

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	
HALAMAN PERNYATAAN FAKULTAS	
UCAPAN TERIMAKASIH.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat	
Teoritis.....	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
2.2 Teori Komunikasi.....	6

2.2.1 Teori Uses and Gratification.....	6
2.2.2 Komunikasi	7
2.2.2.1 Unsur-Unsur Komunikasi.....	8
2.2.2.2 Fungsi Komunikasi.....	9
2.2.3 Komunikasi Massa.....	10
2.2.3.1 Fungsi Komunikasi Massa	11
2.2.3.2 Unsur-Unsur Komunikasi Massa.....	12
2.2.3.3 Efek Komunikasi Massa.....	13
2.3 Konsep-konsep Penelitian.....	14
2.3.1 Broadcasting Penyiaran	14
2.3.2 Televisi.....	14
2.3.2.1 Karakteristik Televisi	15
2.3.3 Program Acara Televisi	16
2.3.3.1 Kekuatan dan Kelemahan Televisi	17
2.3.4 Strategi Produser.....	18
2.3.4.1 Strategi.....	18
2.3.4.2 Produser.....	20
2.3.5 Reality Show.....	21
2.3.6 Eksistensi.....	22
2.3.9 Sinopsis Program Bedah Rumah.....	23
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	25
3.2 Desain Penelitian.....	27
3.3 Sumber Data.....	28
3.3.1 Data Primer.....	28

3.3.2 Data Sekunder.....	28
3.3.3 Key Informan.....	29
3.3.4 Informan.....	29
3.4 Instrument	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5.1 Observasi	30
3.5.2 Wawancara	31
3.6.2.1 Wawancara.....	32
3.6.2.1 Jenis	
3.5.3 Dokumentasi.....	32
3.6 Analisis Data	33
3.7 Triangulasi	34
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Subyek Penelitian.....	35
4.1.1 Profil Perusahaan	35
4.1.2 Visi dan Misi	36
4.1.2.1 Visi	36
4.1.2.2 Misi.....	36
4.1.3 Logo GTV.....	37
4.1.4 Struktur Organisasi GTV.....	38
4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 Program Bedah Rumah Baru	38
4.2.2 Strategi Produser Bedah Rumah Baru	39
4.2.2.1 Pra Produksi.....	40
4.2.2.1.1 Konsep/Ide.....	40
4.2.2.1.2 Target Penonon/ <i>Audience</i>	41

4.2.2.1.3 Penentuan Target yang Rumahnya di Bedah	41
4.2.2.1.4 Biaya/Anggaran Produksi	42
4.2.2.1.5 Host dan Bintang Tamu	42
4.2.2.1.6 Tim Produksi	43
4.2.2.2 Produksi	44
4.2.2.2.1 Kendala	44
4.2.2.3 <i>Pasca</i> Produksi	45
4.2.2.4 Jam Tayang.....	47

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Masing – Masing konsep	48
5.1.1 Strategi Produser pada Program Bedah Rumah.....	48
5.2 Hubungan Antar Konsep.....	49
5.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu	50
5.3.1 Pembahasan Penelitian Terdahulu Dengan Saat Ini.....	52
5.4 Implikasi Penelitian.....	53

BAB VI KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan	54
6.2 Saran.....	55

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN

LAMPIRAN TRANSKIP HASIL WAWANCARA

LAMPIRAN KARTU ABSENSI BIMBINGAN

CV