

Daftar Isi

Lembar Pernyataan	ii
Lembar Persetujuan	iii
Lembar Pengesahan	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vii
Abstrak	viii
Daftar Isi	1
Daftar Tabel.....	5
Daftar Gambar.....	5
BAB I PENDAHULUAN.....	6
1. Latar Belakang Masalah.....	6
2. Rumusan Masalah	11
3. Tujuan Penelitian.....	11
4. Manfaat Penelitian	12
5. Kerangka Pemikiran.....	12
A. Terpaan Tayangan Televisi	13
B. Konsumsi Media dan Persepsi Realitas Sosial.....	14
C. Efek Media Massa	16
D. Persepsi	20
6. Kerangka Konsep	23
A. Definisi Konsep.....	23
B. Variabel Penelitian	24
C. Definisi Operasional	25
7. Metodologi Penelitian	26
A. Metode.....	26
B. Obyek Penelitian	27
C. Sampel.....	28
D. Jumlah Sampel	28
E. Kriteria Sampel (<i>Sample Framing</i>)	29
F. Teknik Sampling	29
G. Cara Menjangkau Sampel	30

8. Teknik Analisis Data.....	30
A. Analisis Regresi.....	30
B. Langkah Analisis Data.....	31
BAB II CITRA KEPOLISIAN, TELEVISI, DAN PERSEPSI	33
1. Penelitian Relevan	33
2. Kaitan Media dan persepsi.....	37
A. Teori Konsumsi Media dan Persepsi realitas Sosial- L.J. Shrum.....	37
3. Sejarah Singkat POLRI.....	40
4. Persepsi Masyarakat terhadap Polisi	41
5. Televisi.....	44
A. Pengertian.....	44
B. Fungsi	44
6. Program Televisi Bertema Dunia Kepolisian di Indonesia	46
BAB III OBJEK PENELITIAN	48
1. Deskripsi Responden	48
A. Usia Muda sebagai Generasi Internet.....	51
B. Usia Muda sebagai Generasi Terpelajar.....	52
C. Masyarakat Perkotaan, Masyarakat yang Aktif dan Selektif	52
2. Profil perusahaan	53
3. Pilar Utama NET. TV	56
4. Struktur Organisasi.....	57
5. Lingkup Bisnis dan Produk.....	57
6. Program 86	59
A. Deskripsi Program	59
B. Latar Belakang Program	60
C. Genre Program.....	60
D. Program Identity	61
E. Fungsi Program	62
F. Tujuan Program.....	63
G. Proses Produksi	64
H. Nilai yang Diangkat.....	64

I. Police as a Human	65
BAB IV TERPAAN TAYANGAN 86 NET. TV TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT DIY	66
1. Uji Kuesioner	66
A. Uji Validitas	66
B. Uji Realibilitas.....	67
2. Distribusi Frekuensi	68
A. Terpaan Tayangan.....	69
B. Persepsi Masyarakat	71
3. Temuan Menarik	74
A. Ketertarikan responden terhadap Program 86.....	75
B. Tugas kepolisian diangkat dalam program televisi	75
C. Peran 86 dalam mendekatkan dunia kepolisian dengan masyarakat	76
D. Peningkatan apresiasi responden terhadap polisi setelah menyaksikan 86.....	77
4. Uji Data Penelitian.....	78
A. Uji Normalitas	78
B. Uji Linearitas.....	78
C. Uji Heteroskedastisitas.....	78
D. Uji Regresi Linear Sederhana	79
E. Cross Tabulation.....	80
F. Hasil Penelitian.....	86
BAB V PENUTUP	89
1. Kesimpulan	89
2. Kritik	91
3. Saran.....	92
Daftar Pustaka	94
Lampiran.....	100
1. Transkrip Wawancara	100
2. Kuesioner Penelitian	109
3. Data Penelitian	114
4. Pengolahan Data	137
A. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	137

B. Hasil Uji Karakteristik Responden.....	139
C. Hasil Uji Deskriptif	142
D. Hasil Uji Normalitas	142
E. Hasil Uji Linearitas	142
F. Hasil Uji Heteroskedastisitas	143
G. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	144
H. Uji Tabulasi Silang (<i>Cross Tab</i>)	145

Daftar Tabel

1.1 Tabel Definisi Operasional	66
2.1 Tabel Penelitian Relevant	66
2.2 Tabel Garis Besar Penelitian.....	66
4.1 Tabel Tingkat Validitas Instrumen Penellitian	67
4.2 Tabel Tingkat Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	68
4.3 Tabel Frekuensi Terpaan Tayangan Bagian Frekuensi.....	69
4.4 Tabel Frekuensi Terpaan Tayangan Bagian Durasi.....	70
4.5 Tabel Frekuensi Terpaan Tayangan Bagian Atensi	70
4.6 Tabel Frekuensi Persepsi Bagian <i>Attending</i>	72
4.7 Tabel Frekuensi Persepsi Bagian <i>Organizing</i>	72
4.8 Tabel Frekuensi Persepsi Bagian <i>Interpreting</i>	73
4.9 Tabel Frekuensi Persepsi Bagian <i>Retrieving</i>	74
5.1 Tabel Posisi Penelitian	91

Daftar Gambar

1.1 Bagan Terjadinya Proses Kognitif	15
1.2 Bagan Proses Terjadinya Persepsi (Turner).....	20
1.3 Bagan Proses Terjadinya Persepsi (Sobur).....	20
1.4 Bagan Faktor-faktor Pembentuk Persepsi	22
1.5 Bagan Kerangka Pemikiran	23
2.1 Diagram Citra Buruk Polisi.....	42
3.1 Logo NET. TV	53
3.2 Hierarki Perusahaan NET. TV	58
3.3 Logo Program 86	61