

# **LAMPIRAN**

## KUESIONER PRA PENELITIAN

### Identitas Responden

1. No. Responden :.....(diisi oleh peneliti)
2. Nama :.....(responden boleh tidak menulis nama)
3. Jenis Kelamin :.....

### Kuesioner Penelitian

#### Petunjuk Pengisian:

Item pernyataan dibawah ini ditujukan untuk mengukur sikap terhadap pelanggaran etika pariwisata pada iklan lux versi floral fusion oil. Berikan tanda silang (x) pada jawaban anda.

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju      N : Netral      STS : Sangat Tidak Setuju  
 S : Setuju      TD : Tidak Setuju

N0	Kuesioner	SS	S	N	TD	STS
1	Penggunaan kalimat “2x lebih semerbak dr bunga sesungguhnya” pada iklan lux versi floral fusion oil adalah hal biasa dalam sebuah iklan					
2.	Pada iklan lux versi floral fusion oil tubuh pemeran iklan banyak diekspos seperti paha, lengan, dan bibir merupakan hal biasa pada sebuah iklan					
3.	Saya ingin selalu mengingat iklan lux versi floral fusion oil karena tubuh pemeran iklan banyak diekspos seperti paha, lengan, dan bibir					
4.	Saya menyukai adegan pemeran iklan ketika sedang melepas baju dan mandi di “bathup” pada iklan lux versi floral fusion oil					
5.	Penayangan iklan lux versi floral fusion oil tidak layak ditayangkan pada jam prime time karena memuat konten-konten yang tidak pantas dilihat anak-anak					
6.	Penggunaan kalimat “2x lebih semerbak dr bunga sesungguhnya” pada iklan lux versi floral fusion oil merupakan pernyataan yang hiperbolis					
7.	Pada iklan lux versi floral fusion oil tubuh pemeran iklan banyak diekspos seperti paha, lengan, dan bibir tidak saya sukai karena mengeksploitasi tubuh wanita					
8.	Saya cenderung mengabaikan ketika pemeran iklan ketika adegan pemeran iklan melepas baju dan mandi di “bethup” pada iklan lux versi floral fusion oil karena mengandung unsur pornografi dan pornoaksi					
9.	Saya merasa bahwa iklan lux versi floral fusion oil tayang tidak harus tayang diluar jam primetime karena isi konten masih hal biasa dalam sebuah iklan					

10.	Saya ingin selalu menonton iklan lux versi floral fusion oil tayang pada siang hari atau jam prime time					
11.	Saya ingin selalu mengingat kalimat “2x lebih semerbak dr bunga sesungguhnya” pada iklan lux versi floral fusion oil					
12.	Adegan pemeran iklan ketika sedang melepas baju mandi di “bathup” pada iklan lux versi floral fusion oil tidak saya sukai karena mengandung adegan pornografi dan pornoaksi					
13.	Penayangan iklan lux versi floral fusion oil pada tayang jam prime time atau siang hari merupakan hal biasa pada iklan					
14.	Penggunaan kalimat “2x lebih semerbak dr bunga sesungguhnya” pada iklan lux versi floral fusion oil tidak saya sukai karena bersifat hiperbolis					
15.	Menampilkan adegan pemeran iklan melepas baju dan mandi di “bethup” pada iklan lux versi floral fusion oil adalah hal biasa dalam sebuah iklan					
16.	Saya cenderung mengabaikan kalimat “2x lebih semerbak dr bunga sesungguhnya” pada iklan lux versi floral fusion oil karena bersifat hiperbolis					
17.	Saya menyukai iklan lux versi floral fusion oil karena tubuh pemeran iklan banyak diekspos seperti paha, lengan, dan bibir					
18.	Saya cenderung mengabaikan iklan lux versi floral fusion oil karena tubuh pemeran iklan banyak diekspos seperti paha, lengan, dan bibir					
19.	Saya menyukai penggunaan kalimat “2x lebih semerbak dr bunga sesungguhnya” pada iklan lux versi floral fusion oil					
20.	Saya merasa bahwa iklan lux versi floral fusion oil sebaiknya tayang diluar jam prime time atau malam hari karena memuat konten-konten yang tidak pantas dilihat anak-anak					
21.	Pada iklan lux versi floral fusion oil tubuh pemeran iklan tidak harus diekspos seperti paha, lengan, dan bibir karena merupakan bentuk eksploitasi tubuh wanita					
22.	Adegan pemeran iklan melepas baju dan mandi di “bethup” pada iklan lux versi floral fusion oil tidak harus ditampilkan karena mengandung unsur pornografi dan pornoaksi					
23.	Saya ingin menyaksikan kembali adegan ketika pemeran iklan melepas baju dan mandi di “bethup” pada iklan lux versi floral fusion oil karena sangat menarik					
24.	Saya cenderung mengabaikan lux versi floral fusion oil tayang pada siang hari atau jam prime time					

## KUESIONER PENELITIAN

Assalamua'alaikumWr.wb

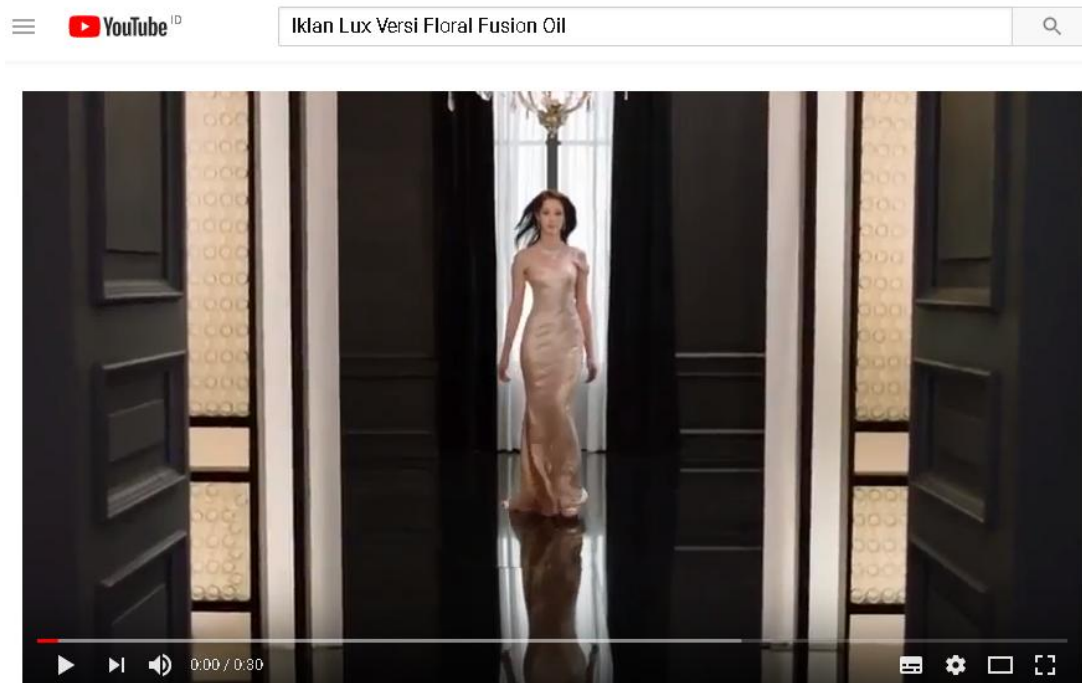
Perkenalkan nama saya Nurlatifa Khoirunnisa, saya adalah mahasiswi S1 Program Studi Ilmu Komunikasi FISIPOL UMY yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi.

Untuk ini saya mohon kesediaan Anda untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang saya berikan. Dalam kuesiner ini tidak ada jawaban benar atau salah. Oleh karena itu, saya mengharapkan jawaban yang sejujurnya dan yang paling sesuai dengan pendapat pribadi anda. Jawaban yang anda berikan akan dirahasiakan dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini saja. Atas bantuan dan partisipasi anda, saya ucapkan terima kasih.

Item pernyataan dibawah ini ditujukan untuk mengukur sikap terhadap pelanggaran etika pariwisata pada iklan lux versi floral fusion oil. Berikan tanda cetang ( √ ) pada jawaban anda.  
Keterangan :

SS: Sangat Setuju N: Netral STS: Sangat Tidak Setuju  
S : Setuju TD : Tidak Setuju

### Iklan Lux Versi Floral Fusion Oil



**Jenis Kelamin :**

- a. Perempuan
- b. Laki-Laki

1. Saya ingin selalu mengingat iklan lux versi floral fusion oil karena tubuh pemeran iklan banyak diekspos seperti paha, lengan, dan bibir
  - a. Sangat Setuju (SS)
  - b. Setuju (S)
  - c. Netral (N)
  - d. Tidak Setuju (TS)
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Saya menyukai adegan pemeran iklan ketika sedang melepas baju dan mandi di “bathup” pada iklan lux versi floral fusion oil
  - a. Sangat Setuju (SS)
  - b. Setuju (S)
  - c. Netral (N)
  - d. Tidak Setuju (TS)
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
3. Penggunaan kalimat “2x lebih semerbak dr bunga sesungguhnya” pada iklan lux versi floral fusion oil merupakan pernyataan yang hiperbolis
  - a. Sangat Setuju (SS)
  - b. Setuju (S)
  - c. Netral (N)
  - d. Tidak Setuju (TS)
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
4. Pada iklan lux versi floral fusion oil tubuh pemeran iklan banyak diekspos seperti paha, lengan, dan bibir tidak saya sukai karena mengeksploitasi tubuh wanita
  - a. Sangat Setuju (SS)
  - b. Setuju (S)
  - c. Netral (N)
  - d. Tidak Setuju (TS)
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
5. Saya cenderung mengabaikan ketika pemeran iklan ketika adegan pemeran iklan melepas baju dan mandi di “bathup” pada iklan lux versi floral fusion oil karena mengandung unsur pornografi dan pornoaksi

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Netral (N)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

6. Saya merasa bahwa iklan lux versi floral fusion oil tayang tidak harus tayang diluar jam primetime karena isi konten masih hal biasa dalam sebuah iklan

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Netral (N)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

7. Saya ingin selalu menonton iklan lux versi floral fusion oil tayang pada siang hari atau jam prime time

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Netral (N)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

8. Penayangan iklan lux versi floral fusion oil pada tayang jam prime time atau siang hari merupakan hal biasa pada iklan

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Netral (N)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

9. Penggunaan kalimat “2x lebih semerbak dr bunga sesungguhnya” pada iklan lux versi floral fusion oil tidak saya sukai karena bersifat hiperbolis
- a. Sangat Setuju (SS)
  - b. Setuju (S)
  - c. Netral (N)
  - d. Tidak Setuju (TS)
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
10. Saya cenderung mengabaikan kalimat “2x lebih semerbak dr bunga sesungguhnya” pada iklan lux versi floral fusion oil karena bersifat hiperbolis
- a. Sangat Setuju (SS)
  - b. Setuju (S)
  - c. Netral (N)
  - d. Tidak Setuju (TS)
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
11. Pada iklan lux versi floral fusion oil tubuh pemeran iklan tidak harus diekspos seperti paha, lengan, dan bibir karena merupakan bentuk exploitasi tubuh wanita
- a. Sangat Setuju (SS)
  - b. Setuju (S)
  - c. Netral (N)
  - d. Tidak Setuju (TS)
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
12. Adegan pemeran iklan melepas baju dan mandi di “bathup” pada iklan lux versi floral fusion oil tidak harus ditampilkan karena mengandung unsur pornografi dan pornoaksi
- a. Sangat Setuju (SS)
  - b. Setuju (S)
  - c. Netral (N)
  - d. Tidak Setuju (TS)
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS)





## Lanjutan Rekapitulasi Jawaban Responden

Resp	Butir Pertanyaan Sikap												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
35	4	2	1	5	5	3	1	2	5	1	5	5	39
36	4	4	1	5	4	2	1	2	5	3	5	5	41
37	1	1	1	4	5	2	2	2	4	3	5	5	35
38	5	5	1	5	4	5	4	2	5	3	4	4	47
39	4	2	2	5	5	2	2	2	5	3	4	4	40
40	1	1	1	4	4	1	1	1	5	1	5	5	30
41	4	1	2	4	4	1	1	2	5	2	5	5	36
42	3	3	1	4	5	2	5	5	5	3	5	5	46
43	4	4	2	5	5	2	2	3	4	4	5	5	45
44	4	2	1	5	4	4	2	2	5	1	5	5	40
45	2	4	1	5	4	2	2	2	5	2	5	5	39
46	1	1	1	4	5	2	1	1	5	2	4	4	31
47	1	1	1	4	5	1	2	1	4	1	5	5	31
48	4	2	1	5	5	2	1	1	5	2	4	4	36
49	3	3	1	5	5	2	3	3	5	3	5	5	43
50	4	3	2	5	5	2	1	2	4	3	4	4	39
51	4	5	2	5	4	4	2	3	4	4	4	4	45
52	2	4	2	5	4	4	2	2	5	3	5	5	43
53	2	2	1	4	5	3	3	4	5	2	4	4	39
54	3	3	2	5	4	3	2	2	4	2	4	4	38
55	2	4	2	4	5	1	1	2	4	3	5	5	38
56	4	4	1	4	5	2	2	2	4	3	5	5	41
57	3	4	1	5	4	1	1	3	4	2	4	4	36
58	3	4	2	5	4	1	2	5	5	2	4	4	41
59	4	4	2	5	4	1	3	4	4	2	4	4	41
60	2	4	1	5	5	2	3	2	4	3	5	5	41
61	2	4	1	5	5	2	1	5	5	3	5	5	43
62	4	2	1	5	5	3	2	2	4	3	4	4	39
63	1	2	1	5	4	2	3	3	4	4	5	5	39
64	1	3	2	4	5	2	4	3	5	2	4	4	39
65	4	3	1	4	4	2	3	3	4	3	4	4	39
66	4	2	1	5	4	2	3	4	4	3	5	5	42
67	5	5	1	4	5	2	2	1	5	2	5	5	42
68	2	4	1	5	4	1	1	2	4	4	5	5	38
69	5	5	1	4	5	2	2	1	5	2	5	5	42
Total	208	198	92	322	308	170	158	175	311	201	308	308	
Mean	3,01	2,87	1,33	4,67	4,46	2,46	2,29	2,54	4,51	2,91	4,46	4,46	

**DATA REKAPITULASI MEAN SKOR DAN TOTAL SKOR SIKAP**

Resp	Total Sikap	Mean Sikap	Total Hiperbola	Mean Hiperbola	Total Pemeran Iklan	Mean Pemeran Iklan	Total Pornografi & Pornoaksi	Mean Pornografi & Pornoaksi	Total Waktu Tayang Iklan	Mean Waktu Tayang Iklan
1	48,00	4,00	7,00	2,33	14,00	4,67	14,00	4,67	13,00	4,33
2	40,00	3,33	10,00	3,33	12,00	4,00	12,00	4,00	6,00	2,00
3	40,00	3,33	7,00	2,33	14,00	4,67	12,00	4,00	7,00	2,33
4	44,00	3,67	10,00	3,33	13,00	4,33	13,00	4,33	8,00	2,67
5	38,00	3,17	11,00	3,67	11,00	3,67	9,00	3,00	7,00	2,33
6	37,00	3,08	9,00	3,00	10,00	3,33	13,00	4,33	5,00	1,67
7	35,00	2,92	11,00	3,67	10,00	3,33	11,00	3,67	3,00	1,00
8	42,00	3,50	9,00	3,00	13,00	4,33	11,00	3,67	9,00	3,00
9	44,00	3,67	9,00	3,00	13,00	4,33	14,00	4,67	8,00	2,67
10	37,00	3,08	11,00	3,67	10,00	3,33	9,00	3,00	7,00	2,33
11	43,00	3,58	11,00	3,67	11,00	3,67	13,00	4,33	8,00	2,67
12	42,00	3,50	9,00	3,00	11,00	3,67	13,00	4,33	9,00	3,00
13	42,00	3,50	11,00	3,67	11,00	3,67	13,00	4,33	7,00	2,33
14	34,00	2,83	10,00	3,33	9,00	3,00	10,00	3,33	5,00	1,67
15	42,00	3,50	10,00	3,33	10,00	3,33	10,00	3,33	12,00	4,00
16	41,00	3,42	9,00	3,00	11,00	3,67	13,00	4,33	8,00	2,67
17	41,00	3,42	9,00	3,00	10,00	3,33	13,00	4,33	9,00	3,00
18	32,00	2,67	9,00	3,00	9,00	3,00	9,00	3,00	5,00	1,67
19	36,00	3,00	9,00	3,00	9,00	3,00	9,00	3,00	9,00	3,00
20	39,00	3,25	11,00	3,67	10,00	3,33	12,00	4,00	6,00	2,00
21	44,00	3,67	8,00	2,67	12,00	4,00	13,00	4,33	11,00	3,67
22	37,00	3,08	9,00	3,00	11,00	3,67	12,00	4,00	5,00	1,67
23	39,00	3,25	8,00	2,67	11,00	3,67	13,00	4,33	7,00	2,33
24	45,00	3,75	11,00	3,67	13,00	4,33	14,00	4,67	7,00	2,33
25	42,00	3,50	8,00	2,67	12,00	4,00	13,00	4,33	9,00	3,00
26	43,00	3,58	10,00	3,33	11,00	3,67	13,00	4,33	9,00	3,00
27	38,00	3,17	7,00	2,33	11,00	3,67	11,00	3,67	9,00	3,00
28	48,00	4,00	10,00	3,33	15,00	5,00	15,00	5,00	8,00	2,67
29	41,00	3,42	8,00	2,67	12,00	4,00	12,00	4,00	9,00	3,00
30	41,00	3,42	8,00	2,67	12,00	4,00	11,00	3,67	10,00	3,33
31	35,00	2,92	7,00	2,33	11,00	3,67	9,00	3,00	8,00	2,67
32	43,00	3,58	7,00	2,33	11,00	3,67	13,00	4,33	12,00	4,00
33	42,00	3,50	8,00	2,67	12,00	4,00	14,00	4,67	8,00	2,67
34	40,00	3,33	9,00	3,00	12,00	4,00	13,00	4,33	6,00	2,00

**DATA REKAPITULASI MEAN SKOR DAN TOTAL SKOR SIKAP**

Resp	Total Sikap	Mean Sikap	Total Hiperbola	Mean Hiperbola	Total Pemeran Iklan	Mean Pemeran Iklan	Total Pornografi & Pornoaksi	Mean Pornografi & Pornoaksi	Total Waktu Tayang Iklan	Mean Waktu Tayang Iklan
35	39,00	3,25	7,00	2,33	12,00	4,00	14,00	4,67	6,00	2,00
36	41,00	3,42	9,00	3,00	13,00	4,33	14,00	4,67	5,00	1,67
37	35,00	2,92	8,00	2,67	11,00	3,67	10,00	3,33	6,00	2,00
38	47,00	3,92	9,00	3,00	13,00	4,33	14,00	4,67	11,00	3,67
39	40,00	3,33	10,00	3,33	11,00	3,67	13,00	4,33	6,00	2,00
40	30,00	2,50	7,00	2,33	10,00	3,33	10,00	3,33	3,00	1,00
41	36,00	3,00	9,00	3,00	10,00	3,33	13,00	4,33	4,00	1,33
42	46,00	3,83	9,00	3,00	13,00	4,33	12,00	4,00	12,00	4,00
43	45,00	3,75	10,00	3,33	14,00	4,67	14,00	4,67	7,00	2,33
44	40,00	3,33	7,00	2,33	11,00	3,67	14,00	4,67	8,00	2,67
45	39,00	3,25	8,00	2,67	13,00	4,33	12,00	4,00	6,00	2,00
46	31,00	2,58	8,00	2,67	10,00	3,33	9,00	3,00	4,00	1,33
47	31,00	2,58	6,00	2,00	11,00	3,67	10,00	3,33	4,00	1,33
48	36,00	3,00	8,00	2,67	11,00	3,67	13,00	4,33	4,00	1,33
49	43,00	3,58	9,00	3,00	13,00	4,33	13,00	4,33	8,00	2,67
50	39,00	3,25	9,00	3,00	12,00	4,00	13,00	4,33	5,00	1,67
51	45,00	3,75	10,00	3,33	13,00	4,33	13,00	4,33	9,00	3,00
52	43,00	3,58	10,00	3,33	13,00	4,33	12,00	4,00	8,00	2,67
53	39,00	3,25	8,00	2,67	11,00	3,67	10,00	3,33	10,00	3,33
54	38,00	3,17	8,00	2,67	11,00	3,67	12,00	4,00	7,00	2,33
55	38,00	3,17	9,00	3,00	14,00	4,67	11,00	3,67	4,00	1,33
56	41,00	3,42	8,00	2,67	14,00	4,67	13,00	4,33	6,00	2,00
57	36,00	3,00	7,00	2,33	12,00	4,00	12,00	4,00	5,00	1,67
58	41,00	3,42	9,00	3,00	12,00	4,00	12,00	4,00	8,00	2,67
59	41,00	3,42	8,00	2,67	12,00	4,00	13,00	4,33	8,00	2,67
60	41,00	3,42	8,00	2,67	14,00	4,67	12,00	4,00	7,00	2,33
61	43,00	3,58	9,00	3,00	14,00	4,67	12,00	4,00	8,00	2,67
62	39,00	3,25	8,00	2,67	11,00	3,67	13,00	4,33	7,00	2,33
63	39,00	3,52	9,00	3,00	11,00	3,67	11,00	3,67	8,00	2,67
64	39,00	3,52	9,00	3,00	12,00	4,00	9,00	3,00	9,00	3,00
65	39,00	3,52	8,00	2,67	11,00	3,67	12,00	4,00	8,00	2,67
66	42,00	3,50	8,00	2,67	11,00	3,67	14,00	4,67	9,00	3,00
67	42,00	3,50	8,00	2,67	15,00	5,00	14,00	4,67	5,00	1,67
68	38,00	3,17	9,00	3,00	13,00	4,33	12,00	4,00	4,00	1,33
69	42,00	3,50	8,00	2,67	15,00	5,00	14,00	4,67	5,00	1,67

## HASIL UJI VALIDITAS PRE TEST

### 1. Dimensi Hiperbola

**KMO and Bartlett's Test<sup>a</sup>**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.511
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	5.347
	Df
	3
	Sig.
	.148

**Communalities**

	Raw		Rescaled	
	Initial	Extraction	Initial	Extraction
S6	.299	.044	1.000	.148
S14	.281	.153	1.000	.545
S16	.311	.223	1.000	.717

**Total Variance Explained**

	Component	Initial Eigenvalues <sup>a</sup>			Extraction Sums of Squared Loadings		
		Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
Raw	1	.420	47.169	47.169	.420	47.169	47.169
	2	.288	32.297	79.466			
	3	.183	20.534	100.000			
Rescaled	1	.420	47.169	47.169	1.410	47.000	47.000
	2	.288	32.297	79.466			
	3	.183	20.534	100.000			

**Correlation Matrix**

		S6	S14	S16
Correlation	S6	1.000	.049	.138
	S14	.049	1.000	.370
	S16	.138	.370	1.000

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Raw	Rescaled
	Component	Component
	1	1
S6	.210	.384
S14	.391	.739
S16	.472	.847

## 2. Dimensi Pornoaksi dan Pornografi

### KMO and Bartlett's Test<sup>a</sup>

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.494
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	32.682
	Df
	3
	Sig.
	.000

### Communalities

	Raw		Rescaled	
	Initial	Extraction	Initial	Extraction
S4	.235	.170	1.000	.721
S8	.341	.179	1.000	.524
S22	.467	.291	1.000	.623

### Total Variance Explained

	Component	Initial Eigenvalues <sup>a</sup>			Extraction Sums of Squared Loadings		
		Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
Raw	1	.639	61.258	61.258	.639	61.258	61.258
	2	.342	32.797	94.055			
	3	.062	5.945	100.000			
Rescaled	1	.639	61.258	61.258	1.867	62.245	62.245
	2	.342	32.797	94.055			
	3	.062	5.945	100.000			

### Correlation Matrix

		S4	S8	S22
Correlation	S4	1.000	.727	.444
	S8	.727	1.000	.192
	S22	.444	.192	1.000

### Component Matrix<sup>a</sup>

	Raw	Rescaled
	Component	Component
	1	1
S4	.412	.849
S8	.423	.724
S22	.540	.789

### 3. Dimensi Eksploitasi Tubuh Perempuan

#### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.513
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5.864
	Df	3
	Sig.	.118

#### Communalities

	Initial	Extraction
S21	1.000	.302
S7	1.000	.473
S3	1.000	.671

#### Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.447	48.223	48.223	1.447	48.223	48.223
2	.941	31.380	79.604			
3	.612	20.396	100.000			

#### Correlation Matrix

		S21	S7	S3
Correlation	S21	1.000	.061	.248
	S7	.061	1.000	.334
	S3	.248	.334	1.000

#### Component Matrix<sup>a</sup>

	Component
	1
S21	.549
S7	.688
S3	.819

#### 4. Waktu Penayangan

##### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.596
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	26.258
	Df	3
	Sig.	.000

##### Communalities

	Initial	Extraction
S13	1.000	.633
S9	1.000	.550
S10	1.000	.806

##### Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.989	66.302	66.302	1.989	66.302	66.302
2	.688	22.928	89.230			
3	.323	10.770	100.000			

##### Correlation Matrix

	S13	S9	S10
Correlation S13	1.000	.316	.616
S9	.316	1.000	.537
S10	.616	.537	1.000

##### Component Matrix<sup>a</sup>

	Component
	1
S13	.796
S9	.742
S10	.898

## HASIL UJI RELIABILITAS PRE TEST

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	24



## DESKRIPSI KARAKTERISTIK RESPONDEN

### Statistics

Jenis Kelamin

N	Valid	69
	Missing	0

### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	31	44,9	44,9
	Perempuan	38	55,1	100,0
	Total	69	100,0	100,0

## DESKRIPSI FREKUENSI *MEAN* SKOR SIKAP TERHADAP PELANGGARAN ETIKA PARIWARA IKLAN “LUX FLORAL FUSION OIL” PER DIMENSI

### Dimensi Hiperbola

#### Statistics

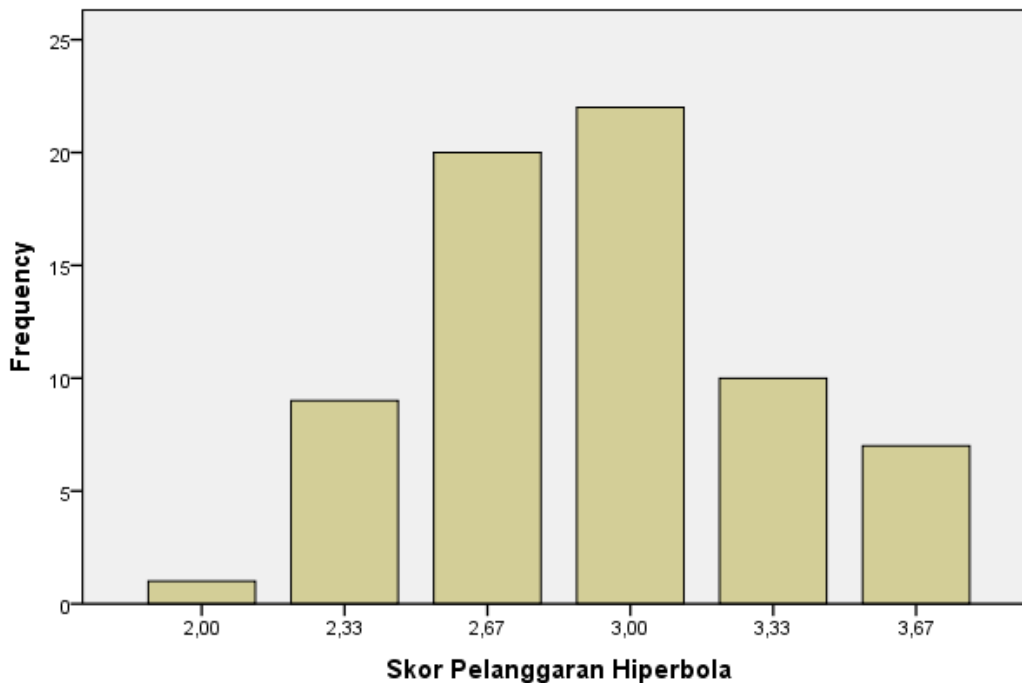
Skor Pelanggaran Hiperbola

N	Valid	69
	Missing	0
Mean		2,9183
Median		3,0000
Mode		3,00
Minimum		2,00
Maximum		3,67

#### Skor Pelanggaran Hiperbola

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1,4	1,4	1,4
2.33	9	13,0	13,0	14,5
2.67	20	29,0	29,0	43,5
3	22	31,9	31,9	75,4
3.33	10	14,5	14,5	89,9
3.67	7	10,1	10,1	100,0
Total	69	100,0	100,0	

#### Skor Pelanggaran Hiperbola



## Dimensi Pemeran Iklan

### Statistics

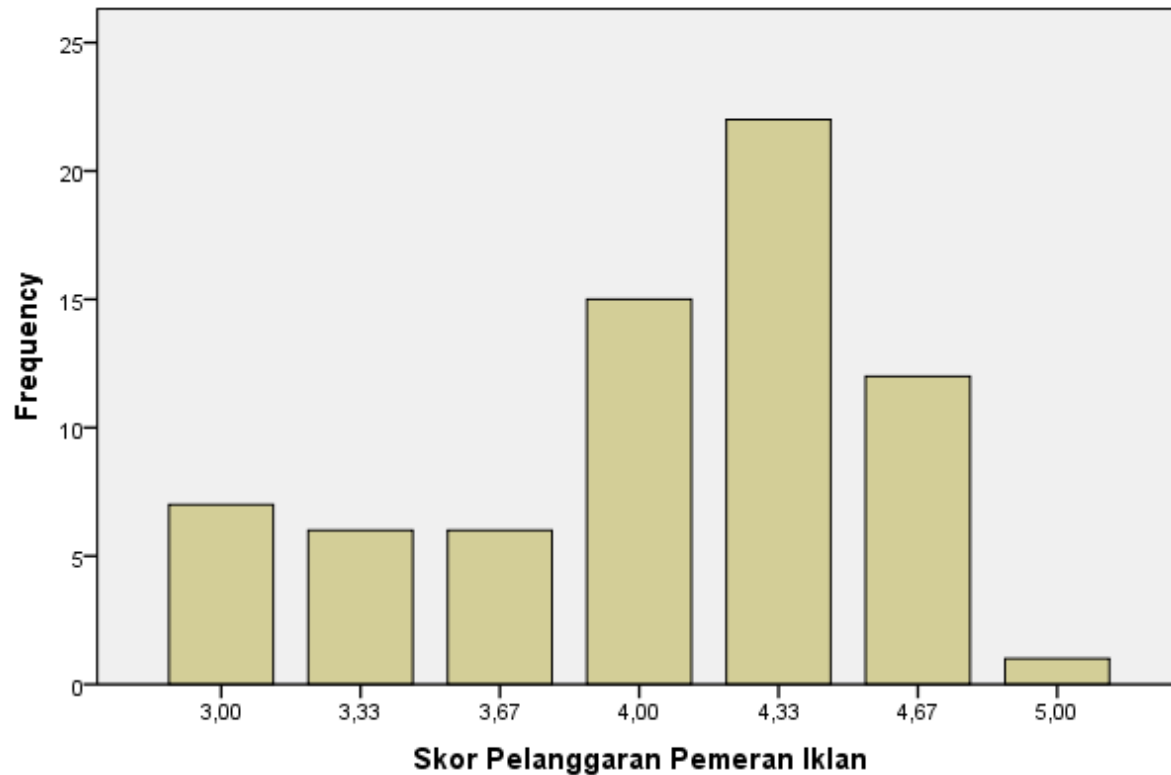
Skor Pelanggaran Pemeran Iklan

N	Valid	69
	Missing	0
Mean		4,0478
Median		4,3300
Mode		4,33
Minimum		3,00
Maximum		5,00

### Skor Pelanggaran Pemeran Iklan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	7	10,1	10,1	10,1
3.33	6	8,7	8,7	18,8
3.67	6	8,7	8,7	27,5
4	15	21,7	21,7	49,3
4.33	22	31,9	31,9	81,2
4.67	12	17,4	17,4	98,6
5	1	1,4	1,4	100,0
Total	69	100,0	100,0	

### Skor Pelanggaran Pemeran Iklan



## Dimensi Pornoaksi dan Pornografi

### Statistics

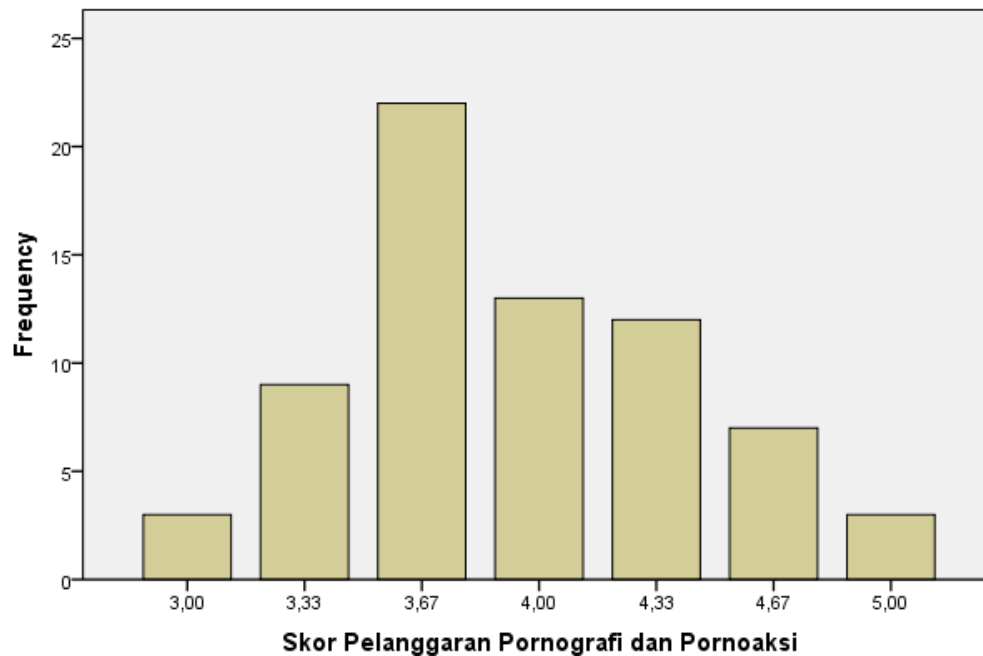
Skor Pelanggaran Pornoaksi dan Pornografi

N	Valid	69
	Missing	0
Mean		3,9328
Median		4,0000
Mode		3,67
Minimum		3,00
Maximum		5,00

### Skor Pelanggaran Pornoaksi dan Pornografi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	4,3	4,3	4,3
3.33	9	13,0	13,0	17,4
3.67	22	31,9	31,9	49,3
4	13	18,8	18,8	68,1
4.33	12	17,4	17,4	85,5
4.67	7	10,1	10,1	95,7
5	3	4,3	4,3	100,0
Total	69	100,0	100,0	

### Skor Pelanggaran Pornografi dan Pornoaksi



## Dimensi Waktu Tayang Iklan

### Statistics

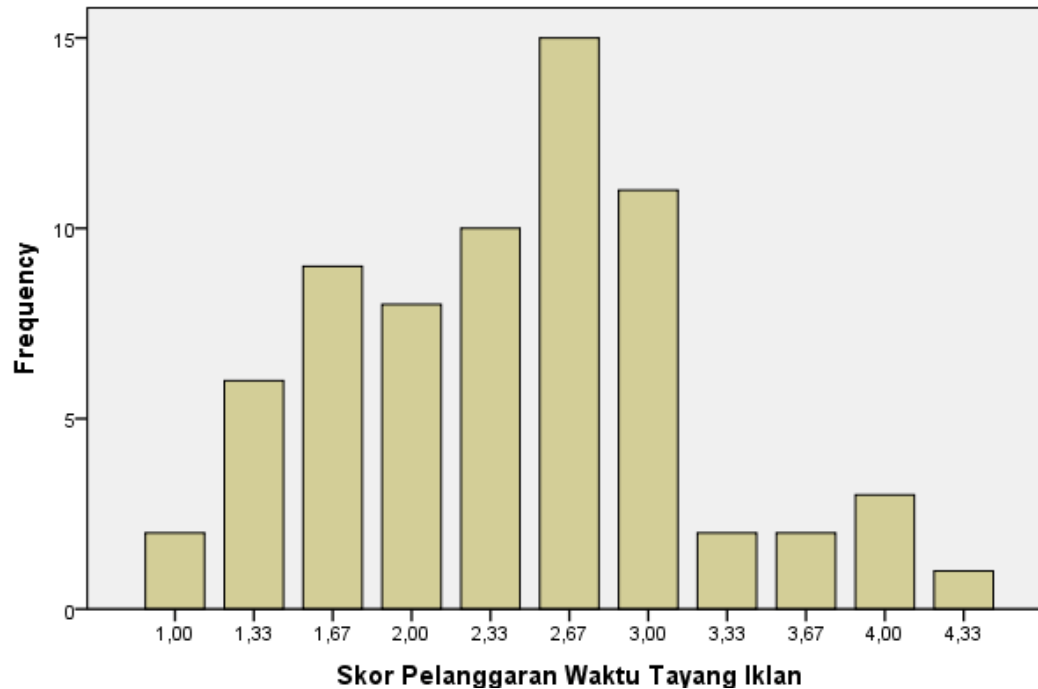
Skor Pelanggaran Waktu Tayang Iklan

N	Valid	69
	Missing	0
Mean		2,4303
Median		2,3300
Mode		2,67
Minimum		1,00
Maximum		4,33

### Skor Pelanggaran Waktu Tayang Iklan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2,9	2,9	2,9
1.33	6	8,7	8,7	11,6
1.67	9	13,0	13,0	24,6
2	8	11,6	11,6	36,2
2.33	10	14,5	14,5	50,7
2.67	15	21,7	21,7	72,5
3	11	15,9	15,9	88,4
3.33	2	2,9	2,9	91,3
3.67	2	2,9	2,9	94,2
4	3	4,3	4,3	98,6
4.33	1	1,4	1,4	100,0
Total	69	100,0	100,0	

### Skor Pelanggaran Waktu Tayang Iklan



## DESKRIPSI SKOR SIKAP TERHADAP PELANGGARAN ETIKA PARIWARA IKLAN "LUX FLORAL FUSION OIL"

### Statistics

Skor Sikap

N	Valid	69
	Missing	0
Mean		3,3441
Median		3,4200
Mode		3,42 <sup>a</sup>
Minimum		2,50
Maximum		4,00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

### Skor Sikap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.5	1	1,4	1,4	1,4
	2.58	2	2,9	2,9	4,3
	2.67	1	1,4	1,4	5,8
	2.83	1	1,4	1,4	7,2
	2.92	3	4,3	4,3	11,6
	3	4	5,8	5,8	17,4
	3.08	3	4,3	4,3	21,7
	3.17	5	7,2	7,2	29,0
	3.25	7	10,1	10,1	39,1
	3.33	5	7,2	7,2	46,4
	3.42	9	13,0	13,0	59,4
	3.5	9	13,0	13,0	72,5
	3.52	3	4,3	4,3	76,8
	3.58	6	8,7	8,7	85,5
	3.67	3	4,3	4,3	89,9
	3.75	3	4,3	4,3	94,2
	3.83	1	1,4	1,4	95,7
	3.92	1	1,4	1,4	97,1
	4	2	2,9	2,9	100,0
	Total		69	100,0	100,0

**Skor Sikap**

