

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Signifikansi Penelitian	8
1.4.1. Signifikansi Akademis	8
1.4.2. Signifikansi Sosial	9
1.4.3. Signifikansi Praktis	9
1.5. Kerangka Teori	9
1.5.1. Paradigma Penelitian	9
1.5.2. <i>State of the Art</i> Penelitian	12
1.5.3. Teori Penelitian	14
1.6. Hipotesis Penelitian	18
1.7. Definisi Konseptual	19
1.7.1. Intensitas iklan (X1)	19
1.7.2. Tingkat pengetahuan masyarakat (X2)	19
1.7.3. Sikap masyarakat (Y)	19
1.8. Definisi Operasional	19
1.8.1. Intensitas iklan	20
1.8.2. Tingkat pengetahuan	20
1.8.3. Sikap	22
1.9. Metode Penelitian	22
1.9.1. Tipe Penelitian	22
1.9.2. Populasi	23
1.9.3. Sampel	23

	1.9.4. Teknik Sampling	24
	1.9.5. Jenis dan Sumber Data	24
	1.9.6. Skala Pengukuran	25
	1.9.7. Teknik Perolehan Data	26
	1.9.8. Teknik Pengolahan Data	26
	1.9.9. Analisis Data	27
BAB II	GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	30
	2.1. Gambaran Umum Kota Semarang	30
	2.2. Gambaran Umum Kecamatan Pedurungan	32
	2.2.1. Geografi	32
	2.2.2. Kondisi Demografi	35
	2.3. Profil BKKBN	38
	2.3.1. Tugas	38
	2.3.2. Fungsi	38
	2.3.3. Kewenangan	39
	2.4. Sejarah BKKBN	39
	2.5. VISI dan MISI (BKKBN)	41
	2.6. Uraian Iklan KB	42
	2.7. Produk KB ANDALAN dan manfaatnya	43
BAB III	HASIL TEMUAN PENELITIAN	44
	3.1. Identitas Responden	44
	3.2. Intensitas Iklan Layanan Masyarakat KB Versi "Memilih Hidup Bahagia Sesuai Pilihan" di Televisi	47
	3.3. Tingkat Pengetahuan	53
	3.4. Sikap Masyarakat	59
	3.5. Pengaruh Intensitas Iklan Layanan Masyarakat KB Versi "Memilih Hidup Bahagia Sesuai Pilihan" di Televisi (X1) dengan Sikap Masyarakat (Y)	66
	3.6. Pengaruh Tingkat Pengetahuan (X2) dengan Sikap Masyarakat (Y)	67
BAB IV	UJI HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN	68
	4.1. Uji Validitas	68
	4.2. Uji Reliabilitas	70

4.3. Uji Normalisasi	71
4.4. Analisis Korelasi Pearson Product Moment	72
4.5. Uji Hipotesis	74
4.6. Pembahasan	76
BAB V PENUTUP	80
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Screenshot dan frem ukuran layanan masyarakat KB memilih hidup sesuai pilihannya	5
Tabel 1.2 Jumlah penduduk kota Semarang tahun 2016	6
Tabel 1.3 <i>State Of the Art</i>	12
Tabel 2.1 Luas perkuluan kecamatan pedurungan	33
Tabel 2.2 Jumlah Penduduk Kecamatan Pedurungan	36
Tabel 2.3 Mata pencarian penduduk kecamatan pedurungan	37
Tabel 3.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 3.2 Distribusi Responden Berdasarkan Umur	45
Tabel 3.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Tabel 3.4 Distribusi Responden Berdasarkan Usia Perkawinan	46
Tabel 3.5 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Anak	46
Tabel 3.6 Distribusi Responden Berdasarkan menonton Iklan sambil bekerja	47
Tabel 3.7 Distribusi Responden Berdasarkan tingkat pemilihan menonton Iklan	48
Tabel 3.8 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penayangan Iklan	49
Tabel 3.9 Distribusi Responden Berdasarkan Intensitas Melihat Iklan	49
Tabel 3.10 Distribusi Responden Berdasarkan Pesan Informatif Iklan	50
Tabel 3.11 Distribusi Responden Berdasarkan Perhatian terhadap Isi Iklan	51
Tabel 3.12 Distribusi Responden Berdasarkan Ketertarikan terhadap Iklan	51
Tabel 3.13 Variabel X1 : Intensitas Iklan Layanan Masyarakat KB	53
Tabel 3.14 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan Program KB	54
Tabel 3.15 Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Program KB	54
Tabel 3.16 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan Manfaat Perencanaan Jarak Kehamilan	55
Tabel 3.17 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan Dampak Negatif Jumlah Memilih dan Banyak Anak	56
Tabel 3.18 Distribusi Responden Berdasarkan Bagian Program KB Penting dan Bermanfaat	56

Tabel 3.19 Distribusi Responden Berdasarkan Keharusan Mengikuti Program KB	57
Tabel 3.20 Variabel X2: Tingkat Pengetahuan	58
Tabel 3.21 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan Pentingnya Program KB	59
Tabel 3.22 Distribusi Responden Berdasarkan Melakukan KB	60
Tabel 3.23 Distribusi Responden Berdasarkan Menggunakan Kontrasepsi	60
Tabel 3.24 Distribusi Responden Berdasarkan Dukungan Program KB	61
Tabel 3.25 Distribusi Responden Berdasarkan Dukungan terhadap Dua Anak Saja	61
Tabel 3.26 Distribusi Responden Berdasarkan Perencanaan Kehamilan	62
Tabel 3.27 Distribusi Responden Berdasarkan Tergerak Mengikuti KB	62
Tabel 3.28 Distribusi Responden Berdasarkan Melakukan Pengaturan Jarak Kelahiran	63
Tabel 3.29 Distribusi Responden Berdasarkan Keinginan Mempunyai 2 Anak	64
Tabel 3.30 Variabel Y: Sikap Masyarakat	65
Tabel 3.31 Pengaruh Intensitas Iklan Layanan Masyarakat KB Versi "Memilih"	66
Tabel 3.32 Pengaruh Tingkat Pengetahuan dengan Sikap Masyarakat	67
Tabel 4.1 Pengujian Validitas	69
Tabel 4.2 Pengujian Reliabilitas	70
Tabel 4.3 <i>Tests of normality</i>	71
Tabel 4.4 <i>correlations</i>	73
Tabel 4.5 Pedoman Nilai Pearson Product Moment	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan penduduk kota semarang.....	6
Gambar 1.2 Geometri Pengaruh Antar Variabel.....	13
Gambar 2.1 Peta kecamatan pedurungan.....	34