

## DAFTAR ISI

Halaman

|                                 |      |
|---------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....              | i    |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG ..... | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....         | iv   |
| UCAPAN TERIMA KASIH.....        | v    |
| ABSTRAK .....                   | viii |
| ABSTRACT .....                  | ix   |
| DAFTAR ISI.....                 | x    |
| DAFTAR TABEL.....               | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....             | xiv  |
| DAFTAR BAGAN .....              | xv   |

### BAB I PENDAHULUAN

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Masalah ..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah Pokok.....   | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....      | 3 |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....     | 4 |
| 1.4.1 Manfaat Teoretis .....     | 4 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....      | 4 |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....  | 4 |

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                    | 8  |
| 2.2 Komunikasi .....                              | 9  |
| 2.2.1 Definisi Komunikasi Menurut Para Ahli ..... | 9  |
| 2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi .....                | 10 |
| 2.2.3 Fungsi Komunikasi .....                     | 12 |
| 2.3 Komunikasi Massa.....                         | 14 |
| 2.3.1 Pengertian Komunikasi Massa .....           | 14 |
| 2.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa .....        | 15 |
| 2.3.3 Unsur-Unsur Komunikasi Massa .....          | 16 |
| 2.3.4 Fungsi Komunikasi Massa .....               | 17 |
| 2.4 Penyiaran.....                                | 19 |
| 2.4.1 Definisi Penyiaran .....                    | 19 |
| 2.5 Televisi.....                                 | 20 |
| 2.5.1 Pengertian Televisi .....                   | 20 |
| 2.5.2 Karakteristik Televisi .....                | 21 |
| 2.5.3 Program Acara Televisi.....                 | 21 |
| 2.6 Program <i>Talk Show</i> .....                | 23 |
| 2.6.1 Pengertian <i>Talk Show</i> .....           | 23 |
| 2.6.2 Karakteristik <i>Talk Show</i> .....        | 23 |
| 2.6.3 Jenis – Jenis <i>Talk Show</i> .....        | 24 |
| 2.6.4 Program <i>Talk Show</i> Sarah Sechan.....  | 25 |

|   |    |
|---|----|
| 2.7 Strategi .....                                  | 25 |
| 2.7.1 Pengertian Strategi .....                     | 25 |
| 2.7.2 Strategi Tim Kreatif .....                    | 26 |
| 2.8 Tim Kreatif.....                                | 28 |
| 2.8.1 Pengertian Kreatif .....                      | 28 |
| 2.8.2 Pengertian Tim Kreatif.....                   | 29 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                    |    |
| 3.1 Metode Penelitian .....                         | 34 |
| 3.1.1 Desain Studi Kasus Tunggal.....               | 37 |
| 3.1.2 Desain Studi Kasus Multikasus .....           | 37 |
| 3.2 Sumber Data.....                                | 38 |
| 3.2.1 <i>Key Informan</i> .....                     | 38 |
| 3.2.2 <i>Informan</i> .....                         | 39 |
| 3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis .....        | 40 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....                    | 40 |
| 3.4.1 Data Premier.....                             | 40 |
| 3.4.2 Data Sekunder .....                           | 42 |
| 3.5 Teknik Analisis Data.....                       | 42 |
| 3.5.1 Kategorisasi Data .....                       | 43 |
| 3.5.2 Tahapan Analisis Data .....                   | 44 |
| 3.5.3 Prinsip Pokok Teknik Analisis Data .....      | 45 |
| 3.5.4 Macam – Macam Analisis Data .....             | 45 |
| 3.6 Uji Keabsahan Data .....                        | 46 |
| <b>BAB IV HASIL</b>                                 |    |
| 4.1 Transkrip Wawancara .....                       | 48 |
| 4.1.1 <i>Key Informan</i> .....                     | 48 |
| 4.1.2 <i>Informan</i> .....                         | 51 |
| 4.1.2.1 Produser Program Sarah Sechan.....          | 51 |
| 4.1.2.2 Penonton Program Sarah Sechan.....          | 53 |
| 4.2 Tabel Narasumber .....                          | 54 |
| 4.3 Dokumentasi Tempat Divisi Produksi NET .....    | 55 |
| <b>BAB V PEMBAHASAN</b>                             |    |
| 5.1 Subjek Penelitian .....                         | 58 |
| 5.1.1 Logo .....                                    | 59 |
| 5.1.2 Visi, Misi, <i>Tagline</i> .....              | 61 |
| 5.1.2.1 Visi NET .....                              | 61 |
| 5.1.2.2 Misi NET .....                              | 61 |
| 5.1.2.3 <i>Tagline</i> NET .....                    | 61 |
| 5.1.3 Struktur Organisasi NET .....                 | 61 |
| 5.1.4 Daftar Televisi Jaringan NET .....            | 62 |
| 5.1.5 Target Audience.....                          | 63 |
| 5.1.6 <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i> ..... | 63 |
| 5.1.6.1 <i>Key Informan</i> .....                   | 64 |

|  |    |
|--|----|
| 5.1.6.2 <i>Informan</i> .....                              | 64 |
| 5.2 Program Sarah Sechan .....                             | 64 |
| 5.2.1 Target Penonton Program Sarah Sechan .....           | 64 |
| 5.2.2 Susunan <i>Crew</i> Program Sarah sechan .....       | 65 |
| 5.2.3 Proses Tahapan Kerja Tim Kreatif .....               | 65 |
| 5.2.4 Penentuan Konsep dan Tema Program Sarah Sechan ..... | 68 |
| 5.2.5 Tata Panggung .....                                  | 69 |
| 5.2.6 Host .....   | 70 |
| 5.2.7 Sasaran Penonton Program Sarah Sechan .....          | 71 |
| 5.2.8 Jam Tayang .....                                     | 72 |
| 5.3 Kegiatan Produksi Program Sarah Sechan .....           | 73 |
| 5.4 Strategi Tim Kreatif .....                             | 74 |
| 5.4.1 Strategi Kreatif Dalam Penyajian Program .....       | 74 |
| 5.4.2 Strategi Kreatif Untuk Mempertahankan Program .....  | 75 |
| 5.4.3 Analisis Pembahasan .....                            | 75 |
| 5.5 <i>Review</i> Hasil Penelitian Terdahulu .....         | 77 |
| <br>BAB VI PENUTUP   |    |
| 6.1 Kesimpulan .....                                       | 80 |
| 6.2 Saran .....  | 80 |
| <br>DAFTAR REFERENSI                                       |    |
| <br>LAMPIRAN   |    |