

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR BAGAN	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Secara Teoritis	4
1.4.2 Secara Praktis	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Komunikasi	7
2.1.1 Proses Komunikasi	8
2.1.2 Dampak Komunikasi	9
2.1.3 Fungsi Komunikasi	10
2.2 Komunikasi Massa	12
2.2.1 Unsur-Unsur Komunikasi Massa	12
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa	14
2.2.3 <i>Game Show</i> Sebagai Bentuk Komunikasi Massa	15
2.3 Media Massa	17
2.3.1 Jenis-Jenis Media Massa	17
2.3.2 Efek Media Massa	18
2.3.3 Karakteristik Media Massa	19
2.4 Televisi	19
2.4.1 Fungsi Televisi	20
2.4.2 Karakteristik Televisi	21
2.5 Program Acara Televisi	22
2.5.1 Format Program acara televisi	23
2.5.2 Jenis-Jenis Program Acara Televisi	24
2.6 Teori S-O-R	26
2.7 Persepsi	28
2.7.1 Jenis-jenis Persepsi	29
2.7.2 Proses Terjadinya Persepsi	30
2.8 Minat Menonton	32

2.9	Mahasiswa.....	33
2.10	<i>Broadcasting</i>	34
2.11	Operasional Variabel.....	35
2.12	Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Desain Penelitian.....	39
3.2	Sumber Data.....	42
3.3	Populasi dan Sampel	42
3.3.1	Populasi	42
3.3.2	Sampel	44
3.4	Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1	Kuesioner.....	46
3.6	Validitas dan Realibilitas Alat Ukur	47
3.6.1	Validitas.....	47
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	52
3.7	Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		60
4.1	Profil Perusahaan PT.Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh (TRANS7) 60	
4.1.1	Sejarah Singkat TRANS 7.....	60
4.1.2	Visi dan Misi	62
4.1.3	Logo dan Makna TRANS7 dan Perubahannya	63
4.1.4	Program Acara TRANS 7.....	64
4.1.5	Program Berpacu Dalam Melodi.....	67
4.2	Hasil Penelitian	68
4.2.1	Karakteristik Responden	69
4.2.2	Variabel Persepsi	70
4.2.1.1	Persepsi Pengetahuan	70
4.2.1.2	Persepsi Perhatian.....	73
4.2.1.3	Persepsi Penafsiran.....	76
4.2.3	Variabel Minat Menonton	79
4.3	Pembahasan.....	85
BAB V PENUTUP.....		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Langkah-Langkah Dalam Proses Komunikasi.....	8
Bagan 2.2 Format Acara Televisi.....	24
Bagan 2.3 Bagan Model Stimulus, Organism, Respon (S.O.R)	26
Bagan 2.4 Kerangka Pemikiran.....	38
Bagan 3.1 Ilustrasi Pengolahan dan Analisis Data	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Variabel Persepsi (X).....	36
Tabel 2.2	Variabel Minat (Y).....	37
Tabel 3.1	Jumlah Mahasiswa <i>Broadcasting</i> Universitas Mercu Buana Angkatan 2016.....	43
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel X (Persepsi).....	51
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Menonton).....	52
Tabel 3.4	Hasil Test Variabel X (Persepsi).....	54
Tabel 3.5	Hasil Test Variabel Y (Minat Menonton).....	54
Tabel 3.6	Tingkat Reliabilitas <i>Alpha-Cronbach</i>	55
Tabel 3.7	Hasil Realibilitas Variabel X (Persepsi).....	56
Tabel 3.8	Hasil Realibilitas Variabel Y (Minat Menonton).....	56
Tabel 4.1	Program Acara TRANS 7.....	65
Tabel 4.2	Identitas responden berdasarkan jenis kelamin.....	69
Tabel 4.3	Identitas responden berdasarkan usia.....	69
Tabel 4.4	Pengetahuan Responden Terhadap Durasi.....	70
Tabel 4.5	Pengetahuan Responden Terhadap Jam Tayang.....	71
Tabel 4.6	Pengetahuan Responden Terhadap Tema.....	71
Tabel 4.7	Pengetahuan Responden Terhadap Host.....	72
Tabel 4.8	Pengetahuan Berdasarkan Dimensi.....	72
Tabel 4.9	Persepsi Pengetahuan Secara Keseluruhan.....	73
Tabel 4.10	Perhatian responden terhadap penampilan dan busana sesuai dengan tema.....	74
Tabel 4.11	Perhatian Responden Terhadap Program Berpacu Dalam Melodi Yang Menghibur.....	74
Tabel 4.12	Perhatian Responden Terhadap Gaya Host Dalam Membawakan Program Berpacu Dalam Melodi.....	75
Tabel 4.13	Persepsi Perhatian Berdasarkan Dimensi.....	75
Tabel 4.14	Persepsi perhatian secara keseluruhan.....	76

Tabel 4.15 Penafsiran Responden Pada Program Berpacu Dalam Melodi Untuk Mengisi Waktu <i>Weekend</i>	77
Tabel 4.16 Penafsiran Mengundang Bintang Tamu Papan Atas	77
Tabel 4.17 Penafsiran Responden Terhadap Kesan Program Berpacu Dalam Melodi	78
Tabel 4.18 Persepsi Penafsiran Berdasarkan Dimensi.....	78
Tabel 4.19 Persepsi Penafsiran secara keseluruhan	79
Tabel 4.20 Responden Tertarik Menonton.....	80
Tabel 4.21 Responden Tertarik Untuk Menonton Untuk Mengisi Waktu Luang	80
Tabel 4.22 Program Berpacu Dalam Melodi Menjadi Pilihan Responden.....	81
Tabel 4.23 Antusias Responden Sebelum Acara	81
Tabel 4.24 Responden Tidak Mengganti <i>Channel</i> Lain	82
Tabel 4.25 Cara Permainan nya Menarik.....	82
Tabel 4.26 Responden Mengajak Orang Terdekat.....	83
Tabel 4.27 Responden Selalu Ingin Menonton Program Berpacu Dalam Melodi	84
Tabel 4.28 Responden Tertarik Menonton Disetiap Episode	84
Tabel 4.29 Minat Menonton Secara Keseluruhan.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Trans 7	60
Gambar 4.2 Logo TV7 sejak 25 November 2001-15 Desember 2006	64
Gambar 4.3 Logo Trans7 sejak 15 Desember 2006-15 Desember 2013	64
Gambar 4.4 Logo Trans7 sejak 15 Desember 2013-sekarang	64
Gambar 4.5 Logo Berpacu Dalam Melodi	67