

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
LEMBAR DEDIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	7
1.5. Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah	7
1.6. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	
1.6.1. Kerangka Pemikiran	9
1.6.2. Hipotesis	16
1.7. Metodologi Penelitian	
1.7.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	18
1.7.2. Populasi dan Sampel	19
1.7.3. Teknik Pengumpulan Data	21
BAB II TINJAUAN TEORETIS	
2.1. Kajian Pustaka	
2.1.1. Penelitian Terdahulu	23
2.2. Tinjauan Teori	

2.2.1. Pengertian Komunikasi	28
2.2.2. Pesan Komunikasi	29
2.3. Komunikasi Massa	
2.3.1. Pengertian Komunikasi Massa	32
2.3.2. Karakteristik Komunikasi Massa	34
2.3.3. Fungsi Komunikasi Massa	35
2.3.4. Media Massa	38
2.4. Televisi sebagai Media Periklanan	39
2.5. Iklan	
2.5.1. Pengertian Iklan	40
2.5.2. Prinsip Dasar Iklan	41
2.5.3. Tujuan Iklan	43
2.5.4. Jenis-Jenis Iklan	44
2.5.5. Iklan Layanan Masyarakat	46
2.5.6. Keberhasilan Iklan	47
2.6. Kesadaran	49
2.7. Teori Difusi Inovasi	50
BAB III METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN	
3.1. Metodologi Penelitian	
3.1.1. Operasionalisasi Variabel	52
3.1.2. Teknik Analisis Data	54
3.1.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.2. PT Mayora Indah Tbk	
3.2.1. Sejarah Singkat PT Mayora Indah Tbk	61
3.2.2. Visi dan Misi PT Mayora Indah Tbk	62
3.2.3. Logo PT Mayora Indah Tbk	63
3.2.4. Kegiatan Usaha Serta Jenis Produk yang Dihasilkan	63
3.2.5. Produk Energen	65
3.2.6. Program Mengenai Sarapan dari Energen	65
3.3. Iklan Energen Mengenai Sarapan	68
3.3.1. Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9”	

Bagian 1	68
3.4. SMA Negeri 6 Bandung	
3.4.1. Sejarah Singkat SMA Negeri 6 Bandung	70
3.4.2. Visi, Misi, Motto, Strategi dan Tujuan Pendidikan	71
3.4.3. Logo SMA Negeri 6 Bandung	74
3.4.4. Struktur Organisasi SMA Negeri 6 Bandung	75
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1. Analisis Deskriptif Data Responden	76
4.2. Analisis Deskriptif Data Penelitian	81
4.2.1. Tayangan Iklan Energen (Variabel X)	82
4.2.2. Kesadaran Sarapan Sehat di Pagi Hari (Variabel Y)	107
4.3. Analisis Inferensial Data Penelitian	
4.3.1. Hubungan Antara Pemenuhan Harapan dalam Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” (X1) dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9 (Y)	131
4.3.2. Hubungan Antara Model dalam Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” (X2) dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9 (Y)	133
4.3.3. Hubungan Antara Slogan dalam Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” (X3) dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9 (Y)	135
4.3.4. Hubungan Antara Emosi yang Terlibat dalam Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” (X4) dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9 (Y)	137
4.3.5. Hubungan Antara Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” (X) dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9 (Y)	139

4.4. Pembahasan	
4.4.1. Analisis Hubungan Antara Pemenuhan Harapan dalam Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” (X1) dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9 (Y)	141
4.4.2. Analisis Hubungan Antara Model dalam Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” (X2) dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9 (Y)	142
4.4.3. Analisis Hubungan Antara Slogan dalam Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” (X3) dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9 (Y)	144
4.4.4. Analisis Hubungan Antara Emosi yang Terlibat dalam Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” (X4) dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9 (Y)	145
4.4.5. Analisis Hubungan Antara Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” (X) dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9 (Y)	147
BAB V PENUTUP	
5.1. Simpulan	150
5.2. Saran	152
DAFTAR PUSTAKA	154
LAMPIRAN	157

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	52
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Pada Variabel Tayangan Iklan Energen (X) ..	58
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Pada Variabel Kesadaran Sarapan Sehat Di Pagi Hari (Y)	59
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Pada Variabel X dan Y	61
Tabel 3.5	Divisi Produksi PT. Mayora Indah Tbk	64
Tabel 3.6	Produk-Produk Pelopor Hasil Inovasi PT. Mayora Indah Tbk	64
Tabel 3.7	Pimpinan SMA Negeri 6 Bandung Sejak Awal	71
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	77
Tabel 4.2	Kelas Responden	78
Tabel 4.3	Tempat Tinggal Responden	79
Tabel 4.4	Responden Pernah Menonton Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” di Televisi	80
Tabel 4.5	Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Memberikan Informasi Penting Mengenai Sarapan	82
Tabel 4.6	Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Memberikan Solusi Mengenai Masalah Sarapan yang Seringkali Terabaikan	83
Tabel 4.7	Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Memberikan Jawaban Mengenai Sarapan yang Baik Adalah Dilakukan Sebelum Jam 9	84
Tabel 4.8	Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Memberikan Jawaban Mengenai Sarapan yang Baik Adalah yang Mengandung ¼ Gizi Harian	85
Tabel 4.9	Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Memberikan Informasi Penting Agar Kita Tidak Kekurangan Gizi Sarapan	86

Tabel 4.10 Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Memberikan Informasi Penting yang Dapat Memenuhi Harapan Kita Untuk Hidup Sehat	87
Tabel 4.11 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Pemenuhan Harapan	88
Tabel 4.12 Model dalam Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Mewakili Khalayak yang Dituju	90
Tabel 4.13 Model dalam Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Sesuai dengan Tema Iklan	90
Tabel 4.14 Model dalam Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Sesuai dengan Pesan yang Disampaikan	91
Tabel 4.15 Tokoh dalam Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Mewakili Para Pakar Kesehatan, Gizi dan Pangan	92
Tabel 4.16 Tokoh dalam Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Meyakinkan	93
Tabel 4.17 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Model	94
Tabel 4.18 Slogan “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Simpel	96
Tabel 4.19 Slogan “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Menarik	97
Tabel 4.20 Slogan “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Mudah Diingat	97
Tabel 4.21 Slogan “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Dapat Diulang	98
Tabel 4.22 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Slogan	99
Tabel 4.23 Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Menimbulkan Perasaan Khawatir Kekurangan Gizi Sarapan	101
Tabel 4.24 Tercermin Perasaan Semangat dari Anak-Anak Sekolah dalam Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” .	101
Tabel 4.25 Tercermin Perasaan Bahagia dari Anak-Anak Sekolah dalam Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” .	102
Tabel 4.26 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Emosi yang Terlibat .	103
Tabel 4.27 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Tayangan Iklan Energen	105
Tabel 4.28 Pengetahuan Responden Mengenai Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9”	107

Tabel 4.29 Pengetahuan Responden Mengenai Fakta Bahwa 7 Dari 10 Anak Indonesia Kekurangan Gizi Sarapan	108
Tabel 4.30 Pengetahuan Responden Mengenai Pentingnya Sarapan	109
Tabel 4.31 Pengetahuan Responden Mengenai Sarapan yang Baik Adalah Dilakukan Sebelum Jam 9	109
Tabel 4.32 Pengetahuan Responden Bahwa yang Diperlukan Adalah Sarapan Sehat Bergizi yang Mengandung $\frac{1}{4}$ Gizi Harian	110
Tabel 4.33 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Pengetahuan	111
Tabel 4.34 Responden Setuju dengan Pentingnya Sarapan Bergizi	113
Tabel 4.35 Responden Setuju Bahwa Kita Tidak Boleh Mengabaikan Sarapan	114
Tabel 4.36 Responden Setuju Bahwa Sarapan Harus Dilakukan Sebelum Jam 9	114
Tabel 4.37 Responden Setuju Bahwa Sarapan Harus dengan Menu yang Sehat, Mengandung $\frac{1}{4}$ Gizi Harian	115
Tabel 4.38 Ketertarikan/Keinginan Responden untuk Melakukan Sarapan Sehat dengan Menu Bergizi	116
Tabel 4.39 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Persuasi	117
Tabel 4.40 Keputusan Responden untuk Melakukan Sarapan Sehat Sebelum Jam 9	119
Tabel 4.41 Keputusan Responden untuk Tidak Akan Melewatkan Sarapan, Karena Penting untuk Menunjang Tubuh Beraktivitas	119
Tabel 4.42 Keputusan Responden untuk Melakukan Sarapan dengan Menu Bergizi yang Mengandung $\frac{1}{4}$ Gizi Harian	120
Tabel 4.43 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan	121
Tabel 4.44 Responden Mencari Informasi dari Sumber Lain Mengenai Sarapan Sehat Sebelum Jam 9 yang Mengandung $\frac{1}{4}$ Gizi Harian	123
Tabel 4.45 Responden Berdiskusi dengan Orang Tua/Keluarga Mengenai Sarapan Bergizi	124
Tabel 4.46 Responden Berdiskusi dengan Teman-Teman Mengenai Sarapan Bergizi	125

Tabel 4.47 Responden Bertanya Pada Pihak yang Dianggap Kompeten dalam Pengetahuan Mengenai Sarapan Sehat Bergizi	126
Tabel 4.48 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Konfirmasi	127
Tabel 4.49 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Kesadaran Sarapan Sehat di Pagi Hari	129
Tabel 4.50 Hasil Korelasi Rank Spearman untuk Hubungan Antara X1 dan Y	131
Tabel 4.51 Hasil Korelasi Rank Spearman untuk Hubungan Antara X2 dan Y	133
Tabel 4.52 Hasil Korelasi Rank Spearman untuk Hubungan Antara X3 dan Y	135
Tabel 4.53 Hasil Korelasi Rank Spearman untuk Hubungan Antara X4 dan Y	137
Tabel 4.53 Hasil Korelasi Rank Spearman untuk Hubungan Antara X dan Y	139



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Bagan Kerangka Pemikiran	16
Gambar 1.2	Hubungan <i>Multivariat</i> ...	19
Gambar 1.3	Bagan Sampel Klaster Multitahap	21
Gambar 3.1	Logo PT. Mayora Indah Tbk	63
Gambar 3.2	Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Bagian 1	68
Gambar 3.2	Logo SMA Negeri 6 Bandung	74
Gambar 3.3	Struktur Organisasi SMA Negeri 6 Bandung	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Angket Penelitian	157
Lampiran 2.	Coding Book	162
Lampiran 3.	Coding Sheet	167
Lampiran 4.	Output SPSS 17.0 Uji Validitas Variabel X	171
Lampiran 5.	Output SPSS 17.0 Uji Validitas Variabel Y	175
Lampiran 6.	Output SPSS 17.0 Uji Reliabilitas Variabel X	179
Lampiran 7.	Output SPSS 17.0 Uji Reliabilitas Variabel Y	179
Lampiran 8.	Output SPSS 17.0 Korelasi Antara Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9	180
Lampiran 9.	Output SPSS 17.0 Korelasi Antara Tayangan Iklan Energen Versi “Sarapan Sehat Sebelum Jam 9” Beserta Indikatornya dengan Kesadaran Siswa SMAN 6 Bandung untuk Sarapan Sehat di Pagi Hari Sebelum Jam 9	181
Lampiran 10.	Tabel Distribusi t	182
Lampiran 11.	Tabel Nilai Korelasi r	184
Lampiran 12.	Surat Pengantar Penelitian	186
Lampiran 13.	Surat Keterangan Penelitian	187
Lampiran 14.	Daftar Nama Responden	188
Lampiran 15.	Riwayat Hidup Peneliti	190