

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBARxvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Komunikasi Massa	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa	8
2.1.2 Ciri Komunikasi Massa	10

2.1.3 Unsur-unsur Komunikasi Massa	11
2.1.4 Fungsi Komunikasi Massa	13
2.2 Televisi.....	15
2.2.1 Fungsi Televisi	16
2.2.2 Karakteristik Televisi	17
2.3 Program Televisi.....	18
2.4 Teori SOR.....	21
2.5 Reality Show.....	23
2.5.1 Pengertian Reality Show	23
2.5.2 Klasifikasi Program Reality Show	24
2.5.3 Pendekatan Talent (Kompetisi)	24
2.6 Presenter	26
2.7 Kredibilitas	28
2.8 Minat Menonton	31
2.9 Mahasiswa	34
2.10 Operasional Variabel	35
2.11 Indikator.....	36
2.12 Kerangka Pemikiran	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel	42
3.2.1 Populasi	42

3.2.2 Sampel	44
3.3 Bahan Penelitiian dan Unit Analisis	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1 Kuesioner	49
3.5 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	50
3.5.1 Pengujian Validitas Instrumen	51
3.5.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	52
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 PT. Citra Rajawali Televisi Indonesia	57
4.1.1 Visi dan Misi	58
4.1.2 Logo Perusahaan	59
4.1.3 Struktur Organisasi RCTI	59
4.1.4 Program-program RCTI	62
4.1.5 Program The Voice	63
4.1.6 Profil Daniel Mananta	65
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1 Karakteristik Responden	66
4.2.2 Kredibilitas	67
4.2.2.1 Kredibilitas Keahlian	67
4.2.2.2 Kredibilitas Kepercayaan	74
4.2.3 Minat Menonton	81

4.2.3.1 Minat Menonton Perhatian	81
4.2.3.2 Minat Menonton Ketertarikan	85
4.2.3.3 Minat Menonton Hasrat	90
4.2.3.4 Minat Menonton Keputusan	94
4.2.3.5 Minat Menonton Tindakan	98
4.3 Pembahasan	103
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	