

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 SistematikaPenulisan	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi	7
2.2 Komunikasi Massa	8
2.1.2 Definisi Komunikasi Massa	9
2.3 Media Massa	10
2.4 Televisi	11
2.4.1 Definisi Televisi	12
2.4.2 Fungsi Televisi	12
2.5 Kerabat Kerja Televisi	13
2.5.1 Produksi	17
2.6 Jenis Program Televisi	23

2.6.1 Program Acara <i>Variety Show</i>	24
2.6.2 Penyajian Program <i>Variety Show</i>	25
2.7 Daya Tarik	28
2.8 Kreativitas	30
2.9 Audience.....	30
2.10 Kerangka Pemikiran	31
2.11 Operasional Konsep	32

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	33
3.2 Desain Penelitian	34
3.3 Unit Analisis	36
3.4 Instrumen	36
3.5 Informan dan Key Informan	37
3.6 Lokasi Penelitian	38
3.7 Sumber Data	38
3.8 Teknik Pengumpulan Data	40
3.8.1 Wawancara	41
3.8.1.1 Jenis-jenis Wawancara	42
3.8.2 Observasi	44
3.8.2.1 Jenis-jenis Observasi	45
3.8.3 Dokumen	46
3.9 Uji Keabsahan Data	47
3.10 Analisis Data	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian	50
4.1.1 VISI dan MISI RCTI	51
4.1.2 Logo RCTI	52
4.1.3 Slogan RCTI	55

4.1.4 Program Acara RCTI	56
4.2 Tim Produksi	58
4.3 Program Indonesian Idol 2014	60
4.4 Kreativitas	67
4.5 Daya Tarik	69
4.6 Audience atau Pemirsa	71
4.7 Proses Pengumpulan Data	73

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA	79
-----------------------------	-----------

RIWAYAT HIDUP	83
----------------------------	-----------

LAMPIRAN
-----------------------	--------------