

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN SIDANG .....</b>	<b>i</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SIDANG.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Penegasan Judul.....	4
1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan.....	4
1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan.....	5
1.4.1 Secara Teoritis.....	5
1.4.2 Secara Praktis.....	5
1.5 Lokasi dan Waktu.....	5
1.5.1 Lokasi.....	5
1.5.2 Waktu.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Komunikasi.....	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	7
2.1.2 Proses Komunikasi.....	8
2.1.3 Fungsi Komunikasi.....	10
2.1.4 Dampak Komunikasi.....	11

2.2 Komunikasi Massa.....	12
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	12
2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi Massa.....	13
2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa.....	16
2.2.4 Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	17
2.3 Media Massa.....	19
2.3.1 Pengertian Media Massa.....	19
2.3.2 Bentuk-Bentuk Media Massa.....	20
2.3.3 Karakteristik Media Massa.....	21
2.3.4 Efek Media Massa.....	22
2.4 Televisi.....	24
2.4.1 Pengertian Televisi.....	24
2.4.2 Karakteristik Televisi.....	25
2.4.3 Fungsi Televisi.....	26
2.5 Televisi Kabel.....	28
2.6 Program Acara Televisi.....	29
2.6.1 Pengertian Program Televisi.....	29
2.6.2 Jenis Program Televisi.....	30
2.6.2.1 Drama.....	30
2.6.2.2 Non Drama.....	30
2.6.2.3 News.....	31
2.6.2.4 Reality Show.....	32
2.6.2.5 Pendidikan.....	33
2.6.3 Profesi Dalam Televisi.....	34
2.6.3.1 Executive Producer.....	34
2.6.3.2 Producer.....	35

2.6.3.3 Pengarah Acara/Director.....	35
2.6.3.4 Tim Kreatif.....	36
2.6.3.5 Penulis Naskah Artistik.....	36
2.6.3.6 Unit Production Manager.....	37
2.6.3.7 Penata Artistik (Art Director).....	37
2.6.3.8 Producer Assistant (PA).....	38
2.7 Tim Kreatif.....	38
2.7.1 Pengertian Tim Kreatif.....	38
2.7.2 Kreatif Pada Stasiun Televisi.....	38
2.7.3 Kreatif.....	40
2.7.3 Pengertian Peran.....	40
2.8 Auto & Gadget.....	41
2.8.1 Pengertian Auto Gadget.....	41
2.8.2 Talk Show “Live-Chat”.....	41
<b>BAB III GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>42</b>
3.1 Sejarah Televisi MNC Group.....	42
3.1.1 Sektor Media MNC Group.....	43
3.1.2 Visi dan Misi MNC Group.....	47
3.2 MNC Channel.....	48
3.2.1 Channels.....	49
3.3 Logo MNC Group.....	51
3.4 Struktur Organisasi.....	52
3.4.1 Profesi di Tim Auto & Gadget.....	52
3.5 Deskripsi Kerja.....	54

<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Kajian Dari Ilmu Komunikasi.....	57
4.2 Kajian Dari Ilmu Broadcasting.....	58
4.2.1 Pra Produksi.....	58
4.2.2 Produksi.....	60
4.2.3 Pasca Produksi.....	61
4.3 Hambatan Yang Terjadi Saat Proses Praktik Kerja Lapangan Terhadap Penulis.....	61
4.4 Dampak Dari Praktik Kerja Lapangan Terhadap Penulis.....	62
 <b>BAB V PENUTUP.....</b>	 <b>63</b>
5.1 Kesimpulan.....	63
5.1.1 Kajian Dari Ilmu Komunikasi.....	63
5.1.2 Kajian Dari Ilmu Broadcasting.....	64
5.1.2.1 Pra Produksi.....	64
5.1.2.2 Produksi.....	64
5.1.2.3 Pasca Produksi.....	65
5.2 Saran.....	65

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**