

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	Ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
1.2 Komunikasi	12
1.2.1 Pengertian Komunikasi	12
1.2.2 Fungsi Komunikasi	14
1.2.3 Unsur Komunikasi	15
1.2.4 Konteks-konteks Komunikasi	17
2.2 Komunikasi Massa	18
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa	19
2.3 Media Massa	20
2.3.1 Pengertian Media Massa	21
2.3.2 Karakteristik Media Massa	22
2.3.3 Jenis-jenis Media Massa	23
2.4 Televisi	24
2.4.1 Pengertian Televisi	24
2.4.2 Fungsi Televisi	25
2.4.3 Program Acara Televisi	27
2.5 <i>Talkshow</i>	28
2.5.1 <i>Talkshow</i> Bukan Empat Mata	30
2.6 Pembawa Acara	32
2.6.1 Pengertian Pembawa Acara	32
2.6.2 Unsur-unsur yang diperhatikan oleh Pembawa Acara	34
2.7 Daya Tarik Pembawa Acara	36
2.8 Minat Menonton	42
2.9 Hubungan Daya Tarik Pembawa Acara Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Universitas Esa Unggul Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2010	44
2.10 Operasional Variabel	46
2.11 Kerangka Pemikiran	48
2.12 Hipotesis	50

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Desain Penelitian	51
3.2 Sumber Data	52
3.3 Populasi dan Sampel	53
3.3.1 Populasi	53
3.3.2 Sampel	54
3.4 Bahan Penelitian dan Unit Analisis	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.5.1 Data Primer	57
3.5.2 Data Sekunder	58
3.6 Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur	58
3.6.1 Reliabilitas	58
3.6.2 Validitas	63
3.7 Teknik Analisis Data	64
BAB IV HASIL PENELITIAN	65
4.1 Subyek Penelitian	65
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	66
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	66
4.1.3 Logo Perusahaan	67
4.1.4 Struktur Organisasi	68
4.1.5 Program Acara Trans 7	69
4.1.6 Program Acara Talkshow Bukan Empat Mata	74
4.2 Hasil Penelitian	78
4.2.1 Profil Responden	78
4.2.2 Variabel X (Daya Tarik Pembawa Acara)	80
4.2.3 Variabel Y (Minat Menonton)	84
4.2.4 Hubungan Daya Tarik Pembawa Acara Bukan Empat Mata di Trans 7 Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Universitas Esa Unggul FIKOM 2010	88
4.3 Pembahasan	90
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	95