

## DAFTAR ISI

<b>Abstrak</b> .....	i
<b>Kata Pengantar</b> .....	ii
<b>Daftar Isi</b> .....	iv
<b>Daftar Bagan, Tabel, Gambar</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2 Manfaat Akademis .....	5
1.4.3 Manfaat Praktis .....	5
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Komunikasi.....	7
2.1.1 Definisi Komunikasi .....	7
2.1.2 Proses Komunikasi .....	8
2.1.3 Faktor Komunikasi .....	8
2.1.4 Tipe Komunikasi .....	10
2.1.5 Dampak Komunikasi .....	11
2.2 Komunikasi Massa .....	12
2.2.1 Definisi Komunikasi Massa .....	12
2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi Massa .....	13

2.2.3	Fungsi Komunikasi Massa .....	15
2.3	Penyiaran .....	16
2.3.1	Definisi Penyiaran .....	16
2.4	Televisi .....	18
2.4.1	Karakteristik Televisi .....	20
2.5	Program Televisi .....	21
2.5.1	Televisi dan Ideologi .....	22
2.6	Program Talkshow .....	22
2.6.1	Pengertian Dasar .....	22
2.6.2	Karakteristik Talkshow .....	23
2.6.3	Jenis Jenis Talkshow dan syarat Pengemasannya ..	24
2.7	Strategi .....	26
2.8	Pengertian Kreatif .....	27
2.8.1	Keratif .....	27
2.8.2	Pengertian Tim Kreatif .....	28
2.9	Kerangka Pemikiran .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>38</b>
3.1	Metode Penelitian .....	34
3.1.1	Desain Studi Kasus Tunggal .....	38
3.1.2	Desain Studi Kasus Multikasus .....	39
3.2	Unit Analisis .....	40
3.3	Bahan Penelitian .....	40
3.4	Sumber Data .....	41
3.4.1	Key Informan .....	41
3.4.2	Informan .....	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5.1	Data Primer .....	43
3.5.2	Data Sekunder .....	49
3.6	Uji Keabsahan Data .....	50

3.7	Analisis Data .....	53
3.7.1	Kategorisasi Data .....	54
3.7.2	Tahapan Analisis Data.....	55
3.7.3	Prinsip Pokok Teknik Analisis Data .....	57
3.7.4	Macam Macam Analisis Data .....	58
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>60</b>
4.1	Subjek Penelitian.....	60
4.1.1	Logo.....	61
4.1.2	Visi, Misi, Tagline.....	64
4.1.3	Struktur Organisasi ANTV.....	65
4.1.4	Jangkauan Siaran.....	66
4.1.5	Target Audience.....	66
4.1.6	Key Informan dan Informan.....	66
4.2	Program Selamat Malam Indonesia.....	67
4.2.1	Target Penonton Program Selamat Malam Indonesia..	68
4.2.2	Susunan Kru Selamat Malam Indonesia.....	69
4.2.3	Proses Tahapan Kerja Tim Kreatif.....	71
4.2.4	Penentuan Konsep dan Tema Program SMI.....	74
4.2.5	Tata Panggung.....	78
4.2.6	Host.....	78
4.2.7	Sasaran Penonton Program SMI.....	80
4.2.8	Jam Tayang.....	81
4.3	Kegiatan Produksi Selamat Malam Indonesia.....	83
4.4	Strategi Tim Kreatif.....	84
4.4.1	Strategi Tim Kreatif Dalam Penyajian Program.....	85
4.4.2	Strategi Untuk Mempertahankan Program.....	88
4.4.3	Analisis Pembahasan.....	90

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>92</b>
5.1    Kesimpulan.....	92
5.2    Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN  
ABSEN BIMBINGAN

## DAFTAR BAGAN, TABEL, GAMBAR

### BAB II

Bagan 2.1	Kerangka Pemikiran .....	33
-----------	--------------------------	----

### BAB III

Tabel 3.1	Tipe-tipe Dasar Desain Studi Kasus.....	37
-----------	---	----

### BAB IV

Gambar 4.1	Logo ANTV 1982 – 1996.....	62
Gambar 4.2	Logo ANTV 30 April 2006.....	62
Gambar 4.3	Logo ANTV 20 September – 17 Maret 2013.....	63
Gambar 4.4	Logo ANTV 13 Maret 2013 – Sekarang.....	64
Gambar 4.5	Selamat Malam Indonesia.....	67
Gambar 4.6	Busana yang digunakan Host SMI.....	72