

BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Desain Penelitian.....	42
B. Sumber dan Metode Penggalan Data	46
1. Populasi	46
2. Sampel.....	47
3. Teknik Sampling.....	48
C. Metode Analisis Data	50
D. Rancangan Kuesioner	51
E. Seleksi Item Pertanyaan.....	55
1. Seleksi Item Pertanyaan yang <i>Outlier</i>	55
2. Seleksi Ketelitian Item Pertanyaan dalam Mengukur.....	56
3. Seleksi Validitas (<i>item fit</i>) dan Reliabilitas Item Pertanyaan	57
4. Seleksi Item Pertanyaan yang Bias	58
5. Pengujian Unidimensionalitas Pengukuran.....	59
6. Analisis Skala Peringkat (<i>Rating Scale Analysis</i>)	59
F. Kuesioner <i>Brand Personality</i> Acara Dakwah.....	60
BAB IV PEMBAHASAN	65
A. Karakteristik Pemirsa Acara Dakwah di Televisi	65
1. Karakteristik Pemirsa Keseluruhan Acara Dakwah di Televisi	65
2. Karakteristik Pemirsa Acara Islam itu Indah	67
3. Karakteristik Pemirsa Acara Mamah Aa Beraksi.....	68
B. <i>Brand Personality</i> Acara Dakwah	70
1. Dimensi <i>Brand Personality</i> Keseluruhan Acara Dakwah di Televisi	70
2. Dimensi <i>Brand Personality</i> Acara Islam itu Indah.....	77
3. Dimensi <i>Brand Personality</i> Acara Mamah Aa Beraksi.....	80
C. Perbandingan Dimensi <i>Brand Personality</i> Acara Dakwah di Televisi	83
1. Kepercayaan (<i>Integrity</i>)	84
2. Visioner (<i>Visionary</i>).....	84
3. Keluasan Analisis (<i>Widely Analytical</i>)	85
4. Membedakan (<i>Discriminating</i>)	85
5. Profesional (<i>Professional</i>).....	86

6. Responsif (<i>Responsive</i>)	87
7. Ketegasan (<i>Decisive</i>)	87
8. Reputasi (<i>Stature</i>)	88
9. Melibatkan (<i>Engaging</i>)	89
10. Strategis (<i>Strategic</i>)	89
11. Fokus (<i>Focused</i>)	90
12. Berjiwa muda (<i>Young & Vibrant</i>).....	90
13. Kepekaan (<i>Sensitive</i>).....	91
14. Kaya (<i>Richness</i>).....	92
D. Pembahasan	93
1. <i>Brand Personality</i> Acara Dakwah dalam Perspektif Ekuasi Media	93
2. Kultivasi <i>Brand Personality</i> Pemirsa Acara Dakwah.....	114
3. Menilai Kualitas Komunikasi Acara Dakwah.....	120
BAB V PENUTUP	127
A. Kesimpulan	127
B. Implikasi Teoritik	131
C. Keterbatasan Studi.....	133
D. Rekomendasi.....	133
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	136