

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAKS.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR BAGAN.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
RIWAYAT HIDUP.....	xx
BAB 1 PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
1. Fokus Penelitian.....	8
2. Pertanyaan Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
1. Kegunaan Akademis.....	9
2. Kegunaan Praktis.....	10
E. Landasan Pemikiran.....	10

1. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	11
2. Landasan Teoritis.....	13
3. Kerangka Konseptual.....	16
F. Langkah Penelitian.....	20
1. Lokasi Penelitian.....	20
2. Paradigma dan Pendekatan.....	21
3. Metode Penelitian.....	22
4. Jenis dan Sumber Data.....	23
a. Jenis Data.....	23
b. Sumber Data.....	24
5. Penentuan Informan dan Teknik Penentuan Informan.....	25
6. Teknik Pengumpulan Data.....	26
7. Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	27
8. Teknik Analisis Data.....	28

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....

A. Televisi.....	30
1. Sejarah Singkat Televisi.....	30
2. Pengertian Televisi.....	33
3. Fungsi Televisi.....	35
4. Karakteristik Televisi.....	36
5. Faktor-Faktor yang Harus Diperhatikan dalam Membuat Acara Televisi.....	39
B. Berita dan Berita <i>Fokus</i>	41

1. Pengertian Berita.....	41
2. Karakteristik Berita Televisi.....	45
3. Berita <i>Fokus</i>	49
C. Persepsi dan Teori Persepsi.....	
1. Persepsi.....	50
a. Pengertian Persepsi.....	50
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	52
c. Proses Terjadinya Persepsi.....	57
d. Objek Persepsi.....	60
e. Syarat Persepsi.....	61
2. Teori Persepsi.....	62
a. Penjelasan Teori Persepsi.....	62
b. Penerapan Teori Persepsi.....	65
D. Persepsi Masyarakat.....	68
1. Pengertian Masyarakat.....	68
2. Pengertian Persepsi Masyarakat.....	69
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
A. Gambaran Umum.....	71
1. Kondisi Objektif Kampung Listring, Cilacap, Jawa Tengah. ..	71
2. Profil Informan.....	72
3. Kondisi Objektif PT. Indosiar Visual Mandiri.....	73
a. Sejarah PT. Indosiar Visual Mandiri.....	73
b. Visi dan Misi PT. Indosiar Visual Mandiri.....	76

c.	Motto, Logo dan ID Station PT. Indosiar Visual Mandiri..	78
4.	Program Berita <i>Fokus</i> .	80
B.	Hasil Penelitian Persepsi Masyarakat Kampung Listring, Cilacap, Jawa Tengah Mengenai Program Berita <i>Fokus</i> Pada Stasiun Televisi Swasta Nasional Indosiar.	81
1.	Seleksi Masyarakat Kampung Listring, Cilacap, Jawa Tengah Terhadap Program Berita <i>Fokus</i> di Indosiar.	81
2.	Interpretasi Masyarakat Kampung Listring, Cilacap, Jawa Tengah Terhadap Program Berita <i>Fokus</i> di Indosiar.	87
3.	Reaksi Masyarakat Kampung Listring, Cilacap, Jawa Tengah Terhadap Program Berita <i>Fokus</i> di Indosiar.	95
C.	Pembahasan Penelitian Persepsi Masyarakat Kampung Listring, Cilacap, Jawa Tengah Mengenai Program Berita <i>Fokus</i> Pada Stasiun Televisi Swasta Nasional Indosiar.	104
1.	Seleksi Masyarakat Kampung Listring, Cilacap, Jawa Tengah Terhadap Program Berita <i>Fokus</i> di Indosiar.	111
2.	Interpretasi Masyarakat Kampung Listring, Cilacap, Jawa Tengah Terhadap Program Berita <i>Fokus</i> di Indosiar.	117
3.	Reaksi Masyarakat Kampung Listring, Cilacap, Jawa Tengah Terhadap Program Berita <i>Fokus</i> di Indosiar.	122
D.	Relevansi Hasil Penelitian dengan Teori Persepsi.	129
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan.	132

B. Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA.....	134
LAMPIRAN.....	137

