

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORETIS, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS	
PENELITIAN	9
A. Kerangka Teoretis	9
1. Pengertian Teks	9
2. Teks Persuasi	10
2.1 Pengertian Teks Persuasi	10
2.2 Ciri-ciri Persuasi	12
2.3 Cara Membuat Teks Persuasi	12
3. Iklan	16
3.1 Pengertian Iklan	16
3.2 Ciri-ciri Iklan	18
3.3 Syarat-syarat Iklan	18
3.4 Manfaat Iklan	19
3.5 Jenis-jenis Iklan	19
3.6 Struktur Iklan	23

4. Langkah-langkah Memodifikasi Iklan Non Komersial Menjadi Teks	24
B. Kerangka Berpikir	26
C. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
B. Populasi dan Sampel Penelitian	28
C. Metode Penelitian	31
D. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	31
E. Jalannya Eksperimen	32
F. Instrumen Penelitian	37
G. Teknik Pengumpulan Data	40
H. Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian	46
1. Penyajian Data	46
2. Deskripsi Data	50
3. Analisis Data	51
3.1 Uji Normalitas Data	51
3.2 Uji homogenitas Data	54
3.3 Uji Hipotesis Data	54
B. Pembahasan Hasil Penelitian	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	58
DAFTAR PUSTAKA	60