

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
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
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
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".