

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Komunikasi.....	8
2.1.1 Unsur – Unsur Komunikasi.....	9
2.2 Komunikasi Massa.....	11
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.4 Iklan	14

2.4.1 Periklanan.....	15
2.4.2 Fungsi Periklanan.....	16
2.4.3 Tujuan Periklanan	17
2.5 Media	19
2.6 Iklan Televisi.....	21
2.6.1 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	21
2.7 Pesan Iklan	22
2.8 Kredibilitas.....	25
2.8.1 Endorser	26
2.9 Persepsi	28
2.10 Operasionalisasi Variabel.....	30
2.11 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III Metodologi Penelitian.....	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Populasi Dan Sampel	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	35

3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Reabilitas dan Validitas Alat Ukur	39
3.5.1 Uji Reliabilitastas	39
3.5.1.1 Hasil Uji Reliabilitas	41
3.5.2 Uji Validitas	41
3.5.2.2 Hasil Uji Validitas.....	42
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	43
BAB IV Hasil Penelitian.....	47
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Unilever.....	47
4.1.1 Visi dan Misi Unilever	54
4.1.2 Logo Unilever	57
4.1.3 Struktur Perusahaan Unilever	58
4.1.5 Produk – Produk Unilever.....	59
4.2 Sunsilk.....	62
4.2.1 Sunsilk <i>Black Shine</i>	66
4.3 Profil Raisa Andriana.....	68
4.3.1 Penghargaan dan Nominasi.....	69

4.4 Hasil Penelitian	71
4.4.1 Hasil Penelitian Berdasarkan Identitas Responden.....	71
4.4.2 Hasil Penelitian Berdasarkan Data Variabel	72
4.5 Tabel Akumulasi Hasil Penelitian.....	83
4.5.1 Kredibilitas	83
4.5.2 Persepsi	84
4.6 Pembahasan.....	85
BAB V PENUTUP.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	92

Daftar Pustaka

Daftar Riwayat Hidup

Lampiran

1. Kuesioner
2. Realibilitas
3. Validitas
4. Validitas Gabungan
5. Tabel Induk