

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Aspek Teoritis	8
1.4.2 Aspek Praktis	8
1.5 Tahapan Penelitian	9
1.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Tinjauan Teori	24
2.2.1 Konsumsi Media	24
2.2.2 Media Massa.....	25
2.2.3 Uses and Gratification (U&G).....	26
2.2.4 Uses and Gratification Model Palmgreen dkk (1985..	26
2.3 Kerangka Pemikiran	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Objek Penelitian	31
3.4 Definisi Konsep	31
3.5 Operasional Variabel	32
3.6 Populasi dan Sampel	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data	37
3.7.1 Data Primer	37
3.7.2 Data Sekunder	38
3.8 Teknik Keabsahan Data	38
3.8.1 Uji Validitas	38
3.8.2 Uji Reliabilitas	39
3.9 Teknik Analisis Data	39
3.9.1 Analisis Univariat	39
3.9.2 Analisis Bivariat	40
3.10 Hipotesis Penelitian	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	43
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.2 Deskripsi Statistik Penelitian.....	47
4.2.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas	48
4.2.2 Rata-rata Tingkat Penggunaan Media Televisi.....	48
4.2.3 <i>Gratifications Sought</i> Pada Penggunaan Televisi	49

4.2.4	<i>Gratifications Obtained</i> Pada Penggunaan Televisi	51
4.2.5	Tingkat Kepuasan Penggunaan Televisi.....	54
4.2.6	Rata-rata Tingkat Penggunaan Media Internet	55
4.2.7	<i>Gratifications Sought</i> Pada Penggunaan Internet	55
4.2.8	<i>Gratifications Obtained</i> Pada Penggunaan Internet.....	58
4.2.9	Tingkat Kepuasan Penggunaan Internet.....	60
4.3	Analisis Data Bivariat.....	61
4.3.1	Pengaruh Penggunaan Media Televisi Terhadap Kepuasan Yang Diharapkan(<i>Gratifications Sought</i>).....	62
4.3.2	Pengaruh Penggunaan Media Televisi Terhadap Kepuasan Yang Diperoleh (<i>Gratifications Obtained</i>).....	63
4.3.3	Pengaruh Penggunaan Media Internet Terhadap Kepuasan Yang Diharapkan(<i>Gratifications Sought</i>).....	64
4.3.4	Pengaruh Penggunaan Media Internet Terhadap Kepuasan Yang Diperoleh (<i>Gratifications Obtained</i>).....	66
4.4	Analisis Perbandingan.....	67
4.4.1	Perbedaan antara <i>Gratifications Sought</i> dan <i>Gratifications Obtained</i> pada Penggunaan Media Televisi.....	67
4.4.2	Perbedaan antara <i>Gratifications Sought</i> dan <i>Gratifications Obtained</i> pada Penggunaan Media Internet.....	68
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
4.5.1	Tingkat Penggunaan Media Televisi Dan Internet.....	70
4.5.2	Tingkat Kepuasan Yang Diharapkan (<i>Gratifications Sought</i>) Pada Penggunaan Televisi dan Internet.....	71
4.5.3	Tingkat Kepuasan Yang Diperoleh (<i>Gratifications Obtained</i>) Pada Penggunaan Televisi dan Internet.....	73
4.5.4	Tingkat Kepuasan Penggunaan Televisi.....	74
4.5.5	Tingkat Kepuasan Penggunaan Internet.....	75

4.5.6 Pengaruh Penggunaan Media Televisi Terhadap Kepuasan Yang Diperoleh (<i>Gratifications Obtained</i>).....	76
4.5.7 Pengaruh Penggunaan Media Internet Terhadap Kepuasan Yang Diperoleh (<i>Gratifications Obtained</i>).....	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
5.2.1 Aspek Teoritis	82
5.2.2 Aspek Praktis	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88