

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTTO HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	6
1.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
1.6. Kerangka Pemikiran	9
1.7. Operasionalisasi Variabel	15
1.8. Hipotesis Penelitian	16
1.9. Langkah-langkah Penelitian	16
1.9.1. Lokasi Penelitian	16
1.9.2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian	17
1.9.3. Metode yang Digunakan	17
1.9.4. Jenis dan Sumber Data	17

1.9.5. Populasi dan Pemilihan Sampel	18
1.9.6. Teknik Pengumpulan Data	20
1.9.7. Validitas dan Reliabilitas Data	21
1.9.8. Teknik Analisis Data	23
BAB II. TINJAUAN TEORITIS	24
2.1. Media Massa	24
2.1.1. Pengertian Media Massa	24
2.1.2. Fungsi Media Massa	26
2.1.3. Karakteristik Media Massa	29
2.2. Internet	32
2.3. Media Online	37
2.3.1. Pengertian Media Online	37
2.3.2. Jenis-jenis Media Online	38
2.3.3. Karakteristik Media Online	40
2.3.4. Kredibilitas Media Online	41
2.3.5. Karakteristik Pengguna Media Online	44
2.4. Teori Uses and Gratifications	46
2.4.1. Pengertian Teori Uses and Gratifications	46
2.4.2. Kebutuhan Khalayak terhadap Media Massa	49
BAB III. PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	52
3.1. Kondisi Objektif Responden	52
3.2. Kondisi Objektif Situs Persib.co.id	55
3.3. Analisis Data Penelitian	57

3.3.1. Variabel X Penggunaan Situs Persib.co.id	58
3.3.2. Variabel Y Pemenuhan Kebutuhan Informasi	76
3.3.3. Kesimpulan Analisis Data Penelitian	97
3.4. Analisis Data Statistik	99
3.4.1. Uji Validitas	99
3.4.2. Uji Reliabilitas	101
3.4.3. Uji Korelasi Rank Spearman	102
3.4.4. Uji Hipotesis	103
BAB IV. PENUTUP	106
4.1. Kesimpulan	106
4.2. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG