

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	7
C. TUJUAN PENELITIAN	7
D. MANFAAT PENELITIAN	8
E. KERANGKA PENELITIAN	8
1. KONSEP TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT.....	8
2. KONSEP SIKAP MASYARAKAT.....	8
F. KERANGKA KONSEP.....	25
G. DEFINISI OPERASIONAL	26
H. METODOLOGI PENELITIAN	27
1. METODE PENELITIAN	27
2. OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN	27
3. LOKASI PENELITIAN	28

4. TEKHNIK PENGUMPULAN DATA	29
5. TEKHNIK ANALISIS DATA	31
BAB II IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAN MASALAH SOSIAL	
A. FENOMENA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT.....	33
1. PERKEMBANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT.....	35
2. FAKTOR PENYEBAB MUNCULNYA PENGEMIS	49
3. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT PENANGGULANGAN PENGEMIS.....	51
4. FENOMENA IKLAN DENGAN MASALAH SOSIAL	57
BAB III IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “PEDULI TIDAK SAMA DENGAN MEMBERI UANG” DAN PROFIL MASYARAKAT YOGYAKARTA	
A. IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “PEDULI TIDAK SAMA DENGAN MEMBERI UANG”.....	62
B. PROFIL MASYARAKAT YOGYAKARTA	64
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. <i>PILOT TEST</i>	68
1. UJI VALIDITAS	69
2. UJI RELIABILITAS	69
B. DEMOGRAFI.....	70
C. ANALISIS VARIABEL PENELITIAN	73
1. TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “PEDULI TIDAK SAMA DENGAN MEMBERI UANG”	73
2. SIKAP MASYARAKAT TENTANG PENGEMIS	83
D. ANALISIS UJI KATEGORISASI	88
1. KATEGORISASI VARIABEL TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “PEDULI TIDAK SAMA DENGAN MEMBERI UANG”....	89

2. KATEGORISASI VARIABEL SIKAP MASYARAKAT TENTANG PENGEMIS.....	92
E. ANALISIS CROSSTABULATION.....	95
F. UJI PRASYARAT ANALISIS.....	96
1. UJI NORMALITAS	96
2. UJI LINEARITAS	97
G. ANALISIS UJI HIPOTESIS.....	98
BAB V PENUTUP	
A. KESIMPULAN.....	100
B. SARAN	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	110