

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasional Variabel X Efektivitas	58
Tabel 2.2 Operasional Variabel Y Tingkat Pemahaman	60
Tabel 2.3 Jarak Interval Efektivitas	64
Tabel 2.4 Jarak Interval Pemahaman	65
Tabel 3.1 Data Siswa SD SLB/B Pangudi Luhur	71
Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas Alpha-Cronbach	81
Tabel 3.3 Interpretasi nilai r	84
Tabel 3.4 Hasil Test Efektivitas	85
Tabel 3.5 Hasil Retest Efektivitas	86
Tabel 3.6 Hasil Efektivitas	87
Tabel 3.7 Hasil Test Pemahaman	88
Tabel 3.8 Hasil Retest Pemahaman	89
Tabel 3.9 Hasil Pemahaman	90
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	98
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	99
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan <i>Grade</i> /Kelas	100

Tabel 4.4 Butir_1 Mengetahui Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo	
Dari Media Televisi	101
Tabel 4.5 Butir_2 Mengetahui Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo	
Dari Media Cetak	102
Tabel 4.6 Butir_3 Mengetahui Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo	
Dari Teman	103
Tabel 4.7 Butir_4 Mengetahui Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo	
Dari Orang Tua	104
Tabel 4.8 Butir_5 Mengetahui Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo Dari	
Lingkungan Rumah Atau Sekolah	105
Tabel 4.9 Butir_6 Isi Pesan Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo	
Sangat Menarik	106
Tabel 4.10 Butir_7 Isi Pesan Mempengaruhi Tingkah Laku	107
Tabel 4.11 Butir_8 Pesan Yang Dikirim Oleh Pengirim Pesan Sampai Kepada	
Khalayak Yang Dituju	109
Tabel 4.12 Butir_9 Mengerti Dengan Pesan Yang Disampaikan Dalam Iklan	110
Tabel 4.13 Butir_10 Mengikuti Gerakan Dalam Iklan	111
Tabel 4.14 Butir_11 Mengetahui Media Apa Yang Dipakai Untuk	
Mengiklanan Biskuit Oreo	112

Tabel 4.15 Butir_12 Mengetahui Di Mana Saja Iklan Oreo Ditayangkan	113
Tabel 4.16 Butir_13 Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo Ada Di Televisi	114
Tabel 4.17 Butir_14 Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo Ada Di Majalah	115
Tabel 4.18 Butir_15 Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo Ada Di Koran	116
Tabel 4.19 Butir_16 Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo Ada Di Tabloid	117
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Efektivitas Komunikasi (X)	119
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Efektivitas (X)	119
Tabel 4.22 Efektivitas Komunikasi	120
Tabel 4.23 Butir_1 Mengetahui Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo	121
Tabel 4.24 Butir_2 Mengetahui Dan Mengingat Gerakan Dalam Iklan Oreo : Di Putar, Di Jilat, Di Celupin	122
Tabel 4.25 Butir_3 Mengetahui Isi Pesan Yang Disampaikan Oleh Artis/Model Pada Iklan Oreo Versi Pilih Handphone Atau Oreo	123
Tabel 4.26 Butir_4 Ikut Membeli Produk Oreo Setelah Melihat Iklan Di Televisi	124

Tabel 4.27 Butir_5 Membeli Biskuit Oreo Di Supermarket	125
Tabel 4.28 Butir_6 Membeli Biskuit Oreo Di Kantin Sekolah	126
Tabel 4.29 Butir_7 Membeli Biskuit Oreo Di Warung Dekat Rumah	127
Tabel 4.30 Butir_8 Membeli Biskuit Oreo Lebih Dari Satu (1)	128
Tabel 4.31 Butir_9 Menyukai Semua Jenis Rasa Yang Ada Pada Biskuit Oreo	129
Tabel 4.32 Butir_10 Akan Membeli Produk Oreo Saat Dalam Keadaan Suasana Hati Senang	130
Tabel 4.33 Butir_11 Meski Memiliki Waktu Yang Terbatas, Tetap Mencari Informasi Mengenai Produk Oreo	131
Tabel 4.34 Hasil Uji Validitas Tingkat Pemahaman (Y)	133
Tabel 4.35 Hasil Reliabilitas Tingkat Pemahaman (Y)	133
Tabel 4.36 Tingkat Pemahaman	134
Tabel 4.37 Correlations	135
Tabel 4.38 Nilai Dominan Perbutir Efektivitas (X)	135
Tabel 4.39 Nilai Dominan Perbutir Pemahaman (Y)	137