

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Berita Mengenai Ketidak-pahaman Masyarakat Terhadap Pemilu 2019...	7
Tabel 1.2	Waktu dan Periode Penelitian	16
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	33
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	37
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu Skripsi	41
Tabel 3.1	DRM <i>Attention</i> (Perhatian) Aspek Determinan Pribadi.....	48
Tabel 3.2	DRM <i>Attention</i> (Perhatian) Aspek Determinan Stimulus	50
Tabel 3.3	DRM <i>Readthroughness</i> (Pemahaman).....	53
Tabel 3.4	DRM <i>Cognitive Response</i> (Respon Kognitif).....	55
Tabel 3.5	DRM <i>Affective Response</i> (Respon Afektif)	56
Tabel 3.6	DRM <i>Behavioral Response</i> (Respon Terhadap Iklan).....	57
Tabel 3.7	Skala Likert	58
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas	63
Tabel 3.9	Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 3.10	Kriteria Interpretasi Skor.....	67
Tabel 3.11	Klasifikasi Kriteria Penilaian Presentase	68
Tabel 3.12	<i>Direct Rating</i>	70
Tabel 4.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Attention</i>	78
Tabel 4.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Readthroughness</i>	85
Tabel 4.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Cognitive Response</i>	90
Tabel 4.4	Analisis Deskriptif Variabel <i>Affective Response</i>	93
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Variabel <i>Behavioral Response</i>	95
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif <i>Direct Rating Method</i>	98
Tabel 4.7	Skor Rata-rata.....	99
Tabel 4.8	Hasil <i>Direct Rating Method</i>	101
Tabel 4.9	Hasil Uji Hipotesis	104
Tabel 4.10	Efektivitas Iklan pada Variabel Perhatian (<i>Attention</i>).....	106
Tabel 4.11	Efektivitas Iklan pada Variabel Pemahaman (<i>Readthroughness</i>)	107
Tabel 4.12	Efektivitas Iklan pada Variabel Respon Kognitif (<i>Cognitive Response</i>)	108
Tabel 4.13	Efektivitas Iklan pada Variabel Respon Afektif (<i>Affective Response</i>).	108

Tabel 4.14 Efektivitas Iklan pada Variabel Sikap terhadap Iklan (<i>Behavioral Response</i>)	109
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----