

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8.
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
 BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	10

2.2. Televisi	16
2.2.1. Pengertian Televisi	16
2.2.2. Karakteristik Televisi	17
2.2.3. Fungsi Televisi.....	18
2.2.4. Kelebihan dan Kelemahan Televisi.....	19
2.2.5. Program Televisi.....	20
2.3. Reality Show	27
2.3.1. Pengertian Reality Show	27
2.3.2. Bentuk-Bentuk Reality Show.....	28
2.4. Persepsi	30
2.4.1. Pengertian Persepsi.....	30
2.4.2. Faktor-Faktor Penyebab Perbedaan Persepsi.....	32
2.4.3. Macam-Macam Persepsi	34
2.4.4. Prinsip-Prinsip Persepsi.....	34
2.4.5. Proses Terjadinya Persepsi.....	35
2.5. Teori S-O-R	41
2.6. Komunitas Motor	42

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian.....	47
3.2. Metode Penelitian	48
3.3. Populasi dan Sampel.....	48
3.3.1. Populasi.....	48
3.3.2. Sampel.....	49
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel	52
3.4. Definisi Konsep Dan Operasionalisasi Konsep	52
3.4.1. Definisi Konsep	52
3.4.2. Operasionalisasi Konsep	53
3.5. Validitas Dan Reliabilitas.....	58
3.5.1. Uji Validitas	59
3.5.2. Uji Reliabilitas	60
3.6. Teknik Pengumpulan Data	61
3.6.1. Data Primer	62
3.6.2. Data Sekunder.....	62
3.7. Teknik Analisa Data	62
 BAB IV	
 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	67

4.1.1. Sekilas Tentang Garage Life.....	67
4.1.2. Profil Pembawa Acara.....	69
4.2. Hasil Penelitian.....	74
4.2.1. Deskripsi Data	74
4.2.2. Hasil Uji Validitas	75
4.2.3. Hasil Uji Reliabilitas	76
4.2.4. Terpaan Media.....	78
4.2.5. Persepsi Berdasarkan Responden.....	81
4.2.6. Persepsi Berdasarkan Item.....	85
4.2.7. Persepsi Secara Umum.....	93
4.3. Pembahasan.....	94
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	108
5.2. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112