

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRACT.....	x
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Peneliti Terdahulu.....	4
2.2 Strategi.....	6
2.3 Komunikasi.....	6
2.3.1 Fungsi Komunikasi.....	7
2.3.2 Unsur-unsur Komunikasi.....	8
2.4 Strategi Komunikasi.....	10
2.4.1 Tujuan Strategi Komunikasi.....	10
2.4.2 Teknik Strategi Komunikasi.....	11
2.4.3 Langkah-Langkah Strategi Komunikasi.....	12
2.5 Komunikasi Massa.....	13
2.5.1 Karakteristik Komunikasi Massa.....	14
2.5.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	15
2.6 Media Massa.....	16
2.6.1 Efek Media Massa.....	17
2.6.2 Jenis Media Massa.....	17
2.7 Film.....	18
2.8.1 Jenis-jenis Film.....	18
2.8 Film Dokumenter.....	19
2.9 Produser.....	20
2.9.1 Executive Producer.....	20
2.9.2 Associate Producer.....	20

2.9.3	Line Producer.....	20
2.10	Kerangka Pemikiran.....	21
METODE PENELITIAN.....		22
3.1	Paradigma Penelitian.....	22
3.2	Metode Penelitian.....	22
3.3	Sumber Data.....	24
3.3.1	Data Primer.....	24
3.3.2	Data Sekunder.....	24
3.4	Key Informan dan Informan.....	25
3.4.1	Key Informan.....	25
3.4.2	Informan.....	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5.1	Wawancara.....	25
3.5.2	Observasi.....	26
3.5.3	Dokumen.....	27
3.6	Uji Keabsahan Data.....	27
3.6.1	Triangulasi Metode.....	28
3.6.2	Triangulasi Sumber.....	28
3.6.3	Triangulasi Peneliti.....	28
3.6.4	Triangulasi Teori.....	28
3.6.5	Triangulasi Waktu.....	29
3.7	Analisis Data.....	29
HASIL PENELITIAN.....		30
4.1	Subjek Penelitian.....	30
4.1.1	Profil PT Media Televisi Indonesia (Metro TV).....	30
4.1.2	Logo Metro TV.....	31
4.1.3	Struktur Organisasi Metro TV.....	32
4.1.4	Eagle Institute Indonesia.....	32
4.1.5	Struktur Organisasi Eagle Institute Indonesia.....	33
4.2	Hasil Penelitian.....	34
4.2.1	Strategi Komunikator.....	35
4.2.2	Strategi Media.....	38
4.2.3	Strategi Khalayak.....	41
PEMBAHASAN.....		42

5.1	Pembahasan.....	42
5.1.1	Strategi Komunikator.....	42
5.1.2	Strategi Media.....	42
5.1.3	Strategi Khalayak.....	43
	PENUTUP.....	44
6.1	Kesimpulan.....	44
6.2	Saran.....	44
	DAFTAR PUSTAKA.....	46
	TRANSKRIP WAWANCARA.....	49
	LAMPIRAN.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Metro TV	31
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Metro TV	32
Gambar 4. 3 Logo Eagle Institute Indonesia	33
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Eagle Institute Indonesia	34
Gambar 4. 5 Eko Rejoso sebagai Komunikator Pada Acara Kunjungan Mahasiswa Polimedia Jakarta	36
Gambar 4. 6 Bestina Virgiati sebagai Komunikator Pada Acara Roadshow EADC 2022	36
Gambar 4. 7 Agus Ramdan sebagai Komunikator pada Acara Roadshow EADC 2022	37
Gambar 4. 8 Daniel Rudi Haryanto (tengah) sebagai Komunikator pada Acara Roadshow EADC 2022	37
Gambar 4. 9 Berita Eagle Awards Documentary Competition 2016	38
Gambar 4. 10 Eagle Awards Documentary Competition 2018	39
Gambar 4. 11 Roadshow EADC 2016 di Universitas Muhammadiyah Malang ...	39
Gambar 4. 12 Penetapan Tema untuk EADC 2022	40