

## DAFTAR ISI

<b>Tanda Persetujuan Sidang .....</b>	<b>ii</b>
<b>Tanda Pengesahan Sidang .....</b>	<b>iii</b>
<b>Surat Pernyataan .....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstrak .....</b>	<b>v</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xvii</b>
<b>Daftar Bagan .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4

<b>BAB II.....</b>	<b>6</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>6</b>
2.1 Teori S-O-R.....	6
2.2 Pengertian Persepsi.....	9
2.3 Pengertian Minat.....	11
2.4 Komunikasi.....	13
2.4.1 Pengertian Komunikasi.....	13
2.4.2 Unsur-Unsur Komunikasi.....	16
2.4.3 Karakteristik Komunikasi.....	19
2.5 Komunikasi Massa.....	20
2.5.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	21
2.5.3 Unsur Komunikasi Massa.....	27
2.6 Televisi.....	29
2.6.1 Pengertian Televisi.....	29
2.6.2 Sejarah singkat Televisi.....	30
2.6.3 Sifat Televisi.....	31
2.6.4 Kelebihan Televisi.....	32
2.6.5 Kekurangan Televisi.....	32
2.6.6 Karakteristik Televisi.....	32
2.7 Program Siaran Televisi.....	36

2.7.1	Program Fiksi.....	37
2.7.2	Program Acara Non Fiksi.....	38
2.7.3	Program Acara Non Drama.....	39
2.7.4	Program Tau Gak Sih.....	40
<b>BAB III.....</b>		<b>41</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>41</b>
3.1	Desain Penelitian.....	41
3.2	Sumber Data.....	43
3.2.1	Populasi Penelitian.....	43
3.2.2	Sampel.....	45
3.3	Atribut.....	47
3.4	Operational Variabel.....	49
3.5	Bahan Penelitian dan Sumber Analisis.....	53
3.6	Kerangka Pemikiran.....	53
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.8	Validitas dan Reliabilitas Alat ukur.....	57
3.8.1	Validitas.....	57
3.8.2	Hasil Uji Validitas.....	59
3.8.3	Uji Reliabilitas.....	60

3.8.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
3.9 Analisis Data.....	68
<b>BAB IV.....</b>	<b>69</b>
<b>PEMBAHASAN.....</b>	<b>69</b>
4.1 Sejarah Trans 7.....	69
4.1.1 pergantian Nama Dan Logo.....	71
4.1.2 Menjadi Trans7.....	72
4.1.3 Perubahan Logo.....	73
4.2 Filosofi Perusahaan.....	75
4.3 VISI & MISI TRANS 7.....	76
4.3.1 VISI.....	76
4.3.2 MISI.....	76
4.4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	76
4.4.1 Skema Stuktur Organisasi Perusahaan.....	78
4.5 Program Acara TRANS 7.....	79
4.6 Seputar Program Acara Tau Gak Sih di TRANS 7.....	81
4.6.1 Sinopsis Program Acara Tau Gak Sih.....	82
4.6.2 Kekuatan Program Acara Tau Gak Sih.....	82
4.7 Karakteristik Responden.....	83

4.8	Hasil Penelitian Berdasarkan Data Variabel Persepsi.....	84
4.8.1	Persepsi terhadap “Aspek Pengetahuan”.....	85
4.8.2	Persepsi terhadap “Aspek Sikap (Kognitif)”.....	90
4.9	Hasil Penelitian Berdasarkan Data Variabel Minat.....	95
4.9.1	Minat terhadap “Aspek Sikap (Afektif)”.....	95
4.9.2	Minat Terhadap “Aspek Tindakan dan Perilaku”.....	100
4.10	Pembahasan.....	105
<b>BAB V.....</b>		<b>108</b>
<b>PENUTUP.....</b>		<b>108</b>
5.1	Kesimpulan.....	108
5.2	Saran.....	109
5.2.1	Praktisi.....	109
5.2.2	Akademis.....	109

## Daftar Pustaka

## Lampiran-Lampiran