

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	12
1.5 Tahapan Penelitian .....	12
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	14
1.7 Sistematika Penelitian.....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
2.2 Tinjauan Pustaka.....	27
2.2.1 Komunikasi .....	27
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	27
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi.....	28

2.2.2 Komunikasi Massa ( <i>Mass Communication</i> ) .....	29
2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa .....	29
2.2.2.2 Elemen Komunikasi Massa .....	30
2.2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa .....	32
2.2.3 Media Massa .....	34
2.2.3.1 Jenis Media Massa .....	35
2.2.4 Radio .....	36
2.2.4.1 Perkembangan Radio .....	36
2.2.4.2 Kekuatan dan Keunggulan Radio .....	36
2.2.5 Program Radio .....	37
2.2.5.1 Format Program Radio .....	38
2.2.5.2 Tujuan Format Siaran .....	38
2.2.5.3 Program Interaktif .....	39
2.2.6 Interaksi .....	41
2.2.6.1 Aspek - Aspek Interaksi Sosial .....	41
2.2.6.2 Faktor - Faktor Interaksi Sosial .....	42
2.2.6.3 Kriteria dan Ciri - Ciri Interaksi Sosial .....	43
2.2.7 Kerangka Pemikiran .....	44
2.2.8 Hipotesis .....	45

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	46
3.2 Metode Penelitian .....	46
3.3 Operasionalitas Variabel dan Skala Pengukuran .....	47
3.3.1 Objek Penelitian .....	47
3.3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	47
3.3.1.2 Visi dan Misi Radio Rama Group .....	48
3.3.1.3 Radio Paramuda 93.7 FM Bandung .....	49
3.3.2 Subjek Penelitian .....	55
3.4 Variabel Operasional .....	55
3.4.1 Variabel Independen .....	56

3.4.2 Variabel Dependen.....	59
3.4.3 Sumber Skala Pengukuran .....	61
3.5 Populasi dan Sampel.....	62
3.5.1 Populasi.....	62
3.5.2 Sampel.....	62
3.5.3 Kriteria Sampling.....	63
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.6.1 Jenis Data .....	64
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas .....	65
3.8 Teknik Analisis Data.....	70
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	70
3.8.1.1 <i>Mean</i> .....	71
3.8.2 Koefisien Determinasi.....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	73
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Mendengarkan Program Jadian Yuk .....	73
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Hubungan Berpacaran .....	75
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	76
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	77
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mendengarkan Radio Paramuda.....	79
4.2 Analisis Hasil Penelitian .....	80
4.2.1 Analisis Hasil Penelitian Program Radio Jadian Yuk (X) .....	80

4.2.2 Analisis Hasil Penelitian Aktivitas Interaksi Mencari Pasangan dalam Menggunakan Program Jadian Yuk (Y) .....	90
4.3 Analisis Regresi Liner Sederhana .....	96
4.3.1 Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	97
4.3.2 Koefisien Determinasi .....	98
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	100
4.4.1 Analisis Deskriptif Responden .....	100
4.4.2 Rekapitulasi Data <i>Mean</i> Kelompok Pengaruh Program Jadian Yuk di Radio Paramuda 93.7 FM Bandung Terhadap Aktivitas Interaksi Mencari Pasangan di Kalangan Pendengar Radio Paramuda Bandung .....	101
4.4.3 Pengaruh Program Radio Jadian Yuk Terhadap Aktivitas Interaksi mencari pasangan .....	103
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>104</b>
5.1 Simpulan .....	104
5.2 Saran .....	105
5.2.1 Saran Teoritis .....	105
5.2.2 Saran Praktis .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>113</b>