

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>4</b>
1.3.1 Tujuan Umum .....	4
1.3.2 Tujuan Khusus.....	4
<b>1.4 Paradigma Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>5</b>
1.5.1 Secara Teoritis.....	5
1.5.2 Secara Praktis.....	5
<b>1.6 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>TIJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Komunikasi.....</b>	<b>8</b>
2.1.1 Proses Komunikasi.....	9
2.1.2 Bentuk Komunikasi.....	11
<b>2.2 Komunikasi Massa.....</b>	<b>12</b>
2.2.1 Usur-Unsur Komunikasi Massa.....	13
2.2.2 Ciri Komunikasi Massa.....	15

2.2.3	Fungsi Komunikasi Massa.....	17
<b>2.3</b>	<b>Televisi.....</b>	<b>20</b>
2.3.1	Perkembangan Televisi.....	22
2.3.2	Program Acara Televisi.....	23
2.3.3	Karakteristik Televisi.....	25
<b>2.4</b>	<b>Strategi Tim Kreatif Program Acara.....</b>	<b>26</b>
<b>2.5</b>	<b>Strategi .....</b>	<b>29</b>
<b>2.6</b>	<b>Kreatif .....</b>	<b>30</b>
<b>2.7</b>	<b>Tim Kreatif .....</b>	<b>32</b>
<b>2.8</b>	<b>Variety Show .....</b>	<b>34</b>
<b>2.9</b>	<b>Proses Kreatif.....</b>	<b>35</b>
2.9.1	Tema .....	35
2.9.2	Musik .....	35
2.9.3	Penonton.....	35
2.9.4	Pemain.....	36
2.9.5	Tata Panggung/Studio Setting.....	36
<b>2.10</b>	<b>Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>36</b>
<b>2.11</b>	<b>Operasionalisasi Konsep .....</b>	<b>38</b>
<b>BAB III.....</b>		<b>41</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>41</b>
<b>3.1</b>	<b>Metode Penelitian .....</b>	<b>41</b>
<b>3.2</b>	<b>Sumber Data .....</b>	<b>46</b>
<b>3.3</b>	<b>Unit Analisis .....</b>	<b>48</b>
<b>3.4</b>	<b>Informan .....</b>	<b>48</b>
<b>3.5</b>	<b>Key Informan .....</b>	<b>49</b>
<b>3.6</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>50</b>
3.6.1	Observasi .....	51
3.6.2	Wawancara.....	53
3.6.3	Dokumen .....	55
3.6.4	Instrumen .....	55
<b>3.7</b>	<b>Keabsahan Data .....</b>	<b>56</b>

<b>3.8 Teknik Analisis Data</b> .....	60
<b>BAB IV</b> .....	62
<b>PEMBAHASAN</b> .....	62
<b>4.1 Subjek Penelitian</b> .....	<b>62</b>
4.1.1 Filosofi Perusahaan .....	66
4.1.2 Visi dan Misi TRANS7.....	66
4.1.3 Target Audience.....	67
4.1.4 Struktur Organisasi TRANS7.....	68
4.1.5 Key Informan dan Informan .....	72
<b>4.2 Program ASAL “Asli atau Palsu”</b> .....	73
4.2.1 Target Penonton ASAL .....	75
4.2.2 Struktur Organisasi Tim Produksi ASAL .....	76
4.2.3 Proses Tahapan Kerja Tim Kreatif .....	77
4.2.4 Penentuan Konsep dan Thema program ASAL.....	81
4.2.5 Tata Panggung .....	87
4.2.6 Host .....	89
4.2.7 Sasaran Penonton Program ASAL .....	90
4.2.8 Jam Tayang .....	92
<b>4.3 Kegiatan produksi ASAL</b> .....	<b>93</b>
<b>4.4 Strategi Tim Kreatif</b> .....	<b>95</b>
4.4.1 Strategi Tim Kreatif Dalam Penyajian Program .....	95
4.4.2 Program Acara Kejutan.....	99
<b>4.5 Strategi Untuk Mempertahankan Program</b> .....	<b>100</b>
<b>4.6 Analisis Pembahasan</b> .....	<b>102</b>
<b>BAB V</b> .....	106
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	106
<b>5.1 KESIMPULAN</b> .....	<b>106</b>
<b>5.2 SARAN</b> .....	<b>108</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	109