

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR LAMPIRAN	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Praktis.....	3
1.4.2 Teoritis.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pengertian Komunikasi.....	7
2.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi.....	8
2.1.1.1 Pesan Nonverbal.....	9
2.1.2 Sifat Komunikasi.....	11
2.1.3 Model Komunikasi.....	12

2.1.4	Lambang Komunikasi.....	13
2.1.5	Tataran Komunikasi.....	14
2.1.5.1	Komunikasi Intrapribadi.....	14
2.1.5.2	Komunikasi Antarpribadi.....	15
2.1.5.3	Komunikasi Kelompok.....	15
2.1.5.4	Komunikasi Publik.....	16
2.1.5.5	Komunikasi Organisasi.....	17
2.1.5.6	Komunikasi Massa.....	17
2.2	Pengertian Komunikasi Massa.....	18
2.2.1	Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	19
2.2.2	Fungsi Komunikasi Massa.....	19
2.2.3	Media Massa.....	20
2.2.3.1	Karakteristik Media Massa.....	21
2.2.3.2	Bentuk Media Massa.....	22
2.3	Pengertian Televisi.....	23
2.3.1	Karakteristik Televisi.....	23
2.3.2	Fungsi Televisi.....	24
2.3.3	Jenis Program Acara Televisi.....	25
2.4	Kategorisasi Data.....	26
2.4.1	Visualisasi.....	26
2.4.2	Station ID.....	26
2.4.3	Drama.....	27
2.4.3.1	Scene.....	27
2.4.4	Pengertian Semiotika.....	28
2.4.4.1	Tujuan Analisis Semiotika.....	29

	2.4.4.2 Pokok dan Tokoh Semiotika.....	29
	2.4.4.2.1 Pragmatisme Charles Sanders Peirce..	29
	2.4.4.2.2 Teori Tanda Ferdinand de Saussure...	30
	2.4.4.2.3 Semiologi dan Mitologi Roland Barthes.....	32
	2.4.4.3 Model Analisis Semiotika Peirce.....	33
2.5	Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III	METODE PENELITIAN.....	38
3.1	Desain Penelitian.....	38
3.2	Bahan Penelitian.....	39
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4	Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	41
4.1	Profil Rajawali Citra Televisi Indonesia.....	41
4.1.1	Profil Perusahaan.....	41
4.1.2	Sejarah Perusahaan.....	42
4.1.3	Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	43
4.1.4	Logo Perusahaan.....	44
4.1.5	Visi, Misi, dan Tiga Pilar Utama.....	46
	4.1.5.1 Visi.....	46
	4.1.5.2 Misi.....	47
	4.1.5.3 Tiga Pilar Utama.....	47
4.1.6	Pengenalan Departemen Promosi.....	48

4.1.6.1	Sekretariat (Promo Traffic & Administration).....	49
4.1.6.2	Promo On Air.....	49
4.1.6.3	Promo Off Air.....	58
4.1.6.4	Media Publicity.....	59
4.1.6.5	Creative Services.....	60
4.1.7	Struktur Organisasi Promo.....	61
4.2	Subjek Penelitian.....	62
4.3	Analisis Semiotika.....	66
4.3.1	Analisis Semiotika Konsep Story Board.....	100
4.4	Pembahasan.....	111
BAB V	PENUTUP.....	113
5.1	Kesimpulan.....	113
5.2	Saran.....	114

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN