

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Model Aspek/Tahap Komunikasi.....	11
Tabel 2.2	Pertimbangan Maskot Untuk Menjangkau Tujuan Komunikasi.....	13
Tabel 2.4	Model Proses Respon.....	41
Tabel 2.5	Hirarki Respon Alternatif Model Pemrosesan Informasi Tiga Rangkaian.....	46
Tabel 2.6	Operasionalisasi Konsep.....	55
Tabel 3.1	Ibu-Ibu Warga Kunciran Mas Permai.....	60
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	72
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Lokasi Blok.....	73
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	74
Tabel 4.4	Pengetahuan Responden terhadap tayangan iklan Combantrin ditelevisi.....	75
Tabel 4.5	Pengetahuan Responden terhadap Model Iklan dalam tayangan iklan Combantrin ditelevisi.....	76
Tabel 4.6	Pengetahuan Responden terhadap Slogan dari tayangan iklan Combantrin ditelevisi.....	77
Tabel 4.7	Pengetahuan Responden terhadap Logo Combantrin.....	78
Tabel 4.8	Pengetahuan Responden terhadap Alur cerita tayangan iklan Combantrin ditelevisi.....	79

Tabel 4.9	Pengetahuan Responden terhadap Isi Pesan tayangan iklan Combantrin ditelevisi.....	80
Tabel 4.10	Pengetahuan Responden terhadap Manfaat dan Keuntungan dari produk Combantrin ditelevisi.....	81
Tabel 4.11	Pengetahuan Responden terhadap Nama perusahaan dari produk Combantrin.....	82
Tabel 4.12	Ketertarikan Responden terhadap Manfaat dan Keuntungan dari produk Combantrin ditelevisi.....	83
Tabel 4.13	Ketertarikan Responden terhadap Visualisasi tayangan iklan Comabntrin ditelevisi.....	84
Tabel 4.14	Ketertarikan Responden terhadap Bintang Iklan dari tayangan iklan Combantrin ditelevisi.....	85
Tabel 4.15	Ketertarikan Responden terhadap slogan tayangan iklan Combantrin ditelevisi.....	86
Tabel 4.16	Ketertarikan Responden terhadap Logo Combantrin.....	87
Tabel 4.17	Ketertarikan Responden terhadap Alur Cerita tayangan iklan Combantrin ditelevisi.....	88
Tabel 4.18	Ketertarikan Responden terhadap Isi Pesan tayangan iklan Combantrin ditelevisi.....	89
Tabel 4.19	Minat Responden terhadap Produk Combantrin ditelevisi.....	90