

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN REVISI SIDANG SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Signifikansi Penelitian	5
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Periklanan sebagai Proses Komunikasi	6
2.2 Efek Periklanan	7
2.3 Majalah sebagai Media Periklanan	15
2.4 Iklan Layanan Masyarakat	18
2.5 Gamer	19
2.5.1 Jenis-jenis dari Gamer	20
2.5.2 Jenis-jenis dari Video Gamer	21
BAB III METODOLOGI	
3.1 Tipe Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Definisi Konsep dan Operasionalisasi konsep	27
3.6 Metode Analisa Data	29

	3.6.1 Pemeriksaan Data (editing)	30
	3.6.2 Pengkodean (coding)	30
	3.6.3 Tabulasi Frekuensi	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Sejarah HotGame.....	32
	4.1.2. Positioning HotGame.....	33
	4.1.3 Tentang ILM HotGame... ..	33
	4.2 Hasil Penelitian	34
	4.3 Pembahasan.....	54
BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan	59
	5.2 Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Coding Sheet
3. Gambar Iklan
4. Biografi