

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
RINGKESAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LatarBelakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	8
2.1.1 Matriks <i>Review</i> Penelitian Sejenis	9
2.2 Kerangka Konseptual	13
2.2.1 Komunikasi	13

2.2.1.1 Definisi Komunikasi	13
2.2.1.2 Unsur-unsus Komunikasi	15
2.2.1.3 Fungsi Komunikasi	16
2.2.1.4 Tujuan Komunikasi	16
2.2.1.5 Proses Komunikasi	17
2.2.2 Komunikasi Massa	19
2.2.2.1 Definisi Komunikasi Massa	19
2.2.2.2 Unsur-unsur Komunikasi Massa	21
2.2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa	22
2.2.3 Komunikasi Intrapersonal	23
2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Intrapersonal	23
2.2.3.2 Proses Komunikasi Intrapersonal	23
2.2.4 Media Sosial	27
2.2.4.1 Jenis-jenis Media Sosial	28
2.2.5 Youtube	29
2.2.6 Periklanan	30
2.2.4.1 Daya Tarik iklan	30
2.2.7 <i>Public Relations</i>	33
2.2.7.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	33
2.2.7.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	35
2.2.7.3 Tujuan <i>Public Relations</i>	35
2.2.7.4 Peran <i>Public Relations</i>	37

2.2.8 Mahasiswa.....	39
2.3 Kerangka Teoritis	39
2.3.1 Persepsi	40
2.4. Kerangka Pemikiran.....	41
2.4.1 Persepsi Kenneth K. Sereno, Edward M. Bodaken.....	42
, Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson	
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Subjek penelitian	47
3.2 Objek Penelitian	47
3.3 Metodologi Penelitian	49
3.3.1 Paradigma Penelitian	50
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data	51
3.3.3 Rancangan Analisis Data	54
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	56
3.4 Membuka Akses dan Menjalin Kepercayaan Hasil Penelitian	58
3.5 Informan Penelitian	58
3.6 Tahap Penelitian	61
3.6.1 Tahap Persiapan Penelitian	61
3.6.2 Tahap Pelaksanaan Penelitian	62
3.6.3 Tahap Penyelesaian Penelitian	62
3.7 Lokasi, dan Jadwal Penelitian	63
3.7.1 Lokasi Penelitian	63
3.7.2 Jadwal Penelitian	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Hasil penelitian	64
4.1.1 Informan Penelitian	65
4.1.1.1 Deskripsi Informan Inti	65
4.1.1.2 Deskripsi Informan Ahli	70
4.1.1.3 Deskripsi Informan Akademisi	71
4.1.2 Sensasi Mahasiswa FISIP Unpas mengenai Iklan	71
Smartfren “Unlimited Tanpa Tapi” di Youtube	
4.1.2.1 Tabulasi Hasil Data Informan Mengenai Sensasi.....	91
Mahasiswa FISIP Unpas Mengenai Iklan Smartfren	
“Unlimited Tanpa Tapi” di Youtube	
4.1.2.2 Sensasi Yang Di Dapat Mahasiswa FISIP Unpas.....	96
Mengenai Iklan Smartfren “Unlimited Tanpa Tapi”	
Di Youtube	
4.1.3 Atensi Mahasiswa FISIP Unpas mengenai Iklan	98
Smartfren “Unlimited Tanpa Tapi” di Youtube	
4.1.3.1 Tabulasi Hasil Data Informan Mengenai Atensi	115
Mahasiswa FISIP Unpas Mengenai Iklan Smartfren	
“Unlimited Tanpa Tapi” di Youtube	
4.1.3.2 Atensi Yang Di Dapat Mahasiswa FISIP Unpas	121
Mengenai Iklan Smartfren “Unlimited Tanpa Tapi”	
Di Youtube	

4.1.4 Interpretasi Mahasiswa FISIP Unpas mengenai Iklan	123
Smartfren “Unlimited Tanpa Tapi” di Youtube	
4.1.4.1 Tabulasi Hasil Data Informan Mengenai Interpretasi.....	136
Mahasiswa FISIP Unpas Mengenai Iklan Smartfren	
“Unlimited Tanpa Tapi” di Youtube	
4.1.4.2 Interpretasi Yang Di Dapat Mahasiswa FISIP Unpas.....	140
Mengenai Iklan Smartfren “Unlimited Tanpa Tapi”	
Di Youtube	
4.2 Pembahasan penelitian	142
4.2.1 Hubungan Teori Persepsi dengan Iklan	142
“Unlimited Tanpa Tapi” di Youtube oleh Smartfren	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	145
5.1 Kesimpulan	145
5.2 Saran.....	147
DAFTARPUSTAKA	148
LAMPIRAN.....	153

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks <i>Review</i> Penelitian Sejenis.....	9
Tabel 2.4 Bagan Kerangka Pemikiran.....	45
Tabel 3.7 Jadwal Penelitian.....	62
Tabel 4.1 Tabel Jadwal Wawancara.....	64
Tabel 4.1.2.1 Tabulasi Hasil Data Informan Mengenai Sensasi	91
Mahasiswa FISIP Unpas Mengenai Iklan Smarfren “Unlimited Tanpa Tapi” di Youtube	
Tabel 4.1.3.1 Tabulasi Hasil Data Informan Mengenai Atensi	115
Mahasiswa FISIP Unpas Mengenai Iklan Smarfren “Unlimited Tanpa Tapi” di Youtube	
Tabel 4.1.4.1 Tabulasi Hasil Data Informan Mengenai Interpretasi.....	136
Mahasiswa FISIP Unpas Mengenai Iklan Smarfren “Unlimited Tanpa Tapi” di Youtube	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Potongan Iklan bagian 1	48
Gambar 3.2 Potongan Iklan bagian 2	49
Gambar 3.2 Potongan Iklan bagian 3	49

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 (Daftar Riwayat Hidup)	153
2. Lampiran 2 (Pedoman Wawancara Informan Inti).....	155
3. Lampiran 3 (Pedoman Wawancara Informan Ahli)	156
4. Lampiran 4 (Pedoman Wawancara Informan Akademisi).....	157
5. Lampiran 5 (Dokumentasi)	158