

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Aspek Teoritis	8
1.4.2 Aspek Praktis	8
1.5 Tahapan Penelitian.....	9
1.6 Jadwal Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Tinjauan Teori	21
2.2.1 Komunikasi Massa.....	21
2.2.2 Persepsi Konsumen	24
2.2.2.1 Proses Perseptual	25
2.2.2.2 Faktor Persepsi	26

4.2.2.2 Distorsi Selektif	56
4.2.2.3 Retensi Selektif.....	64
4.2.3 Faktor Pembentuk Persepsi	66
4.2.4 Program CSR Water for Change Menurut Pandangan YLKI.	74
4.3 Pembahasan	78
BAB V PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Akademis	87
5.2.2 Saran Praktis	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN