

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.3.1. Maksud Penelitian.....	9
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian .....	10
1.4.4. Kegunaan Teoritis .....	10
1.4.5. Kegunaan Praktis .....	11

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

2.1. Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1. Penelitian Terdahulu yang Sejenis .....	12
2.1.2. Tinjauan Tentang Komunikasi .....	15

2.1.2.1.	Pengertian Komunikasi .....	15
2.1.2.2.	Unsur - unsur Dasar Komunikasi .....	16
2.1.2.3.	Fungsi Komunikasi .....	18
2.1.2.4.	Proses Komunikasi.....	20
2.1.3.	Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi .....	23
2.1.3.1.	Pengertian Organisasi .....	23
2.1.3.2.	Pengertian Komunikasi Organisasi .....	24
2.1.3.3.	Dimensi Komunikasi dalam Kehidupan Organisasi .....	24
2.1.4.	Tinjauan Tentang Komunikasi Antar Pribadi .....	28
2.1.4.1.	Definisi Komunikasi Antar Pribadi.....	28
2.1.4.2.	Ciri-Ciri Komunikasi Antarpribadi .....	28
2.1.4.3.	Fungsi Komunikasi Antarpribadi.....	29
2.1.5.	Tinjauan Tentang <i>Public Relations</i> .....	29
2.1.5.1	Definisi <i>Public Relations</i> .....	29
2.1.5.2.	Tujuan <i>Public Relations</i> .....	30
2.1.5.3	Fungsi <i>Public Relations</i> .....	30
2.1.5.4	Peranan <i>Public Relations</i> .....	31
2.1.6.	Tinjauan Tentang Efektivitas .....	32
2.1.7.	Tinjauan Tentang <i>Roadshow</i> .....	32
2.1.8.	Tinjauan Tentang Sikap .....	34
2.1.9.	Tinjauan Tentang Siswa .....	35
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	37
2.2.1.	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	37

2.2.2. Kerangka Pemikiran Konseptual.....	44
2.3. Hipotesis .....	47
2.3.1. Hipotesis Induk .....	47
2.3.2. Hipotesis Anak .....	47
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Desain Penelitian .....	51
3.1.1. Pendekatan Penelitian .....	52
3.2. Populasi dan Sampel .....	54
3.2.1. Populasi .....	54
3.2.2. Sampel.....	55
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.3.1. Studi Pustaka .....	58
3.3.2. Studi Lapangan.....	60
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	61
3.5. Teknik Analisis Data.....	63
3.5.1. Uji Validitas .....	65
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	67
3.5.3. Uji Statistik Penelitian.....	68
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	70
3.6.1. Lokasi Penelitian .....	70
3.6.2. Waktu Penelitian .....	70

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	72
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	72
4.1.1.1 Sejarah Singkat Bank Indonesia.....	72
4.1.1.2 Visi Kpw Bank Indonesia Bandung .....	74
4.1.1.3 Misi Kpw Bank Indonesia Bandung .....	74
4.1.1.4 Logo dan Arti Logo Bank Indonesia.....	74
4.1.1.5 Tentang Divisi Pengembangan Ekonomi .....	75
4.1.1.6 Struktur Organisasi Kpw Bank Indonesia Bandung .....	76
4.1.1.7 Struktur Organisasi Divisi Pengembangan Ekonomi.....	77
4.1.1.8 Deskripsi Bagian Kpw Bank Indonesia.....	77
4.1.1.8.1 Kepala Bank Indonesia Bandung .....	77
4.1.1.8.2Deputi Pimpinan Bank Indonesia (BI) Bidang Ekonomi Moneter.....	78
4.1.1.8.3Deputi Pimpinan Bank Indonesia Bidang Manajemen Intern dan Sistem Pembayaran .....	78
4.1.1.8.4Deputi Pimpinan Bank Indonesia Bidang Pengawasan Bank.....	78
4.1.1.8.5Divisi Pengembangan Ekonomi (Divisi dimana Penulis Melakukan PKL) .....	79
4.1.2 Analisa Hasil Penelitian .....	80
4.1.2.1 Analisa Hasil Uji Validitas.....	80
4.1.2.2 Analisis Uji Reliabilitas .....	83

4.1.2.3	Karakteristik Responden .....	84
4.1.2.4	Analisa Skor Pernyataan Kuesioner .....	86
4.1.2.4.1	Kredibilitas Komunikator Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia Melalui Program Cikur Terhadap Sikap Peserta <i>Roadshow</i> .....	87
4.1.2.4.2	Pesan yang Disampaikan Pada Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia Melalui Program Cikur Terhadap Sikap Peserta <i>Roadshow</i> .....	91
4.1.2.4.3	Media yang Digunakan Dalam Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia Melalui Program Cikur Terhadap Sikap Siswa Peserta <i>Roadshow</i> .....	92
4.1.2.4.4	Efektivitas Komunikasi Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia Melalui Program Cikur Terhadap Komponen Kognitif Peserta <i>Roadshow</i> .....	95
4.1.2.4.5	Efektivitas Komunikasi Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia Melalui Program Ciri Keaslian Uang Rupiah Terhadap Komponen Afektif Peserta <i>Roadshow</i> .....	98
4.1.2.4.6	Efektivitas Komunikasi Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia Melalui Program Ciri Keaslian Uang Rupiah Terhadap Komponen Konatif Peserta <i>Roadshow</i> .....	101
4.1.2.5	Hasil penelitian dalam pengujian korelasi statistik .....	103

4.1.2.5.1	Hubungan Efektivitas Komunikasi Terhadap Sikap Peserta <i>Roadshow</i> .....	104
4.1.2.5.2	Hubungan Kredibilitas Komunikator Terhadap Sikap Peserta Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia .....	105
4.1.2.5.3.	Hubungan Pesan Terhadap Sikap Peserta Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia .....	107
4.1.2.5.4.	Hubungan Media Terhadap Sikap Peserta Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia .....	110
4.1.2.5.5.	Hubungan Efektivitas Komunikasi Terhadap Komponen Kognitif Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia .....	112
4.1.2.5.6.	Hubungan Efektivitas Komunikasi Terhadap Komponen Afektif Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia .....	114
4.1.2.5.7	Hubungan Efektivitas Komunikasi Terhadap Komponen Konatif Kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia .....	117
4.2.	Pembahasan.....	119
4.2.1	Hubungan Kredibilitas Komunikator dengan Sikap Peserta <i>Roadshow</i> .....	119
4.2.2	Hubungan Pesan yang disampaikan dengan Sikap Peserta <i>Roadshow</i> .....	120

4.2.3	Hubungan Media yang digunakan dengan Sikap Peserta	
	<i>Roadshow</i> .....	121
4.2.4	Hubungan Efektivitas Komunikasi dengan Komponen Kognitif	
	Peserta <i>Roadshow</i> .....	122
4.2.5	Hubungan Efektivitas dengan Komponen Afektif Peserta	
	<i>Roadshow</i> .....	123
4.2.6	Hubungan Efektivitas dengan Komponen Konatif Peserta	
	<i>Roadshow</i> .....	123

## **BAB V PENUTUP**

5.1.	Kesimpulan .....	127
5.2.	Saran – Saran .....	128
	5.2.1. Saran untuk Perusahaan .....	128
	5.2.2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	128

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>130</b>
-----------------------------	------------

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tinjauan Peneliti Terdahulu .....	12
Tabel 2.2	Tinjauan Jurnal Ilmiah .....	14
Tabel 3.1	Jumlah Populasi.....	55
Tabel 3.2	Sampel Penelitian.....	58
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel.....	63
Tabel 3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	69
Tabel 3.5	Jadwal Penelitian.....	71
Tabel 4.1	Tabel Uji Validitas Instrumen .....	81
Tabel 4.2	Hasil Akhir Uji Validitas.....	82
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 4.4	Jenis Kelamin .....	85
Tabel 4.5	Data Responden Berdasarkan Usia .....	86
Tabel 4.6	Keahlian yang dimiliki pembicara dalam menyampaikan pesan atau informasi.....	87
Tabel 4.7	Kemampuan pembicara dalam menyampaikan materi pesan .....	88
Tabel 4.8	Kepercayaan yang kepada pembicara dalam menyampaikan pesan atau informasi.....	89
Tabel 4.9	Daya tarik pesan yang disampaikan oleh pembicara .....	90
Tabel 4.10	Daya tarik pesan yang disampaikan oleh pembicara .....	91
Tabel 4.11	Jenis media (slide) mendukung dalam kegiatan Roadshow tersebut ..	93



Tabel 4.12 Kelengkapan media yang digunakan dalam kegiatan <i>Roadshow</i> tersebut .....	94
Tabel 4.13 Pemahaman Responden Mengenai Bank Indonesia dan Ciri Keaslian Uang Rupiah Setelah Acara <i>Roadshow</i> dilaksanakan.....	96
Tabel 4.14 Kegiatan <i>Roadshow</i> ini dapat menambah perhatian responden mengenai pentingnya iri keaslian uang rupiah .....	97
Tabel 4.15 Pemahaman responden terhadap isi materi yang disampaikan dalam kegiatan <i>Roadshow</i> tersebut .....	98
Tabel 4.16 Apakah responden merasa jenuh dengan diadakannya kegiatan <i>Roadshow</i> Bank Indonesia melalui program cikur di sekolah responden .....	99
Tabel 4.17 Apakah responden merasa puas dengan diadakannya kegiatan <i>Roadshow</i> tersebut .....	100
Tabel 4.18 Apakah responden merasa bangga mengikuti kegiatan <i>Roadshow</i> tersebut .....	102
Tabel 4.19 Peserta Kegiatan <i>roadshow</i> ciri keaslian uang rupiah aktif berdiskusi dalam kegiatan <i>roadshow</i> .....	102
Tabel 4.20 Kesiediaan responden menyebarkan informasi yang telah diperoleh dari kegiatan <i>Roadshow</i> tersebut.....	103
Tabel 4.21 Tabel Korlasi X dan Y .....	105
Tabel 4.22 Tabel Korlasi X1 dan Y .....	106
Tabel 4.23 Tabel Pengaruh X1 dan Y .....	107
Tabel 4.24 Tabel Korlasi X2 dan Y .....	108

Tabel 4.25 Tabel Pengaruh X2 dan Y2 .....	109
Tabel 4.26 Tabel Korlasi X3 dan Y .....	111
Tabel 2.27 Tabel Pengaruh X3 dan Y .....	111
Tabel 4.28 Tabel Korlasi X dan Y1 .....	113
Tabel 4.29 Tabel Pengaruh X dan Y2 .....	114
Tabel 4.30 Tabel Korlasi X dan Y2 .....	115
Tabel 4.31 Tabel Pengaruh X dan Y2 .....	116
Tabel 4.32 Tabel Korlasi X dan Y3 .....	118
Tabel 4.33 Tabel Pengaruh X dan Y3 .....	118
Tabel 4.34 Ringkasan Analisis Data Korelasi.....	126

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Trikomponen Sikap .....	42
Gambar 2.2 Gambar Hubungan Efektivitas Komunikasi Terhadap Sikap Peserta .....	46
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	74
Gambar 4.2 Struktur Organisasi KPw Bank Indonesia .....	76
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Divisi DPE .....	77

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Pengajuan Permohonan Penelitian
- Lampiran 2. Surat Rekomendasi Pembimbing Untuk Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 3. Surat Pendaftaran Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Sidang Skripsi
- Lampiran 5. Lembar Revisi Skripsi
- Lampiran 6. Coding Sheet
- Lampiran 7. Coding Book
- Lampiran 8. Uji Validitas
- Lampiran 9. Tabel Uji Reliabilitas
- Lampiran 10. Tabel Uji Korelasi
- Lampiran 11. Koefisien Determinasi
- Lampiran 12. Pedoman Angket
- Lampiran 13. Dokumentasi