

# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Komunikasi Periklanan.....	9
2.1.1 Komunikasi.....	9
2.1.2 Periklanan.....	11

2.1.3 Tujuan Periklanan.....	13
2.2 Televisi.....	14
2.2.1 Unsur-unsur Iklan Televisi.....	16
2.3 <i>Celebrity Endoser</i> .....	19
2.3.1 Kriteria <i>Celebrity Endorser</i> .....	20
2.3.2 Keuntungan Penggunaan <i>Celebrity Endorser</i> .....	23
2.3.3 Daya Tarik <i>Celebrity Endorser</i> .....	25
2.3.4 Pengertian Minat.....	27
2.4 Operasional Variabel.....	33
2.5 Kerangka Pemikiran.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Metode Desain Penelitian.....	36
3.2 Sumber Data.....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43



BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	85

## LAMPIRAN

Lampiran-1 : Surat Pernyataan

Lampiran-2 : Tabel Induk

Lampiran-3 : Tabel Induk *Test-Retest*

Lampiran-4 : Tabel Hasil *Test-Retest*

Lampiran-5 : Hasil *Pearson Product Moment*

Lampiran-6 : Kuesioner

Lampiran-7 : Daftar Populasi

Lampiran-8 : Storyboard Iklan IM3 Versi "OMG Semau mu".