

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
RIWAYAT HIDUP.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Landasan Pemikiran	9
F. Langkah – langkah Penelitian	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	34
A. Kajian Konseptual	34
1. Tinjauan Umum Dakwah Islam.....	34
a. Pengertian Dakwah.....	34
b. Unsur-unsur Dakwah	35
c. Persepsi Sebagai Efek Dakwah	40

2. Tinjauan Umum Media.....	42
a. Pengertian Media.....	42
b. Media Online	43
c. Media Sebagai Alat Penyampai Persepsi	44
3. Tinjauan Umum Radio.....	45
a. Pengertian Radio	45
b. Karakteristik Radio	46
c. Radio sebagai Media Dakwah.....	48
4. Tinjauan Umum Komunitas.....	50
a. Pengertian Komunitas	50
b. Ciri-ciri Komunitas	50
c. Persepsi sebagai Ciri-ciri Komunitas.....	51
B. Kajian Teoritis.....	52
1. Teori Psikologi Komunikasi.....	52
a. Pengertian Psikologi Komunikasi	52
b. Ciri Pendekatan Psikologi Komunikasi.....	54
c. Sistem Komunikasi Intrapersonal.....	56
2. Teori Komunikasi Massa.....	57
a. Pengertian Komunikasi Massa	57
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Reaksi Khalayak pada Komunikasi Massa	58
c. Efek Komunikasi Massa.....	66
3. Teori Persepsi	67
a. Pengertian Persepsi	67
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	68
c. Proses Terbentuknya Persepsi.....	70
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
A. Gambaran Umum	72

1. Komunitas Hits Makers Bandung	72
2. Hits Unikom Radio Bandung	73
3. Program-program di Hits Unikom Radio Bandung	79
4. Program Siaran Mutiara Pagi	81
B. Hasil Penelitian	82
1. Program Siaran Dakwah Mutiara Pagi Dapat Menarik Perhatian Komunitas Hits Makers Bandung	83
2. Pandangan Keislaman Komunitas Hits Makers Dari Program Siaran Mutiara Pagi	84
3. Pengaruh Positif Siaran Mutiara Pagi terhadap Komunitas Hits Makers Bandung	86
C. Pembahasan Penelitian.....	88
1. Analisa Mengenai Persepsi Komunitas Hits Makers	88
BAB VI PENUTUP	109
A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 (Profil Hits Unikom Bandung)	78
Tabel 3.2 (Daftar Program Siaran Hits Unikom Radio Bandung)	79
Tabel 3.3 (Profil Program Siaran Mutiara Pagi Hits Unikom Radio Bandung) ...	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pendengar Program Siara Mutiara Pagi	5
Gambar 1.2 Faktor Pembentuk Persepsi	18
Gambar 1.3 Bagan Landasan Pemikiran	23
Gambar 2.1 Matriks Paradigma Motivasi Manusia (Dalam Hubungannya dengan Gratifikasi Media)	61
Gambar 2.2 Faktor Pembentuk Persepsi	69
Gambar 3.1 Logo Hits Unikom Radio Bandung	73
Gambar 3.2 Ruang Studio Hits Unikom Radio Bandung	74
Gambar 3.3 Ruang Produksi Siaran Hits Unikom Radio Bandung	75
Gambar 3.4 Stuktur Organisasi Hits Unikom Radio Bandung	76
Gambar 3.5 Bagan Alur Struktur Terkait Perhatian.....	89
Gambar 3.6 Bagan Alur Struktur Terkait Pandangan	95
Gambar 3.7 Bagan Alur Struktur Terkait Pengaruh.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian.....	114
Lampiran 2 Panduan Wawancara.....	116
Lampiran 3 Panduan Observasi	116
Lampiran 4 Transkrip Wawancara.....	118

