

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Metode Penelitian	6
1. Jenis Penelitian	6
2. Populasi, Sampel, & Teknik Pengambilan Sampel	6
3. Jenis Data Penelitian	8
4. Teknik Pengumpulan Data	8
5. Teknik Analisis Data	8
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Iklan	11
B. Tujuan Periklanan	12
C. Fungsi Iklan	13
D. Isi Iklan	14

E. Jenis-jenis Iklan.....	15
F. Strategi Periklanan	16
G. <i>EPIC Model</i>	20

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	23
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
1. Populasi.....	23
2. Sampel.....	23
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	25
C. Ukuran Populasi	26
D. Jenis Data Penelitian	26
1. Data Primer	26
2. Data Sekunder	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Validitas dan Reliabilitas.....	27
1. Validitas.....	27
2. Reliabilitas.....	28
G. Teknik Analisis Data	27
1. Teknik Analisis Kuantitatif.....	29
2. Teknik Analisis Kualitatif.....	30
1. Analisis Tabulasi Sederhana	30
2. Skor rata-rata.....	31

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data Penelitian	33
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	35
C. Analisis Karakteristik Efektifitas Iklan Dengan Menggunakan <i>Model EPIC</i>	40
D. Perhitungan Analisis Tabulasi Sederhana <i>Model EPIC</i>	53
1. Analisis Tabulasi Sederhana	

a) <i>Empathy</i>	53
b) <i>Persuasion</i>	54
c) <i>Impact</i>	55
d) <i>Communication</i>	56
E. Perhitungan Skor rata-rata <i>Model EPIC</i>	57
1. Skor rata-rata	
a) <i>Empathy</i>	57
b) <i>Persuasion</i>	59
c) <i>Impact</i>	61
d) <i>Communication</i>	63

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

E. Simpulan	67
F. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Profil Tujuh Pakar Rambut Dunia.....	4
Tabel 4.1 Identitas Partisipan Berdasarkan Usia.....	33
Table 4.2 Identitas Partisipan Berdasarkan Tingkat Pendidikan	34
Tabel 4.3 Identitas Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Data	37
Table 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Table 4.6 Iklan Shampo Sunsilk Co Creations Menarik Perhatian Anda	40
Table 4.7 Iklan shampo Sunsilk Co Creations Membuat Anda Ingin Melihat Iklannya Lagi.....	41
Tabel 4.8 Sentuhan Tujuh pakar rambut dunia membuat Sunsilk Co creations berbeda dari produk shampo yang lain, Sehingga membuat Anda ingin Melihat Iklannya	42
Tabel 4.9 Setelah melihat iklan Sunsilk Co creations Anda tergoda untuk Mencobanya.....	43
Tabel 4.10 Pada iklan Sunsilk Co creations, Thomas taw mampu memberi pembuktian bahwa salah satu produk yang dihasilkannya Sunsilk Co Creations ” Soft and Smooth ” membuat rambut tidak mudah kusut dan menjadi halus, sehingga Anda tergoda untuk membelinya.....	44
Tabel 4.11 Keindahan rambut Julie Estelle sebagai bintang iklan Sunsilk Co Creations mempengaruhi Anda untuk mencoba produk Sunsilk Co Creations.....	45
Tabel 4.12 Setelah melihat iklan yang ditampilkan Sunsilk Co Creations Anda menjadi yakin dengan Sunsilk Co Creations.....	46
Tabel 4.13 Anda mencari lebih dalam informasi mengenai Sunsilk Co Creations.....	47
Tabel 4.14 Setelah melihat iklan yang ditampilkan Sunsilk Co Creations Anda mempunyai niat membelinya.....	48
Tabel 4.15 Setelah melihat iklan yang ditampilkan Sunsilk Co Creations Anda segera ingin menggunakannya.....	49
Table 4.16 Iklan Sunsilk Co Creations tepat menggunakan Julie Estelle sebagai bintangnya, karena mampu mengkomunikasikan keunggulan dari produk Sunsilk Co Creations.....	50
Tabel 4.17 Slogan Sunsilk Co Creations ” Tantangan 7 hari Sunsilk” mudah dimengerti.....	51
Tabel 4.18 Iklan Sunsilk Co Creations menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pemirsa.....	52
Tabel 4.19 Faktor Empahty responden terhadap iklan Sunsilk Co Creations versi tujuh pakar rambut dunia(ThomasTaw).....	53
Tabel 4.20 Faktor Persuasion responden terhadap iklan Sunsilk Co Creations versi tujuh pakar rambut dunia (Thomas Taw).....	54

Tabel 4.21 Faktor Impact Responden Terhadap Iklan Sunsilk Co Creations versi tujuh pakar rambut dunia (Thomas Taw).....	55
Tabel 4.22 Faktor Communication Responden Terhadap Iklan Sunsilk Co Creations versi tujuh pakar rambut dunia (Thomas Taw).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	<i>EPIC Model</i>	Halaman 66
------------	-------------------------	---------------