

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Abstrak	xvi
<i>Abstract</i>	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Kerangka Teori	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Periklanan	17
----------------------	----

2.1.1 Pengertian Iklan	17
2.1.2 Jenis-jenis Iklan	19
2.1.3 Tujuan Iklan	19
2.1.4 Sifat-sifat Iklan	21
2.1.5 Pengaruh Iklan	22
2.1.6 Iklan Layanan Masyarakat	24
2.2 Televisi	25
2.2.1 Jenis-jenis Program Televisi	26
2.2.2. Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa	27
2.3 Konsep Perubahan Perilaku	31
2.4 Iklan Layanan Masyarakat “Imunisasi Massal Campak Rubella”	36
2.5 Penelitian Terdahulu	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	40
3.1 Lokasi Penelitian	41
3.3 Sumber Data	41
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.5 Variabel Penelitian	42
3.6 Indikator Penelitian	43
3.6.1 Definisi Konseptual	43
3.6.2 Definisi Operasional	45

3.7 Teknik Pengumpulan Data	48
3.8 Validitas dan Realibilitas	49
3.6.1 Uji Validitas	49
3.6.2 Uji Reliabilitas	52
3.9 Teknik Analisi Data	53
3.9.1 Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	54
3.9.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian	56
4.2 Gambaran Iklan “Imunisasi Massal Campak dan Rubella”	57
4.3 Identifikasi Responden	58
4.3.1 Gambaran Responden	58
4.4 Deskripsi Hasil Penelitian	62
4.4.1 Deskripsi Variabel X	62
4.4.2 Deskripsi Variabel Y	72
4.5 Uji Hipotesis	81
4.6 Analisis <i>Product Moment</i>	82
4.7 Analisis Regresi Linier Regresi	84
4.8 Uji Signifikansi t	85
4.9 Nilai Koefisien Determinasi (R Square)	86
4.10 Hasil Penelitian Variabel X dan Y	87

4.11 Pembahasan	91
-----------------------	----

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	98
----------------------	----

5.2 Saran	99
-----------------	----

Daftar Pustaka

Lampiran

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas X	50
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Y	51
Tabel 3.3 Reliabilitas	53
Tabel 4.1 Gambaran Penelitian Iklan Layanan Masyarakat	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menonton	61
Tabel 4.5 Frekuensi Menonton Iklan	63
Tabel 4.6 Frekuensi Menonton Lebih Sering daripada Iklan Lain	64
Tabel 4.7 Frekuensi Menonton Karena Menarik	65
Tabel 4.8 Frekuensi Menonton Karena Model Iklannya	66
Tabel 4.9 Iklan Menunjukkan Kepercayaan Imunisasi MR Rendah	67
Tabel 4.10 Iklan Mengingatkan untuk Imunisasi	68
Tabel 4.11 Intensitas Menonton Iklan Hingga Selesai	69
Tabel 4.12 Intensitas Memperhatikan Setiap Adegan	70
Tabel 4.13 Bahasa pada Iklan Mudah di Mengerti	71
Tabel 4.14 Cara Penyampaian Menarik Perhatian	71
Tabel 4.15 Pentingnya Melakukan Imunisasi MR	73
Tabel 4.16 Imunisasi MR Harus di Lakukan Rutin	74
Tabel 4.17 Imunisasi Campak Rubella Ampuh dan Aman	74

Tabel 4.18 Imunisasi MR Menghindari Cacat dan Kematian	75
Tabel 4.19 Imunisasi Aman untuk Anak	76
Tabel 4.20 Mencegah Berkembangnya Campak dan Rubella	77
Tabel 4.21 Mengikuti Imunisasi Campak dan Rubella	78
Tabel 4.22 Mengikuti Imunisasi MR Rutin	79
Tabel 4.23 Mengikuti Imunisasi Agar Terhindar Penyakit	80
Tabel 4.24 Menyarankan Kepada Ibu-Ibu Untuk Imunisasi pada Anak	81
Tabel 4.25 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .	83
Tabel 4.26 Hasil Korelasi <i>Product Moment</i>	83
Tabel 4.27 Estimasi Persamaan Regresi Linier Sederhana	84
Tabel 4.28 <i>Coefficients</i>	86
Tabel 4.29 <i>Model Summary</i>	87
Tabel 4.30 Pengaruh terpaan Iklan Layanan Masyarakat	88
Tabel 4.31 Perubahan Perilaku Masyarakat	90

Daftar Gambar

Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menonton	62