

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PENGESAHAN SIDANG .....</b>	<b>i</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SIDANG .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	7
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN.....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 TEORI USES AND GRATIFICATION .....	9
2.2 KOMUNIKASI MASSA	

2.2.1	PENGERTIAN KOMUNIKASI MASSA.....	11
2.2.2	FUNGSI KOMUNIKASI MASSA .....	13
<b>2.3 MEDIA MASSA</b>		
2.3.1	PENGERTIAN MEDIA MASSA .....	14
2.3.2	EFEK MEDIA MASSA .....	16
2.3.3	BENTUK-BENTUK MEDIA MASSA.....	19
<b>2.4 TELEVISI</b>		
2.4.1	PENGERTIAN TELEVISI.....	25
2.4.2	KARAKTERISTIK TELEVISI.....	26
2.4.3	FUNGSI TELEVISI .....	28
<b>2.5 PROGRAM ACARA TELEVISI .....</b>		
<b>2.5.1 JENIS-JENIS PROGRAM ACARA TELEVISI.....</b>		
<b>2.6 DAYA TARIK.....</b>		
<b>2.7 PERSEPSI</b>		
2.6.1	PENGERTIAN PERSEPSI .....	35
2.6.2	FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI .....	36
2.6.3	TAHAPAN DALAM PERSEPSI.....	37

<b>2.8 AUDIENCE .....</b>	<b>39</b>
<b>2.9 HIMPUNAN MAHASISWA ISLAM MANAKARRA.....</b>	<b>40</b>
<b>2.10 OPERASIONAL VARIABEL .....</b>	<b>43</b>
<b>2.11 KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>53</b>
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
<b>3.1 DESAIN PENELITIAN.....</b>	<b>54</b>
<b>3.2 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
<b>3.3 SUMBER DATA .....</b>	<b>56</b>
<b>3.4 POPULASI DAN SAMPEL</b>	
3.4.1 POPULASI .....	56
3.4.2 SAMPEL.....	57
<b>3.5 BAHAN PENELITIAN DAN UNIT ANALISIS.....</b>	<b>59</b>
<b>3.6 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....</b>	<b>59</b>
<b>3.7 KUESIONER.....</b>	<b>60</b>
<b>3.8 VALIDITAS DAN RELIABILITAS ALAT UKUR</b>	
3.8.1 VALIDITAS .....	62
3.8.2 RELIABILITAS .....	67

<b>3.9 TEKNIK ANALISIS DATA</b> .....	70
---------------------------------------	----

## **BAB 4 METODE PENELITIAN**

### **4.1 SUBYEK PENELITIAN**

4.1.1 PROFIL PERUSAHAAN.....	72
------------------------------	----

4.1.2 LOGO TRANS7.....	74
------------------------	----

#### 4.1.3 VISI DAN MISI

4.1.3.1 VISI.....	75
-------------------	----

4.1.3.2 MISI.....	76
-------------------	----

4.1.4 PENGHARGAAN TRANS7.....	76
-------------------------------	----

4.1.5 PROGRAM-PROGRAM ACARA TRANS7.....	86
---	----

4.1.6 PROFIL PROGRAM ACARA KHAZANAH.....	89
--	----

### **4.2 HASIL PENELITIAN**

4.2.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	91
------------------------------------	----

4.2.2 PERSEPSI DAN DAYA TARIK.....	93
------------------------------------	----

4.2.2.1 PERNYATAAN PERSEPSI.....	95
----------------------------------	----

4.2.2.2 PERNYATAAN DAYA TARIK PROGRAM ACARA.....	104
--	-----

4.2.2.3 TINGKAT PERSEPSI.....	118
-------------------------------	-----

4.2.2.4 TINGKAT DAYA TARIK PROGRAM ACARA.....	119
---	-----

**BAB 5 PENUTUP**

5.1 KESIMPULAN.....	120
---------------------	-----

5.2 SARAN.....	121
----------------	-----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



gggul



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa U**



gggul



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa U**



gggul



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa U**