

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN AKADEMIK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKS	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	4
C. TUJUAN PENELITIAN	4
D. MANFAAT PENELITIAN	4
E. TINJAUAN PUSTAKA	4
F. KERANGKA TEORI	8
F.1. Teori Dampak	8
F.2. Iklan layanan Masyarakat	10
F.3. Televisi	12
G. METODE PENELITIAN	13
G.1. Jenis Penelitian	13
G.2. Menentukan subjek dan objek penelitian	13
G.3. Variabel Penelitian	14
G.4. Populasi dan Sampel	14
G.5. Metode dan Instrument Pengumpulan data	17
G.6. Uji Validitasi dan Uji Reliabilitas Instrumen	17
G.7. Teknik Analisis Data	17

BAB II	
GAMBARAN UMUM OBJEK.....	22
A. SMA di kota Payakumbuh.....	22
B. Payakumbuh	23
BAB III	
TEMUAN HASIL PENELITIAN	26
A. Karakteristik Responden.....	26
B. Frekuensi Menonton Iklan sebagai Variabel Independen (X).....	30
C. Dampak Kognitif sebagai Variabel Dependen (Y).....	31
D. Dampak Afektif sebagai Variabel Dependen (Y).....	33
E. Dampak Konatif sebagai Variabel Dependen (Y).....	35
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen	38
B. Analisis Deskriptif	42
C. Analisa Regresi Linear Sederhana	46
D. Besarnya Pengaruh Variable Independen (X) terhadap Variabel Dependen (Y).....	48
E. Uji Hipotesis dalam Analisis Regresi Linear Sederhana.....	50
BAB V	
PENUTUP	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data populasi penelitian	14
Tabel 2. Data Jumlah Sampel Tiap Sekolah.....	16
Tabel 3. Nilai dari Posisi keputusan	19
Tabel 4. Luas wilayah kota Payakumbuh	24
Tabel 5. Jumlah penduduk kota payakumbuh	24
Tabel 6. Data Usia Responden	26
Tabel 7. Data Penentuan Sampel Masing-masing Sekolah	28
Tabel 8. Data Berdasarkan Hobi Responden.....	29
Tabel 9. Persebaran Pilihan Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Iklan	30
Tabel 10. Persebaran Pilihan Responden Berdasarkan Dampak Kognitif	31
Tabel 11. Persebaran Pilihan Responden Berdasarkan Dampak Afektif.	34
Tabel 12. Persebaran Pilihan Responden Berdasarkan Dampak Konatif.....	36
Tabel 13. Validitas Kuesioner Variable (X) Frekuensi Menonton Iklan.....	39
Tabel 14. Validitas Kuesioner Variabel (Y) Dampak Kognitif.....	39
Tabel 15. Validitas Kuesioner Variable (Y) Dampak Afektif.....	40
Tabel 16. Validitas Kuesioner Variable (Y) Dampak Konatif	41
Tabel 17. Uji Validitasi dan Uji Reliabilitas Instrumen	42
Tabel 18. Analisis Deskriptif Frekuensi Penayangan Iklan	43
Tabel 19. Analisis Deskriptif Dampak Kognitif.....	43
Tabel 20. Analisis Deskriptif Dampak Afektif.....	44
Tabel 21. Analisis Deskriptif Dampak Konatif.....	45
Tabel 22. Nilai Koefisien Regresi Sederhana Dampak Kognitif.....	47
Tabel 23. Nilai Koefisien Regresi Sederhana Dampak Afektif.....	47
Tabel 24. Nilai Koefisien Regresi Sederhana Dampak Konatif	48
Tabel 25. Pengaruh Frekuensi Menonton Iklan terhadap Dampak Kognitif	49
Tabel 26. Pengaruh Frekuensi Menonton Iklan terhadap Dampak Afektif.....	49
Tabel 27. Pengaruh Frekuensi Menonton Iklan terhadap Dampak Konatif	49
Tabel 28. Nilai Sig Frekuensi Menonton Iklan terhadap Dampak Kognitif	50
Tabel 29. Nilai Sig Frekuensi Menonton Iklan terhadap Dampak Afektif	50
Tabel 30. Nilai Sig Frekuensi Menonton Iklan terhadap Dampak Konatif.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo kota Payakumbuh	23
Gambar 2. Diagram Berdasarkan Usia Responden	27
Gambar 3. Diagram Berdasarkan Penentuan Sampel Masing-masing Sekolah.....	29
Gambar 4. Diagram Berdasarkan Hobi Responden.....	30

