

DAFTAR ISI

<i>COVER</i>	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.5 Tahapan Penelitian	12
1.6 Waktu Penelitian	12
1.7 Sistematika Penulisan	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Tinjauan Pustaka	23
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesis	42
BAB III.....	43
METODE PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43

3.2	Metode Penelitian.....	43
3.3	Subjek Penelitian.....	44
3.4	Objek Penelitian.....	45
3.5	Operational Variabel.....	45
3.6	Skala Pengukuran.....	49
3.7	Tahapan Penelitian.....	49
3.8	Populasi Penelitian.....	51
3.9	Sampel Penelitian.....	51
3.10	Jenis dan Data Sumber.....	54
3.11	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.12	Metode Analisis Data.....	56
3.13	Uji Kualitas Data.....	56
3.14	Uji Paired T Test.....	58
BAB IV.....		59
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Karakteristik Responden.....	59
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2	Analisis Hasil Penelitian Persepsi <i>Audience</i> Antara Iklan TVC dan Web <i>Series</i> Tropicana Slim Versi “SORE”.....	62
4.2.1	Tingkat Rata-rata Perhatian Selektif <i>Audience</i> Terhadap Iklan TVC Tropicana Slim Versi “SORE”.....	63
4.2.2	Tingkat Rata-rata Perhatian Selektif <i>Audience</i> Terhadap Iklan Web <i>Series</i> Tropicana Slim Versi “SORE”.....	65
4.2.3	Tingkat Rata-rata Pemahaman Selektif <i>Audience</i> Terhadap Iklan TVC Tropicana Slim Versi “SORE”.....	68
4.2.4	Tingkat Rata-rata Pemahaman Selektif <i>Audience</i> Terhadap Iklan Web <i>Series</i> Tropicana Slim Versi “SORE”.....	70
4.2.5	Tingkat Rata-rata Ingatan Selektif <i>Audience</i> Terhadap Iklan TVC Tropicana Slim Versi “SORE”.....	72
4.2.6	Tingkat Rata-rata Ingatan Selektif <i>Audience</i> Terhadap Iklan	

Web <i>Series</i> Tropicana Slim Versi “SORE”	74
4.3 Hasil Penelitian Rekapitulasi Data Persentase Per Indikator Antara Iklan TVC dan Web <i>Series</i> Tropicana Slim Versi “SORE”	76
4.4 Hasil Penelitian Perbandingan Tingkat Rerata Persepsi <i>Audience</i> Antara Iklan TVC Dan Web <i>Series</i> Tropicana Slim Versi “SORE”	77
4.5 Hasil Penelitian Uji <i>Paired T</i> Test Untuk Persepsi <i>Audience</i> Antara Iklan TVC dan Web <i>Series</i> Tropicana Slim Stevia Versi “SORE”	78
4.6 Pembahasan Perbandingan Persepsi <i>Audience</i> Antara Iklan TVC dan Web <i>Series</i> Tropicana Slim Stevia Versi “SORE”	80
BAB V.....	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
5.2.1 Saran Akademis	85
5.2.2 Saran Praktis.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	