

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>RINGKESAN</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Masalah .....	8
1.2.1 Fokus Penelitian .....	8
1.2.2 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	9
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis .....	10
1.3.2.2 Kegunaan Praktis.....	10
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....	11
2.1 Kajian Pustaka .....	11
2.1.1 Tinjauan Penelitian Sejenis .....	11
2.1.2 Kerangka Konseptual .....	20
2.1.2.1 Komunikasi.....	20
2.1.2.1.1 Definisi Komunikasi.....	20
2.1.2.1.2 Proses Komunikasi .....	21
2.1.2.1.3 Bentuk Komunikasi .....	21
2.1.2.1.4 Sifat Komunikasi.....	24
2.1.2.1.5 Tujuan Komunikasi.....	26

2.1.2.2 Komunikasi Media Baru .....	27
2.1.2.2.1 Definisi Komunikasi Media Baru .....	27
2.1.2.2.2 Fungsi Komunikasi Media Baru .....	30
2.1.2.3 Bumble .....	31
2.1.2.4 Mahasiswa .....	33
2.1.2.5 Persepsi .....	34
2.1.3 Kerangka Teoritis .....	35
2.1.3.1 Persepsi .....	36
2.1.3.2 Jenis Persepsi .....	38
2.1.3.3 Hal-hal Yang Mempengaruhi Persepsi .....	41
2.2 Kerangka Pemikiran .....	44
BAB III .....	47
SUBJEK, OBJEK, DAN METODE PENELITIAN .....	47
3.1 Subjek Penelitian .....	47
3.2 Objek Penelitian .....	49
3.3 Metodologi Penelitian .....	50
3.3.1 Desain / Paradigma Penelitian .....	51
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data .....	52
3.3.3 Rancangan Analisis Data .....	54
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian .....	55
3.3.5 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian .....	57
3.3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	58
3.3.6.1 Lokasi Penelitian .....	58
3.3.6.2 Jadwal Penelitian .....	58
BAB IV .....	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	59
4.1 Hasil Penelitian .....	59
4.1.1 Sensasi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Aplikasi Bumble Sebagai Media Mencari Pasangan .....	61
4.1.1.1 Tabulasi Sensasi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Aplikasi Bumble Sebagai Media Mencari Pasangan .....	72
4.1.2 Atensi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Aplikasi Bumble Sebagai Media Mencari Pasangan .....	77

4.1.2.1 Tabulasi Atensi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Aplikasi Bumble Sebagai Media Mencari Pasangan .....	88
4.1.3 Interpretasi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Aplikasi Bumble Sebagai Media Mencari Pasangan.....	93
4.1.3.1 Tabulasi Interpretasi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Aplikasi Bumble Sebagai Media Mencari Pasangan .....	108
4.2 Pembahasan Penelitian.....	120
4.2.1 Sensasi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Aplikasi Bumble Sebagai Media Mencari Pasangan.....	120
4.2.2 Atensi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Aplikasi Bumble Sebagai Media Mencari Pasangan.....	122
4.2.3 Interpretasi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Aplikasi Bumble Sebagai Media Mencari Pasangan.....	124
4.2.4 Analisis Konprehensif Sensasi, Atensi, dan Interpretasi Mahasiswa Fisip Unpas Mengenai Aplikasi Bumble Sebagai Media Mencari Pasangan .....	125
BAB V.....	128
KESIMPULAN DAN SARAN.....	128
5.1 Kesimpulan.....	128
5.2 Saran .....	130
DAFTAR PUSTAKA .....	133
LAMPIRAN .....	134

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1.....	15
Tabel 3. 1.....	48
Tabel 3. 2.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 US dating app market share 2021 (%).....	3
Gambar 2. 1.....	32
Gambar 2. 2.....	33
Gambar 2. 3.....	38
Gambar 2. 4.....	46
Gambar 3. 1 Komponen dalam Analisis Data (Interactive Model) .....	54