

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG	i
TANDA PENGESAHAN SIDANG	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Umum	3
1.3.2 Tujuan Khusus	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Secara Teoritis	4

1.4.2	Secara Praktis	4
1.5	Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		
2.1	Teori S-O-R	6
2.2	Komunikasi Massa	7
2.2.1	Unsur Komunikasi Massa	7
2.2.2	Ciri-Ciri Komunikasi Massa	10
2.2.3	Fungsi Komunikasi Massa	12
2.3	Media Massa	17
2.4	Film	17
2.4.1	Jenis-Jenis Film	18
2.4.2	Genre Film	19
2.4.3	Genre Komedi	20
2.4.4	Karakteristik Film	21
2.4.5	Fungsi Film	23
2.4.6	Unsur-Unsur Film	23
2.5	BAJAJ BAJURI THE MOVIE	25
2.6	Daya Tarik	27
2.7	Minat	29
2.8	Mahasiswa	30
2.9	<i>Marketing Communication dan Advertising</i>	31

2.10	Skala Ordinal.....	31
2.11	Operasional Variabel	32
2.12	Kerangka Pemikiran	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	38
3.2	Sumber Data	39
3.3	Populasi dan Sampel	40
3.3.1	Populasi	40
3.3.2	Sampel	41
3.4	Bahan Penelitian dan Unit Analisis	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data	42
3.6	Kuesioner	43
3.7	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	44
3.7.1	Pengujian Validitas Instrumen	45
3.7.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	47
3.8	Teknik Analisis Data	50

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	Gambaran Umum BAJAJ BAJURI THE MOVIE	52
4.1.1	Sinopsis Warkop BAJAJ BAJURI THE MOVIE	52
4.2	Hasil Penelitian	54

4.2.1	Karakteristik Responden	54
4.2.2	Variabel Daya Tarik Kesukaan	55
4.2.3	Variabel Daya Tarik Kesamaan	61
4.2.4	Variabel Daya Tarik Familiritas	69
4.2.5	Variabel Minat Menonton	80
4.3	Pembahasan	87

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan Dan Saran	89
5.1.1	Kesimpulan	89
5.1.2	Saran	91

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kuesioner

Lampiran 2 – Tabel Tabulasi

Lampiran 3 – Daftar Tabel Data Mahasiswa Universitas Mercu Buana

Jakarta Jurusan *Marketing Communication* dan
Advertising angkatan 2014