

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
KATA PENGANTARii
DAFTAR ISIiii
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR TABEL
DAFTAR BAGAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah6
1.3 Tujuan Penelitian6
1.4 Manfaat Penelitian6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Komunikasi8
2.2 Komunikasi Massa10
 2.1.1 Ciri – ciri Komunikasi Massa10
 2.2.2 Unsur Komunikasi Massa14
2.3 Media Massa16
2.4 Televisi17
 2.4.1 Pengertian Televisi17
 2.4.2 Fungsi Televisi17
2.5 Jenis Program Televisi18
 2.5.1 Program Informasi19
 2.5.2 Hard News19
 2.5.3 Soft News20
2.6 Berita Islami Masa Kini21

| | |
|--------------------------------------|----|
| 2.7 Teori Uses & Gratification | 22 |
| 2.8 Efek Komunikasi Massa | 27 |
| 2.9 Intensitas Menonton | 29 |
| 2.9.1 Definisi Intensitas | 29 |
| 2.9.2 Definisi Menonton | 31 |
| 2.10 Ibu Rumah Tangga | 32 |
| 2.11 Skala Likert | 33 |
| 2.12 Operasional Variabel | 35 |
| 2.13 Kerangka Pemikiran | 41 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Desain Penelitian | 43 |
| 3.2 Metode Survei | 44 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 44 |
| 3.3.1 Populasi | 44 |
| 3.2.2 Sampel | 45 |
| 3.4 Bahan Penelitian Unit Analisis | 46 |
| 3.5 Teknik Pengeumpulan Data | 46 |
| 3.5.1 Data Primer | 47 |
| 3.5.2 Data Sekunder | 47 |
| 3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur | 48 |
| 3.6.1 Validitas | 48 |
| 3.6.2 Reliabilitas | 52 |
| 3.7 Teknik Pengolahan Data dan Analisi Data | 56 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|------------------------------------|----|
| 4.1 Objek Penelitian | 58 |
| 4.1.1 Visi dan Misi Trans TV | 58 |
| 4.1.1.1 Visi Trans TV | 58 |
| 4.1.1.2 Misi Trans TV | 59 |

| | |
|---|----|
| 4.2 Logo Trans TV | 59 |
| 4.3 Gambaran Umum Program Berita Islami Masa Kini | 60 |
| 4.4 Hasil Penelitian | 61 |
| 4.4.1 Karakteristik Responden | 61 |
| 4.4.2 Berdasarkan Data Variabel | 62 |
| 4.5 Hasil Penelitian Berdasarkan Kuesioner | 63 |
| 4.5.1 Variabel Efek | 63 |
| 4.6 Pembahasan | 82 |

BAB V PENUTUP

| | |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan | 84 |
| 5.2 Saran | 85 |

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Operasional Variabel Efek..... | 36 |
| Tabel 2.2 Operasional Variabel Intensitas | 39 |
| Tabel 3.1 Tabel Responden | 50 |
| Tabel 3.2 | 51 |
| Tabel 4.1 identitas responden | 61 |
| Tabel 4.2 Responden Dapat memahami agama islam lebih dalam dengan menonton program Beriman | 64 |
| Tabel 4.3 Responden dapat memperoleh banyak pelajaran moral dengan menonton program beriman | 65 |
| Tabel 4.4 Responden Bertambah keimananya setelah menonton program Beriman..... | 66 |
| Tabel 4.5 Setelah Menonton Program Beriman Responden dapat bersikap dengan baik dalam kehidupan sehari – hari | 67 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.6 responden dapat menerapkan ilmu agama dengan baik dalam kehidupan sehari – hari setelah menonton program beriman | 68 |
| Tabel 4.7 responden dapat memperbaiki diri setelah menonton beriman | 69 |
| Tabel 4.8 responden merasa senang setelah menonton program beriman | 70 |
| Tabel 4.9 responden menonton karena ingin mengetahui berita seputar islam lebih dalam | 71 |
| Tabel 4.10 responden menonton program beriman karena para host yang menarik perhatian karena terlihat cantik / tampan | 72 |
| Tabel 4.11 responden menonton beriman karena ingin memperbanyak ilmu agama | 73 |
| Tabel 4.12 responden menonton beriman karena materi yang di sampaikan sesuai dengan ajaran agama | 74 |
| Tabel 4.13 responden mengetahui jam tayang beriman dari senin – minggu | 75 |
| Tabel 4.14 responden mengetahui durasi penayangan program beriman | 76 |
| Tabel 4.15 program beriman mempunyai judul yang menarik dari judul yang lainnya | 77 |
| Tabel 4.16 Responden selalu menyempatkan menonton program beriman dari senin – minggu | 78 |
| Tabel 4.17 responden selalu menanti tayangan beriman dari awal hingga akhir acara | 79 |
| Tabel 4.18 Efek menonton secara keseluruhan | 80 |
| Tabel 4.19 Identitas Menonton secara keseluruhan | 81 |

BAGAN 2.1

| | |
|------------------------------------|----|
| Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran | 42 |
|------------------------------------|----|