

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademisi	8
1.4.2 Manfaat Praktisi	8
1.4.2.1 Bagi Karyawan.....	8
1.4.2.2 Bagi Perusahaan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi	11
2.2.1 Fungsi - Fungsi Komunikasi	12
2.2.2 Teori Komunikasi.....	13
2.3 Komunikasi Massa	14
2.3.1 Fungsi Komunikasi Massa	16
2.3.2 Teori Efek Komunikasi Massa.....	16
2.4 Jurnalistik	17
2.5 Program Televisi	18
2.6 New Media	19

2.7	Audiovisual	20
2.8	Minat	21
2.9	Youtube	22
2.10	Strategi Penggunaan Media Massa dalam Jurnalistik dengan New Media (Youtube).	22
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1	Paradigma Penelitian.....	24
3.2	Metode Penelitian.....	24
3.3	Populasi dan Sampel	26
3.3.1	Populasi	26
3.3.2	Sampel.....	27
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	29
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	30
3.4.1	Definisi Konsep.....	30
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data	37
3.5.1	Data Primer	37
3.5.2	Data Sekunder	38
3.5.3	Uji Validitas dan Reabilitas	38
3.6	Teknik Analisa Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1	Program <i>Closing Bell</i>	45
4.1.2	Identitas Karyawan PT Wijaya Karya (Persero) Tbk. sebagai responden.....	46
4.2	Hasil Penelitian	49
4.3	Pengujian Hipotesis.....	57
4.3.1	Korelasi	58
4.3.2	Uji Regresi Sederhana.....	59
4.4	Pembahasan.....	61
BAB V KESIMPULAN.....		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran.....	64
5.2.1	Saran Akademis	64

5.2.2	Saran Praktisi	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN		

