

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- As'ad, N. 1991. *Psikologi Industri*. Liberty, Yogyakarta
- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Armico, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana MA. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT Citra Aditya, Bandung.
- _____. 1990. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- _____. 1984. *Televisi Siaran : Teori dan Praktek*. Alumni, Bandung.
- _____. 1986. *Dinamika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- _____. 1992. *Dimensi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Fisher, B Aubrey. 1979. *Teori – Teori Televisi*. Direktorat TV. DEPPAG, Jakarta.
- _____. 1986. *Teori – Teori Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Gerungan, W.A. 1986. *Psikologi Sosial*. Eresco, Bandung
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Gramedia, Jakarta
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa : Sebuah Analisis Isi Media Televisi*. PT Rineka Cipta, Jakarta
- Kasali, Rhenald. 1996. *Manajemen Periklanan*. Grafiti, Jakarta

- Lubis, Suwardi. 1998. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Penerbit USU Press, Medan
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar – Dasar Komunikasi Periklanan*. Citra Aditya Bakti Bandung
- Mc Quail, Dennis. 1994. *Teori Komunikasi Massa (Terjemahan)*. Erlangga, Bandung.
- Mark, M H. 1976. *Introducing to Pschology*. Mc Milland. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Mar'at. 1984. *Sikap Manusia Perubahan dan Pengukurannya*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Moekijat. 1993. *Teori Komunikasi*. Penerbit Mandar Maju, Bandung
- Nawawi, Hadari. 1995. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Nasir, Mohammad. 1999. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Bandung
- Partowisastro, Koestar H. 1983. *Dinamika Dalam Psikologi Pendidikan*. Erlangga, Jakarta.
- Poerwadarminta. 1985. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka, Jakarta.
- Praktikto, Riyono. 1984. *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1993. *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- _____. 2000. *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya,

- Siegel, Sidney & Castellan, N. John Jr. 1988. *Nonparametric Statistic for The Behavioral Science, Second Edition*. R.R. Donnelley & Sons, USA.
- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelitian Survei*. PT Pustaka LP3ES, Jakarta.
- Sprent, Peter. 1990. *Metode Nonparametrik Terapan*. Penerjemah Erwin R. Osman Penerbit Universitas Indonesia (UI Press), Jakarta.
- Sugiono. 1991. *Metode Penelitian Administrasi Alfa Beta*. Penerbit Bina Cipta, Bandung.
- Susanto, Astrid,S. 1977. *Ilmu Komunikasi, Teori & Praktek*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Umar, Husein. 2000. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Wahyudi, J.B. 1986. *Media Komunikasi Massa Televisi*. Alumni, Bandung
- Wijaya,A.W. 1993. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. PT Bina Aksara, Jakarta
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Bina Cipta, Bandung.

KUESIONER

Petunjuk Pengisian :

1. Baca dan jawablah semua pertanyaan tanpa ada yang terlewatkan.
2. Berilah tanda silang [x] pada jawaban yang anda anggap benar.
3. Kotak kode bernomor sebelah kanan pertanyaan mohon jangan diisi.

No. Responden :

1	2

I. Karakteristik Responden :

1. Usia :
 1. 17 - 25 tahun
 2. 25 - 33 tahun
 3. 33 - 40 tahun
2. Pendidikan :
 1. Pendidikan Tinggi
 2. SLTA/Sederajat
 3. SLTP/Sederajat
 4. SD/Tidak Tamat SD
3. Pekerjaan :
 1. Pegawai Negeri.
 2. Pegawai Swasta.
 3. Wiraswasta.
 4. Pelajar/Mahasiswa.
 5. Lain - lainnya [sebutkan]

II. Tayangan Iklan Susu L-Men di Televisi :

5. Apakah anda pernah melihat iklan susu L-Men?
 1. Tidak Pernah.
 2. Pernah.

[Jika anda tidak pernah melihat iklan susu L-Men, berhentilah pada point 5]
6. Jika anda pernah melihat iklan susu L-Men, dari mana anda mendapatkan informasi mengenai iklan susu L-Men?
 1. Televisi.
 2. Majalah.
 3. Radio.
 4. Teman/Keluarga.

7. Pada waktu kapan anda menonton televisi?

No.	Keterangan	Tidak sering	Jarang	Sering
1.	Pagi			
2.	Siang			
3.	Sore			
4.	Malam			

- 8
 9
 10
 11

8. Hal apa yang membuat iklan susu L-Men menarik?

No.	Keterangan	Tidak menarik	Kurang menarik	Menarik
1.	Bintang Iklan			
2.	Slogan			
3.	Isi pesan			

- 12
 13
 14

9. Menurut anda, apakah isi pesan pada iklan susu L-Men sudah jelas?

1. Tidak jelas.
2. Kurang jelas.
3. Jelas.

- 15

10. Menurut anda, apakah slogan yang digunakan oleh iklan susu L-Men sudah tepat?

1. Tidak tepat.
2. Kurang tepat.
3. Tepat.

- 16

11. Menurut anda, kapan waktu yang tepat untuk memunculkan iklan susu L-Men di televisi?

No.	Keterangan	Tidak tepat	Kurang tepat	Tepat
1.	Pagi			
2.	Siang			
3.	Sore			
4.	Malam			

- 17
 18
 19
 20

12. Menurut anda, apakah repetisi/pengulangan penayangan iklan susu L-Men di televisi sudah cukup?

1. Tidak cukup.
2. Kurang cukup.
3. Cukup.

21

III. Minat Beli :

13. Apakah anda suka berolahraga?

1. Tidak suka.
2. Kurang suka.
3. Suka

22

14. Setelah melihat iklan susu L-Men apakah anda tertarik untuk mengkonsumsi susu tersebut?

1. Tidak tertarik.
2. Kurang tertarik.
3. Tertarik.

23

15. Apakah anda percaya terhadap isi pesan yang disampaikan iklan susu L-Men?

1. Tidak percaya.
2. Kurang percaya.
3. Percaya.

24

16. Apakah anda percaya, bahwa susu L-Men dapat memberikan anda tubuh yang ideal setelah mengkonsumsinya tanpa harus berolahraga?

1. Tidak percaya.
2. Kurang percaya.
3. Percaya.

25

17. Menurut anda, apakah harga susu L-Men terjangkau untuk seluruh lapisan masyarakat?

1. Tidak terjangkau.
2. Kurang terjangkau.
3. Terjangkau.

26

18. Bagaimanakah minat anda sekarang untuk mengkonsumsi susu L-Men?

- 1. Rendah.
- 2. Sedang.
- 3. Tinggi.

27

19. Setelah melihat iklan susu L-Men di televisi, apakah anda ingin mencari informasi yang lebih jauh tentang produk ini?

- 1. Ya.
- 2. Tidak.

28

20. Jika ya, media apa yang akan anda gunakan?

Jawab :

.....
.....
.....
.....

21. Kemukakan saran anda terhadap iklan susu L-Men di televisi :

.....
.....
.....
.....

