media sosial.....	51
Tabel 4.19	Saya tahu kampanye “budaya beberes” dari <i>outlet</i> KFC Tanjung Duren .....	52
Tabel 4.20	Hasil Uji <i>Test</i> Reliabilitas Variabel X.....	52
Tabel 4.21	Saya mengetahui tujuan dari kampanye “budaya beberes” .....	53
Tabel 4.22	Dari kampanye “budaya beberes” saya mulai terbiasa membersihkan meja .....	54
Tabel 4.23	Saya tahu dan paham bahwa menjaga kebersihan merupakan kewajiban kita bersama.....	54
Tabel 4.24	Kampanye “budaya beberes” menjadikan saya terbiasa dengan	

	budaya <i>self service</i> .....	55
Tabel 4.25	Kampanye “budaya beberes” membuat saya menata kembali meja makan .....	56
Tabel 4.26	Dari pesan kampanye “budaya beberes” Saya sudah meletakkan nampan saji atau <i>tray</i> di tempat yang sudah disediakan .....	57
Tabel 4.27	Saya tidak merasa keberatan untuk menerapkan dan mempraktikkan pesan kampanye .....	57
Tabel 4.28	Saya menerapkan budaya <i>self service</i> hanya saat di restoran KFC saja .....	58
Tabel 4.29	Saya sudah menerapkan dan membiasakan melakukan budaya <i>self service</i> .....	59
Tabel 4.30	Saya setuju bahwa dari kampanye “budaya beberes” membuat kebersihan restoran KFC Tanjung Duren terjaga dengan baik .....	59
Tabel 4.31	Saya sadar dan tahu bahwa dari kampanye “budaya beberes” dapat ikut membantu pramusaji KFC .....	60
Tabel 4.32	Menerapkan "budaya beberes" dapat memberikan kenyamanan bagi sesama konsumen .....	61
Tabel 4.33	Hasil Uji <i>Test Reliabilitas Variabel Y</i> .....	61
Tabel 4.34	Hasil uji validitas .....	62
Tabel 5.1	Analisis regresi .....	66
Tabel 5.2	Koefisien Regresi Linier Sederhana .....	66
Tabel 5.3	Hasil Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	68

## DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1	Rumus Slovin .....	23
Rumus 3.2	Korelasi Pearson <i>Product Moment</i> .....	30
Rumus 3.3	Pengukuran Reliabilitas dengan <i>Alfa-Cronbach</i> .....	31
Rumus 3.4	Analisa Data dengan Regresi Linier Sederhana .....	32
Rumus 5.1	Analisis Data dengan Uji Regresi Linier Sederhana .....	66
Rumus 5.2	Nilai t tabel .....	67