

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	I
KATA PENGANTAR.....	II
DAFTAR LAMPIRAN.....	III
DAFTAR ISI.....	IV
DAFTAR BAGAN.....	V
DAFTAR GAMBAR.....	VI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Batasan dan Penegasan Judul	4
1.3 Tujuan Praktek Kerja Lapangan.....	5
1.4 Manfaat Praktek Kerja Lapangan.....	6
1.5 Lokasi Praktek Kerja Lapangan.....	6
1.6 Waktu Praktek Kerja Lapangan.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....

2.1 Komunikasi.....	7
2.2 Komunikasi Massa.....	8
2.2.1 Fungsi komunikasi Massa.....	10
2.3 Pengertian komunikasi Massa.....	10
2.3.1 Jenis Media komunikasi.....	10
2.3.2 audio Visual.....	11
2.4 Media Massa.....	11
2.4.1 Media Cetak.....	12
2.4.2 Media Elektronik.....	12
2.5 Televisi dan Penyiaran.....	12
2.6 Proses Produksi Acara Televisi.....	15

2.6.1 Pra Produksi.....	15
2.6.2 Produksi.....	16
2.6.3 Pasca Produksi.....	16
2.7 Program Televisi.....	16
2.7.1 Variety Show.....	16
2.8 Departemen Programming.....	18
2.8.1 Promosi Dalam Media Televisi.....	18
2.9 Departemen Promo On Air.....	18
2.9.1 Promo On Air.....	18
2.9.2 Manfaat Promo On Air.....	19
BAB III GAMBARAN UMUM.....	24
3.1 PT. Metropolitan Televisindo (B Channel).....	24
3.2 Visi B Channel.....	25
3.3 Misi B Channel.....	25
3.4 tagline B Channel.....	25
3.5 Logo B Channel.....	26
3.6 Jangkauan Siaran.....	26
3.7 Kedudukan Unit Kerja.....	28
3.8 Struktur Program Promo On Air.....	29
BAB IV PEMBAHASAN.....	30
4.1 Promo Program The X Factor.....	30
4.1.1 Proses Program The X Factor.....	31
4.2 Klasifikasi Pelaksanaan Program Kerja.....	31
4.3 Laporan Kegiatan Dalam Praktek Kerja Lapangan.....	32
4.4 Aktivitas Khusus.....	33
4.5 Proses Pelaksanaan Promo On air.....	34

BAB V PENUTUP.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	42