DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Peningkatan Jumlah Operator TV Berbayar di Indonesia…….....1

Gambar I.2 Jumlah Pelanggan TV berbayar di Indonesia……...…….2

Gambar I.3 Belanja Iklan semester I tahun 2012…..……...……...……..3

Gambar II.1 *Hierarchy of Effect Model*……...……...14

Gambar III.1 Model Konseptual……..……..27

Gambar III.2 Sistematika Pemecahan Masalah……..……...31

Gambar IV.1 Tingkat Pemahaman Partisipan…….……..46

Gambar IV.2 Frekuensi Waktu paling sering menonton televisi pada *Experimental Group*……..……..49

Gambar IV.3 Frekuensi waktu paling sering menonton televisi pada *Control Group*…….49

Gambar IV.4 Frekuensi stasiun televisi yang paling sering dipilih oleh partisipan pada *Experimental Group*…….……..50

Gambar IV.5 Frekuensi stasiun televises yang paling sering dipilih oleh partisipan pada *Control Group*……...…….51

Gambar IV.6 Frekuensi program siaran televisi yang paling disukai oleh partisipan pada *Experimental Group*…….……..52

Gambar IV.7 Frekuensi program siaran televisi yang paling disukai oleh partisipan pada *Control Group*……52

Gambar V.1 Kecenderungan Penilaian Partisipan *Experimental Group* dan *Control Group* pada masing-masing tahapan dalam *Hierarchy of Effect Model*……...54

Gambar V.2 Perbandingan Penilaian Partisipan terhadap tahapan *Awareness* antara *Experimental Group* dan *Control Group*……..57

Gambar V.3 Perbandingan Penilaian Partisipan terhadap tahapan *Knowledge* antara *Experimental Group* dan *Control Group*…….……58

Gambar V.4 Perbandingan Penilaian Partisipan terhadap tahapan *Liking* antara *Experimental Group* dan *Control Group*……..……59

Gambar V.5 Perbandingan Penilaian Partisipan terhadap tahapan *Preference* antara *Experimental Group* dan *Control Group*……..61
Gambar V.6 Perbandingan Penilaian Partisipan terhadap tahapan *Conviction* antara *Experimental Group* dan *Control Group*……..62
Gambar V.7 Perbandingan Penilaian Partisipan terhadap tahapan *Purchase* antara *Experimental Group* dan *Control Group*……..……64