

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR BAGAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Daya Tarik	6
2.1.1 Daya Tarik Siaran Televisi	6
2.2 Teori Perilaku Mengkonsumsi Media	8
2.2.1 Perilaku	9
2.2.2 Teori Mengkonsumsi.....	10
2.2.3 <i>Uses and Gratifications</i>	10
2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku	11
2.3.1 Perilaku Berkendara	12

2.4 Teori Kultivasi	14
2.5 Internet	15
2.5.1 Media Sosial	16
2.5.2 Jejaring Sosial	17
2.5.3 Macam-macam Media Sosial	17
2.5.4 Instagram	19
2.6 Operasional Variabel	20
2.6.1 Variabel Daya Tarik	22
2.6.2 Variabel Perilaku Berkendara	24
2.7 Kerangka Berpikir	26
2.8 Hipotesis	27
2.9 Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Sumber Data	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	32
3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Kuesioner	42
3.5 Validitas dan Alat Ukur	43
3.6 Teknik Analisis Data	51
BAB IV PEMBAHASAN	52

4.1 Objek Penelitian	52
4.1.1 Visi dan Misi NET TV	53
4.1.1.1 Visi NET TV	53
4.1.1.2 Misi NET TV	53
4.1.2 Logo NET TV	54
4.1.3 Program-program NET TV	55
4.2 Program 86	56
4.3 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Karakteristik Responden	58
4.2.2 Hasil Penelitian Variabel X (Daya Tarik Program 86 NET TV) dan Y (Perilaku Berkendara <i>Followers</i> Instagram @86_Netmedia)	60
4.4 Hubungan Antara Daya Tarik Program Acara 86 di NET TV Terhadap Perilaku Berkendara <i>Followers</i> Instagram @86_Netmedia	78
4.4.1 <i>Correlations</i>	78
4.4.2 Uji Hipotesis	80
4.5 Analisa	81
BAB V PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	