

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis	6
1.5. Kerangka Pemikiran	6
1.5.1. Komunikasi Massa.....	6
1.5.2. Teori S-O-R	8
1.5.3. Media Televisi.....	10
1.5.4. Iklan.....	11
1.5.5. Daya Tarik Iklan	12
1.5.6. Sikap Konsumen Online Terhadap Iklan	17
1.5.7. Hipotesis	20
.....	
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1. Landasan Teori	21
2.1.1 Tujuan Periklanan Televisi	22
2.1.2 Komunikasi Massa.....	23

2.1.3 Komunikasi Pemasaran	25
2.1.4 Periklanan.....	26
2.1.5 Media Televisi.....	28
2.1.6 Kekuatan Televisi	31
2.2. Pesan Iklan	33
2.2.1. Televisi Sebagai Media Iklan.....	41
2.2.2. Daya Tarik Iklan	43
BAB III. METODE PENELITIAN	46
3.1. Metode Penelitian	46
3.2. Jenis Penelitian.....	46
3.3. Objek Penelitian	47
3.4. Subjek Penelitian.....	47
3.5. Sumber Data.....	47
3.6. Metode Pengumpulan Data	48
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Gambar Umum Objek Penelitian.....	49
4.2 Iklan OLX Versi Upgrade Motor.....	52
4.3. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	56
4.4. Hasil Penelitian	57
4.2.2.1 Daya Tarik Pesan	57
4.2.2.2 Daya Tarik Talent	60
4.2.2.3 Daya Tarik Nilai Positif.....	62
4.2.1 Minat Mengakses Informasi.....	66
4.5 Pembahasan	71
BAB V. PENUTUP	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Distribusi Frekuensi Jawaban Daya Tarik Pesan	58
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Jawaban Daya Tarik Talent	61
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Daya Tarik Nilai Positif.....	64
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Jawaban Pengenalan Kebutuhan	67
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Pencarian Informasi	68
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Jawaban Harga.....	69
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Brand.....	70