

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>I</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>II</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>III</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>III</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>V</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>VI</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XV</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XVI</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
1.5 Hasil Penelitian Yang Relevan .....	6
1.6 Landasan Pemikiran .....	14
1.6.1 Landasan Teoritis .....	14
1.6.2 Landasan Konseptual .....	14
1.7 Langkah-Langkah Penelitian .....	16
1.7.1 Lokasi Penelitian .....	16
1.7.2 Pendekatan Dan Metode Penelitian .....	16
1.7.3 Sumber Data.....	17
1.7.4 Informan Dan Unit Analisis .....	18
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data.....	18
1.7.6 Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	19

1.7.7 Teknik Analisis Data.....	20
1.7.8 Rencana Jadwal Penelitian.....	21
<b>BAB II .....</b>	<b>22</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>22</b>
2.1 Komunikasi Interpersonal.....	22
2.1.1 Definisi Komunikasi Interpersonal .....	22
2.1.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	24
2.1.3 Hubungan Interpersonal Yang Efektif .....	25
2.2 Persuasi .....	26
2.2.1 Persuasi Dalam Komunikasi .....	26
2.2.2 Ruang Lingkup Persuasi .....	27
2.2.3 Tujuan Komunikasi Persuasi .....	34
2.2.4 Hambatan Komunikasi Persuasi .....	36
2.3 Periklanan .....	38
2.3.1 Definisi Dan Perkembangan Iklan .....	38
2.3.2 Jenis-Jenis Iklan .....	40
2.3.3 Iklan Di Media Massa.....	43
2.4 Teori Komunikasi Persuasif.....	44
<b>BAB III.....</b>	<b>47</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	47
3.1.1 Sejarah Tribun Jabar .....	47
3.1.2 Visi Misi Tribun Jabar .....	49
3.1.3 Logo Tribun Jabar .....	50
3.1.4 Lokasi Tribun Jabar .....	51
3.1.5 Susunan Redaksi Tribun Jabar.....	51
3.1.6 Rubrikasi Tribun Jabar.....	53
3.1.7 Profil Informan.....	54
3.2 Hasil Penelitian .....	55

3.2.1 Pola Komunikasi Interpersonal dalam Mempersuasi Pengiklan	55
3.2.2 Proses Komunikasi Interpersonal dalam Menyeleksi Pengiklan	59
3.2.3 Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Pengiklan.....	61
3.3 Pembahasan.....	63
3.3.1 Pola Komunikasi Interpersonal dalam Mempersuasi Pengiklan	64
3.3.2 Proses Komunikasi Interpersonal dalam Menyeleksi Pengiklan	66
3.3.3 Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Pengiklan.....	69
<b>BAB IV .....</b>	<b>72</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
4.1 Kesimpulan .....	72
4.2 Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>

