

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Proses Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.1 Manfaat Praktis	5
1.6 Sistematika Penulisan	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1.	Komunikasi	11
	2.1.1 Pengertian Komunikasi	11
	2.1.2 Fungsi Komunikasi	12
	2.1.3 Unsur Komunikasi	16
2.2	Komunikasi Massa	18
	2.1. Ciri-ciri Komunikasi Massa	19
	2.2. Unsur Komunikasi Massa	21
2.3	Media Massa	23
	2.3.1 Pengertian Media Massa	23
	2.3.2 Jenis-jenis media massa	25
2.4.	Audio Visual	25
	2.4.1 Pengertian Audio Visual	26
	2.4.2 Fungsi Audio Visual	26
	2.4.3 Karakteristik Audio Visual	28
2.5	Televisi	28
	2.5.1 Pengertian Televisi	28
	2.5.2 Sejarah Televisi	29
	2.5.3. Jenis-jenis Program Televisi	34
	2.5.3.1 Program Acara Televisi Non Drama	34

2.5.3.2 News (Berita)	35
2.6. Produser Televisi	36
2.7 Paradigma Konstruksivisme dan Realitas Sosial	38
2. 7. 1. Konstruksi Realitas	38
2. 7. 2 Realitas Sosial	42
2. 8. Gambaran Realitas Kaum Perempuan.....	45
2.8.1. Perempuan dalam Perspektif Sejarah	45
2.8.2. Perempuan dalam Ketimpangan Gender	51
2.9 Kerangka Pemikiran	55
 BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	57
3.2 Tipe-tipe Dasar Desain Studi Kasus	59
3.2.1 Desain Kasus Tunggal	59
3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis	60
3.4. <i>Informan</i> dan <i>Key Informan</i>	60
3.4.1. <i>Informan</i>	60
3.4.2 <i>Key Informan</i>	61
3.5 Instrumen	62
3.5.1 Data Primer	63

3.5.2 Data Sekunder	64
3.6. Analisis Data	65
3.7. Teknik Pengumpulan Data	65
3.7.1. Wawancara Mendalam	66
3.7.2. Observasi	67
3.8 Triangulasi	68

BAB VI HASIL PENELITIAN

4.1. Sejarah PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV)	70
4.1.1. Visi dan Misi Metro TV	74
4.1.1.1. Visi Metro TV	74
4.1.1.2. Misi Metro TV	75
4.1.2. Keunggulan Metro TV	76
4.1.3. Target Metro TV	78
4.1.4. Konsep Program Metro TV	78
4.1.5. Profile PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV)	79
4.1.6. Logo PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV)	80
4.1.6.1. Makna Logo	81
4.1.7 Struktur PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV).	83
4.2. Dunia Perempuan	84

4.3. Penentuan Tema Informasi Setiap Minggu	87
4.4. Proses Editing Program	88
4.5. Hari dan Jam Tayang	89
4.6 Tujuan Penayangan Program Dunia Perempuan	92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN	94
5.2 Saran	95

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN