

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Aspek Teoritis .....	10
1.4.2 Aspek Praktis .....	10
1.5 Tahapan Penelitian .....	10
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	26
2.2.1 Memahami Komunikasi .....	26
2.2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	28
2.2.2 Periklanan.....	30
2.2.3 Iklan .....	33
2.2.3.1 Media Iklan .....	34
2.2.4 Daya Tarik Pesan Iklan .....	36
2.2.5 Majalah.....	38
2.2.5.1 Elemen <i>print ad</i> .....	42
2.6 Analisis Isi.....	45
2.6.1 Ciri Penting Analisis Isi .....	46
2.6.2 Tujuan Analisis Isi .....	47
2.6.3 Pendekatan Analisis Iis .....	48
2.3 Kerangka Pemikiran.....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	51
3.2 Metode Penelitian.....	52
3.3 Objek Penelitian .....	53
3.4 Operasional Variabel.....	59
3.5 Populasi dan Sampel .....	62

3.6 Pengumpulan Data .....	62
3.6.1 Data Primer .....	62
3.6.2 Data Sekunder .....	62
3.7 Keabsahan Data.....	63
3.7.1 Validitas .....	63
3.7.2 Reliabilitas .....	63
3.7.2 Identitas Coder .....	64
3.8 Teknik Analisis Data.....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>66</b>
4.1 Karakteristik Coder .....	66
4.2 Hasil Penelitian .....	67
4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas .....	67
4.2.1.1 <i>Coeffisien Reliability</i> pada <i>Headline</i> .....	68
4.2.1.2 <i>Coeffisien Reliability</i> pada Penggunaan <i>Subheadline</i> .....	69
4.2.1.3 <i>Coeffisien Reliability</i> pada <i>Body Copy</i> .....	70
4.2.1.4 <i>Coeffisien Reliability</i> pada Teknik Ilustrasi .....	72
4.2.1.5 <i>Coeffisien Reliability</i> pada Daya Tarik Pesan.....	73
4.2.2 Hasil Dominasi Elemen <i>print ad</i> dan Daya Tarik Pesan.....	74
4.2.2.1 Analisis Dominasi pada <i>Headline</i> .....	74
4.2.2.1 Analisis Kecenderungan Penggunaan <i>Subheadline</i> .....	76
4.2.2.1 Analisis Dominasi pada <i>Body Copy</i> .....	77
4.2.2.1 Analisis Dominasi pada Teknik Ilustrasi .....	78
4.2.2.1 Analisis Dominasi pada Daya Tarik Pesan Iklan.....	79
4.3 Pembahasan.....	79
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>81</b>
Kesimpulan .....	81
Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>