

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Batasan dan Penegasan Judul	5
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Komunikasi.....	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	9
2.1.2 Komunikasi Massa.....	10
2.1.3 Pengertian Komunikasi Massa	11
2.1.4 Ciri – Ciri Komunikasi Massa	12
2.2 Televisi.....	19
2.2.1 Pengertian Televisi.....	19
2.2.2 Fungsi Televisi.....	21
2.3 Program Acara Televisi.....	21
2.3.1 Jenis Program Televisi.....	23
2.4 Program Music Yang Menarik.....	24
2.5 Persepsi.....	26
2.6 Minat.....	27
2.7 Program Indonesian Idol.....	28
2.8 Operasional Variabel.....	30

2.8.1 Variabel Persepsi	31
2.8.2 Variabel Minat	33
2.9 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Bahan Penelitian dan Unit Analisis	40
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data	43
3.5 Validitas dan Reliabilitas	45
3.5.1 Validitas	45
3.5.2 Reliabilitas	49
3.6 Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	52
4.1. Subjek Penelitian	52
4.1.4 Gambaran Umum Perusahaan RCTI	52
4.2.4 Alamat Stasiun RCTI	54
4.3.4 Logo dan Makna RCTI	54
4.1.4 Visi, Misi dan Tiga Pilar Utama PT. RCTI	55
4.1.1 Visi	55
4.1.2 Misi.....	56
4.1.5 Strategi PT. RCTI.....	57
4.1.6 Target Pemirsa	58
4.1.7 Struktur Organisasi.....	59
4.1.8 Job Deskriptor PT. RCTI	61
4.2. Program Acara Indonesian Idol	63
4.2.1 Proses Seleksi Indonesian Idol	65
4.2.3 Spektakuler Show	67
4.3 Hasil Penelitian	68
4.3.1 Hasil Penilaian Persepsi Mahasiswa UKM Binus TV untuk menonton program acara Indonesian Idol 2014 di RCTI	78

4.3.2 Hasil Penelitian Minat Mahasiswa UKM Binus TV Untuk Meonton Program Acara Indonesian Idol di RCTI.....	79
---	----

BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT PENULIS

LAMPIRAN

