

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematis Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Komunikasi Massa.....	13

2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	13
2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	14
2.2 Periklanan dan Pemasaran.....	16
2.2.1 Periklanan.....	19
2.2.2 Tujuan Periklanan.....	20
2.3 Komunikasi Organisasi.....	25
2.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi.....	26
2.3.2 Karakteristik Organisasi.....	27
2.3.2 Pendekatan Organisasi.....	29
2.4 Definisi Sosiologi Komunikasi.....	31
2.4.3 Perubahan Sosial.....	34
2.4.4 Proses Perubahan Sosial.....	36
2.5 Komunikasi Politik.....	40
2.5.1 Definisi Komunikasi Politik.....	43
2.5.2 Unsur Komunikasi Politik.....	47
2.5.3 Sosialisasi Politik.....	49
2.6 Definisi Pengaruh.....	53

2.7 Definisi Pemahaman.....	57
2.8 Operasional Variabel.....	59
2.9 Kerangka Pemikiran.....	69
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	70
3.1 Desain Penelitian.....	70
3.2 Metode Penelitian.....	71
3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	73
3.4 Sumber Data.....	73
3.4.1 Populasi.....	73
3.4.2 Sampel.....	75
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	77
3.6 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	77
3.5.1 Validitas Instrumen.....	77
3.5.2 Reliabilitas Instrumen.....	78
3.7 Analisi Data.....	81
3.8 Hipotesis Statistik.....	89

BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASA.....	91
4.1 Sejarah Perusahaan.....	91
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	94
4.1.3 Logo Perusahaan.....	96
4.1.4 Sosialisasi Anti Golput.....	97
4.2 Hasil Penelitian.....	101
4.2.1 Karakteristik Responden.....	101
4.2.2 Analisis Variabel Pengaruh.....	103
4.2.3 Rekapitulasi Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	112
4.2.3.1 Variabel Pengaruh (X).....	112
4.2.4 Analisis Variabel Pemahaman.....	114
4.2.5 Rekapitulasi Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	125
4.3 Hasil Analisis Korelasi dan Uji Signifikansi.....	127
4.3.1 Analisis Koefisiensi Determinasi (r^2).....	129
4.4 Pembahasan.....	130
 BAB V PENUTUP.....	 136
5.1 Kesimpulan.....	136

5.2 Saran..... 138

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Sosialisasi Politik	51
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	69
Gambar 3.1	Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y.....	90
Gambar 4.1	Logo PDIP	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Jenis-jenis Media Utama Periklanan.....	22
Tabel 2.2	Indikator Variabel.....	59
Tabel 2.3	Kelas Pengaruh Sosialisasi.....	67
Tabel 2.4	Kelas Pemahaman.....	68
Tabel 3.1	Bobot Penilaian Skala Likert Variabel X.....	72
Tabel 3.2	Bobot Penilaian Skala Likert Variabel Y.....	73
Tabel 3.3	Jumlah Populasi Yang Mengikuti Sosialisasi	74
Tabel 3.4	Tingkat Reliabilitas Alpha-Cronbach	81
Tabel 3.5	Interprestasi Nilai r	84
Tabel 3.6	Hasil Test Pengaruh	85
Tabel 3.7	Hasil Re-test Pengaruh	85
Tabel 3.8	Pengaruh	86
Tabel 3.9	Hasil Test Pemahaman	87
Tabel 3.10	Hasil Re-test Pemahaman	88
Tabel 3.11	Pemahaman	88
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	101
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	102
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	102
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	103
Tabel 4.5	Frequensi Variabel Pengaruh (X)	104
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Pengaruh (X)	113

Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Pengaruh (X)	113
Tabel 4.16	Interval Pengaruh	114
Tabel 4.17	Frekuensi Variabel Pemahaman (Y)	115
Tabel 4.28	Hasil Uji Validitas Pamahaman (Y)	126
Tabel 4.29	Hasil Uji Reliabilitas Pemahaman (Y)	126
Tabel 4.30	Interval Pemahaman	127
Tabel 4.31	Pearson Correlation	128
Tabel 4.32	Spearman's rho	128
Tabel 4.33	Nilai Dominan Perbutir Pengaruh (X)	130
Tabel 4.34	Nilai Dominan Perbutir Pemahaman (Y)	131

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran-1 : Kuesioner

Lampiran-2 : Hasil Test dan Re-test Kuesioner

Lampiran-3 : Analisis Statistik Inferensial