

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	4
I.3. Tujuan Penelitian.....	4
I.4. Manfaat Penelitian.....	5
I.5. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
II.1. Komunikasi Massa.....	7
II.2. Periklanan.....	22
II.3. Perilaku Konsumen.....	26

II.4. Kreatif Iklan.....	43
II.5. <i>Copywriting</i>	55
II.6. <i>Jingle</i>	56
II.7. Operasionalisasi Variabel.....	65
II.8. Kerangka Pemikiran.....	68
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	69
III.1. Desain Penelitian.....	69
III.2. Populasi dan Sampel.....	71
III.3. Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	76
III.4. Teknik Pengumpulan Data.....	76
III.5. Uji Validitas dan Reabilitas.....	78
III.6. Teknik Analisis Data.....	82
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	84
IV.1. Subjek Penelitian.....	84
IV.2. Hasil Penelitian.....	92
IV.3. Pembahasan.....	99
BAB V PENUTUP.....	102

V.1. Kesimpulan.....102

V.2. Saran.....104

DAFTAR PUSTAKA.....106

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran-1: Anmum Materna TVC *Storyboard Presentation*

Lampiran-2: Anmum Materna *Product Info* untuk majalah Parenting

Lampiran-3: *Creative Request Jingle*

Lampiran-4: *Creative Request STB The Perfect Place*

Lampiran-5: Anmum Materna *Director's Board*

Lampiran-6: Transformasi Lirik *Jingle* Anmum Materna

Lampiran-7: TVC Anmum Materna “*The Most Perfect Place In The World*”

Lampiran-8: Hasil wawancara singkat dengan responden