

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGHANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan teoritis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II Tinjauan Pustaka	
2.1 Komunikasi	9
2.2 <i>Cultivation Theory</i>	8
2.3 Komunikasi massa	12
2.3.1 Fungsi Komunikasi massa	13
2.3.2 Karakteristik Komunikasi massa.....	16
2.4 <i>Media Massa</i>	16
2.4.1 Televisi	17
2.4.2 Program Televisi.....	17

2.4.3	format program televisi	18
2.4.4	<i>Variety show</i>	20
2.5	Perspsi	20
2.5.1	perhatian	21
2.5.2	Motivasi	22
2.5.3	Harapan	22
2.5.4	Memori	23
2.6	Minat	23
2.7	Menonton	24
2.8	Skala <i>Likert</i>	25
2.9	Operasional Variabel.....	25
2.9.1	Variabel persepsi (X)	26
2.9.2	Variabel minat (Y)	29
2.11	Kerangka Pemikiran	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	33
3.2	Populasi dan Sampel	34
3.2.1	Populasi	32
3.2.2	Sampel	36
3.3	Bahan Penelitian dan Unit Analisis	36
3.4	Teknik Pengumpulan Data	36
3.5	Validitas dan Reabilitas.....	37
3.5.1.	Validitas	37
3.5.2	Reabilitas	38
3.6	Teknik Analisis Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	RCTI	44
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan	46
4.1.2	Logo RCTI.....	47
4.2	Profile Singkat <i>JMCI</i>	48
4.2.	<i>Junior MasterChef</i> Indonesia.....	50
4.3	Hasil Penelitian	56
4.3.1	Karakteristik Responden	56
4.4.	Total Akumulasi.....	72
4.4.1	Akumulasi variabel persepsi	79
4.42	Akumulasi variabel Minat.....	82
4.5	Pembahasan.....	84

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN