

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG	i
TANDA PENGESAHAN SIDANG	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Umum	5
1.3.2 Tujuan Khusus	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Definisi Komunikasi	8
2.1.2 Proses Komunikasi.....	9
2.1.3 Unsur- Unsur Komunikasi	9
2.1.4 Fungsi Komunikasi	11
2.1.5 Pemahaman dan Fungsi Model.....	13
2.2 Komunikasi Massa.....	14

2.2.1 Definisi Komunikasi Massa	15
2.2.2 Efek Komunikasi Massa	17
2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa	18
2.3 Media Massa	21
2.3.1 Pengertian Media Massa	21
2.3.2 Efek Media Massa.....	21
2.3.3 Jenis Media Massa	22
2.4 Televisi.....	27
2.4.1 Pengertian Televisi.....	27
2.4.2 Sejarah Singkat Televisi	27
2.4.3 Karakteristik Televisi.....	29
2.4.4 Program Acara TV	30
2.5 Tahapan Produksi Televisi	32
2.5.1 Tahap Pra - Produksi.....	32
2.5.2 Tahap Produksi	33
2.5.3 Tahap Pasca Produksi	34
2.6 Proses	35
2.7 Strategi	36
2.8 Tim Produksi.....	43
2.9 Kreatif & Tim Kreatif	49
2.9.1 Proses Kreatif	49
2.9.2 Tim Kreatif.....	51
2.10 Program Televisi Hiburan	52
2.10.1 Drama.....	52
2.10.2 Permainan atau Game Show	54
2.10.3 Musik.....	55
2.10.4 Pertunjukan.....	55
2.11 BAPER.....	55

2.12 Kerangka Pemikiran.....	57
BAB III METODEOLOGI PENELITIAN	58
3.1 Pendekatan Penelitian	58
3.2 Sifat Penelitian	59
3.3 Unit Analisis.....	60
3.4 Key Informan & Informan	61
3.4.1 Key Informan	61
3.4.2 Informan.....	61
3.5 Sumber Data.....	62
3.5.1 Data Primer	62
3.5.2 Data Sekunder	67
3.6 Keabsahan Data.....	67
3.7 Teknik Analisis Data.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN	72
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	72
4.1.1 Visi & Misi RCTI	73
4.1.2 Tiga Pilar Utama.....	73
4.1.3 Logo RCTI.....	74
4.1.4 Slogan RCTI	75
4.1.5 Strategi PT Rajawali Citra Televisi Indonesia.....	75
4.1.6 Program- Program RCTI	76
4.1.7 Target Pemirsa	78
4.2 Struktur Perusahaan	78
4.3 Divisi Program Siaran.....	80
4.4 Sarana Penunjang.....	80
4.5 Key Informan & Informan	81
4.5.1 Key Informan.....	81
4.5.2 Informan.....	82

4.6 Program Acara BAPER	83
4.6.1 Tim Produksi BAPER.....	84
4.6.2 Proses Tahapan Kerja Tim Kreatif	87
4.6.3 Ide Cerita.....	90
4.6.4 Tata Panggung	91
4.6.5 Host.....	92
4.6.6 Jam Tayang	94
4.6.7 Segementasi Penonton BAPER	95
4.7 Strategi Tim Kreatif	95
4.7.1 Strategi Tim Kreatif dalam Penyajian Program.....	96
4.7.2 Strategi untuk Mempertahankan Program BAPER	97
4.8 Proses Produksi	98
4.9 Kendala yang ditemui dalam Program.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113
5.2.1 Saran Akademis	113
5.2.2 Saran Praktis	113
DAFTAR PUSTAKA	115
Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran	

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.11 Kerangka Pemikiran.....	55
------------------------------------	----

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo RCTI.....	74
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	79
Gambar 4.7 Suasana Games Tebak Kata.....	97