

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI	
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR BAGAN	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Identifikasi Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Komunikasi Massa	20
2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa	20
2.2.2. Elemen Komunikasi Massa	26
2.2.3. Karakteristik Komunikasi Massa	28
2.3. Media Massa	33
2.4. Televisi	35
2.4.1. Pengertian Televisi	35
2.4.2. Sejarah Perkembangan Stasiun Televisi di Indonesia	36
2.4.3. Karakteristik Televisi	37

2.4.4	Televisi Sebagai Media Massa.....	38
2.5	Program Televisi.....	40
2.6	Program Talkshow.....	45
2.7	Strategi Manajemen Media Penyiaran.....	47
2.7.1	Manajemen Media Penyiaran.....	47
2.7.2	Strategi Manajemen Penyiaran (Konsep POAC).....	48
2.8	Komunikasi Organisasi.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		53
3.1	Paradigma Penelitian.....	53
3.2	Metode Penelitian.....	54
3.3	Subyek Penelitian.....	55
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.4.1	Data Primer.....	57
3.4.2	Data Sekunder.....	59
3.5	Teknik Analisis Data.....	59
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		62
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.1	PT. Media Televisi Indonesia.....	62
4.1.2	Visi dan Misi Metro TV.....	63
4.1.3	Logo dan Tagline Metro TV.....	64
4.1.4	Target Audiens.....	67
4.1.5	Gambaran Umum Program Metro iCare.....	68
4.2	Hasil Penelitian.....	69
4.3	Pembahasan.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN