

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR BAGAN	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan	5
2.2. Komunikasi	6
2.2.1. Pengertian Komunikasi	6
2.2.2. Proses Komunikasi	8
2.2.3. Fungsi Komunikasi	9
2.2.4. Unsur-Unsur Komunikasi	10
2.2.5. Media Komunikasi	11
2.3. Komunikasi Massa	12
2.4. Persepsi	12
2.4.1. Pengertian Persepsi	13
2.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	14
2.4.3. Indikator Persepsi	15
2.5. Minat	15
2.5.1. Pengertian Minat	15
2.5.2. Faktor yang mempengaruhi minat	16
2.5.3. Indikator Minat	18
2.6. Menonton	18
2.7. Internet	19
2.8. Youtube	20
2.8.1. Pengertian Youtube	20
2.8.2. Youtube sebagai Media Komunikasi Olahraga	21
2.9. Srikandi Cup	23
2.9.1. Sejarah Umum	23
2.10. Youtube Channel Augie Fantinus	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Metode Penelitian	25

3.2. Populasi	27
3.3. Sampel	27
3.4. Teknik Pengumpulan Data	28
3.5. Validitas dan Reabilitas	28
3.5.1. Uji Validitas	28
3.5.2. Uji Reabilitas.....	30
3.6. Skala Likert	31
3.7. Operasional Variabel	32
3.8. Kerangka Pemikiran	33
3.9. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN	35
4.1. Objek Penelitian	35
4.1.1. Gambaran Umum.....	35
4.2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	36
4.2.1. Uji Validitas	36
4.2.2. Uji Reabilitas.....	38
4.3. Hasil Penelitian	38
4.3.1. Karakteristik Responden	38
4.3.1.1. Jenis Kelamin	39
4.3.1.2. Usia.....	39
4.3.1.3. Pendidikan Terakhir	39
4.3.1.4. Persepsi.....	40
4.3.1.4. Minat	40
4.4. Persepsi menonton Youtube channel Augie Fantinus	41
4.5. Minat menonton Youtube channel Augie Fantinus	45
BAB V PEMBAHASAN	49
5.1. Pembahasan Hasil Penelitian	49
5.1.1. Persepsi	49
5.1.2. Minat	49
BAB VI PENUTUP	51
6.1. Kesimpulan	51
6.2. Saran	51
DAFTAR REFERENSI	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Desain Penelitian	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional Penelitian	33
Tabel 4.1 Uji Validitas	36
Tabel 4.2 Uji Reabilitas	38
Tabel 4.3 Persentase Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.4 Persentase Usia Responden.....	39
Tabel 4.5 Persentase Pendidikan Terakhir Responden	39
Tabel 4.6 Persepsi Responden	40
Tabel 4.7 Minat Responden	41
Tabel 4.8 Responden merasa Youtube channel Augie Fantinus Menarik	41
Tabel 4.9 Responden selalu menonton video baru yang <i>diupload</i> oleh Youtube channel Augie Fantinus.....	42
Tabel 4.10 Responden mendapat pesan positif melalui video Youtube channel Augie Fantinus	42
Tabel 4.11 Responden dapat menonton Youtube channel Augie Fantinus di mana saja	42
Tabel 4.12 Responden menonton Youtube channel Augie Fantinus kapan saja ...	43
Tabel 4.13 Responden cepat dan gampang menemukan Youtube channel Augie Fantinus	43
Tabel 4.14 Responden merasa iklan pada Youtube channel Augie Fantinus membosankan.....	44
Tabel 4.15 Responden menonton Youtube channel Augie Fantinus karena bintang tamunya	44
Tabel 4.16 Responden merasa kualitas video yang ditampilkan di Youtube channel Augie Fantinus bagus	44
Tabel 4.17 Responden merasa kualitas video yang ditampilkan di Youtube channel Augie Fantinus jelas	45
Tabel 4.18 Responden akan menonton video Youtube channel Augie Fantinus dari awal hingga akhir.....	45
Tabel 4.19 Responden akan mengajak orang untuk menonton Youtube channel Augie Fantinus	46
Tabel 4.20 Responden tidak akan mengganti channel lain selama menonton Youtube channel Augie Fantinus	46
Tabel 4.21 Responden ikut <i>comment</i> pada kolom <i>comment</i> di Youtube channel Augie Fantinus	46
Tabel 4.22 Responden akan men- <i>subscribe</i> Youtube channel Augie Fantinus	47
Tabel 4.23 Responden menonton ulang video-video pada Youtube channel Augie Fantinus	47

Tabel 4.24 Responden suka menonton Youtube channel Augie Fantinus.....	48
Tabel 4.25 Responden bersemangat saat menonton Youtube channel Augie Fantinus.....	48
Tabel 5.1 Nilai Dominan Persepsi	49
Tabel 5.2 Nilai Dominan Minat	49