

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep	41
Tabel 3.2	Skala Likert	45
Tabel 3.3	Rekapitulasi Data Efek	48
Tabel 4.1	Terpaan Media	55
Tabel 4.2	Intensitas Menonton Program Ilook Dalam Satu Bulan	56
Tabel 4.3	Porsi Menonton Program Ilook Dalam Setiap Episode	56
Tabel 4.4	Pengetahuan Tentang Adanya Program Ilook	57
Tabel 4.5	Pengetahuan Terhadap Alur Isi Program Ilook	58
Tabel 4.6	Pengetahuan Terhadap Nama <i>Host & Co-Host</i> Program Ilook	59
Tabel 4.7	Pengetahuan Terhadap Fashion Stylish Dalam Program Ilook	60
Tabel 4.8	Pengetahuan Terhadap Segmen-Segmen Yang Ada Dalam Program Ilook	61
Tabel 4.9	Pengetahuan Terhadap Jenis-Jenis Trend Busana Saat Ini	62
Tabel 4.10	Pengetahuan Terhadap Tema Ootd Dalam Setiap Minggunya	63
Tabel 4.11	Akumulasi Efek Kognitif Pada Program Ilook	64
Tabel 4.12	Tayangan Ilook Adalah Program Magazine Show Favorite	64
Tabel 4.13	Tayangan Ilook Adalah Program Yang Tidak Mungkin Anda Lewatkan Setiap Episodenya	65
Tabel 4.14	Menonton Ilook Karena Senang Melihat Host-nya	66

Tabel 4.15	Senang Menonton Program Ilook Karena Mendapat Banyak Informasi Mengenai Beragam Busana.....	67
Tabel 4.16	Senang Menonton Ilook Karena Karakter Dari Host Program Ilook Sesuai Dengan Programnya	68
Tabel 4.17	Menonton Tayangan Ilook Karena Ingin Melihat Segmen “ <i>Make Over</i> ”	69
Tabel 4.18	Menonton Tayangan Ilook Karena Suka Dengan Format Program Yang Masa Kini	70
Tabel 4.19	Akumulasi Efek Afektif Pada Program Ilook.....	71
Tabel 4.20	Rekapitulasi Data Efek Kognitif & Efek Afektif.....	71

