

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Identifikasi Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.5.2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Media Massa.....	10
2.1.1 Pengertian Media Massa.....	10
2.1.2 Karakteristik Media Massa.....	11
2.1.3 Jenis-Jenis Media Massa.....	12
2.2. Televisi.....	13
2.2.1 Pengertian Televisi.....	13
2.2.2 Televisi sebagai Media Masa.....	14
2.3. Khalayak.....	15

2.3.1 Pengertian Khalayak.....	15
2.3.2 Perspektif Khalayak.....	17
2.3.3 Tipologi Aktivitas Khalayak.....	19
2.4. Analisis Resepsi.....	21
2.4.1 Pengertian Analisis Resepsi.....	21
2.4.2 Teori Decoding – Encoding.....	23
2.5. Kajian Budaya tentang Resepsi.....	27
2.6. Remaja.....	29
2.6.1 Remaja Menurut Hukum.	29
2.6.3. Defenisi Sosial Psikologi.....	33
BAB III.....	36
METODOLOGI.....	36
3.1. Paradigma Penelitian.....	36
3.2. Tipe Penelitian.....	37
3.3. Metode Penelitian.....	38
3.4. Subjek Penelitian.....	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5.1 Data Primer.....	42
3.5.2 Data Sekunder.....	43
3.6. Teknik Analisis Data.....	43
3.7. Teknik Keabsahan Data.....	44
BAB IV.....	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1. Partai Perindo.....	47
4.1.2. MNC Grup.....	49
4.1.3. Mars Perindo.....	49
4.2. Hasil Penelitian.....	51
4.2.1. Interpretasi Mahasiswa terhadap tayangan Mars Perindo yang ada di MNC Grup.....	51

4.3 Pembahasan.....	62
BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
5.1. Simpulan.....	68
5.2. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	74

