

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
RIWAYAT HIDUP	xiv
MOTTO HIDUP.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	2
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	5
1. Secara Akademis.....	5
2. Secara Praktis	5
E. Hasil Penelitian Relevan	7
F. Kerangka Pemikiran	11
G. Hipotesis.....	12
H. Langkah-Langkah Penelitian	14
H.1 Lokasi Penelitian	15

H.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	16
H.3 Metode Penelitian.....	18
H.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	20
H.5 Populasi dan Sampel	21
H.6 Teknik Pengumpulan Data	23
H.7 Validitas dan Reliabilitas.....	24
H.8 Analisis Data	26
BAB II KAJIAN PUSTAKA	27
A. Unsur Berita	27
A.1 Karakteristik Berita	28
A.2 Ciri-Ciri Berita	30
A.3 Struktur Berita	33
B. Unsur Media Massa	36
B.1 Karakteristik Media Massa.....	37
B.2 Jenis-Jenis Media Massa	39
B.3 Fungsi Media Massa.....	43
C. Teori Uses and Gratification	45
C.1 Sejarah Teori Uses and Gratification	48
C.2 Asumsi Teori Uses and Gratification	52
C.3 Kelebihan dan Kekurangan Teori Uses and Gratification.....	56
C.4 Penerapan Teori Uses and Gratification.....	59
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	63
A.1 Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung.....	63

A.2 Deskripsi Responden.....	66
B. Hasil Penyebaran Instrumen Penelitian.....	70
B.1 Deskripsi Responden	70
B.2 Uji Validitas.....	73
B.3 Uji Reliabilitas.....	78
B.4 Penyebaran Berita di Media Sosial Tik Tok)	82
B.5 Penyebaran Berita di Media Sosial Tik Tok terhadap Minat Mahasiswa dalam Menonton Tayangan Berita Televisi	86
B.6 Uji Kolerasi	87
B.7 Uji Hipotesis.....	88
C. PEMBAHASAN	90
BAB IV	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
DAFTAR LAMPIRAN	96





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG