

DAFTAR ISI

Surat Perjanjian Mahasiswa	
Lembar Persetujuan Skripsi	
Lembar Tanda Lulus Skripsi	
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	
Lembar Pengesahan Skripsi	
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi Massa.....	12
2.2.1 Ciri – Ciri Komunikasi Massa.....	14
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	15
2.2.3. Karakteristik Komunikasi Massa.....	17
2.2.4. Efek Komunikasi Massa.....	17
2.3 Media Massa.....	18
2.3.1 Jenis Jenis Media Massa.....	19
2.3.2. Efek Media Massa.....	21
2.3.3. Media Penyiaran Televisi.....	23
2.3.4. Televisi	23
2.3.5. Fungsi Televisi.....	24
2.3.8. Program Televisi	26
2.3.9. Elemen Keberhasilan Program.....	27
2.3.10. Karakteristik Program Televisi.....	29

2.3.11. Tujuan Program Televisi.....	29
2.3.12. Jenis – Jenis Program	30
2.4. Tinjauan Tentang Strategi.....	35
2.4.1. Perencanaan strategi (<i>strategic planning</i>)	36
2.5. Strategi Program Televisi.....	38
2.6. Kreatifitas	39
2.6.1. Strategi Kreatif Program Telivisi.....	41
2.7. Produksi Program Televisi.....	43
2.7.1. Tahaapn Proses Produksi.....	43
2.8. Brainstorming.....	46
2.9. Pihak – Pihak Yang Terlibat Dalam Produksi.....	48
2.10. Konsep Khalayak.....	54
2.10.1. Minat Khalayak.....	55
BAB III	56
METODE PENELITIAN.....	56
3.1 Paradigma Penelitian.....	56
3.2 Metode Penelitian.....	57
3.3. Subjek Penelitian.....	60
3.4. Teknik Pengumpulan Data	62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
4.1.1. Profil Singkat GTV	67
4.1.2. LOGO GTV	68
4.1.3. VISI dan Misi GTV	69
4.1.4. STRUCTURE ORGANIZATION GTV	70
4.2. Super Deal Indonesia	70
4.2.1. Logo Super Deal	71
4.2.2. Tabel Spesifikasi Program Super Deal Indonesia.....	71
4.3. Hasil Penelitian.....	72
4.4. Strategi Tim Kreatif agar mendapatkan ide terbaik.....	73
4.5. Strategi Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi.....	76
4.6 Strategi Tim Kreatif Program Acara Super Deal Indonesia Agar Dapat Menarik Dan Mempertaahankan Minat Khalayak.....	82

4.7	Pembahasan	85
BAB V		89
KESIMPULAN DAN SARAN		89
5.1.	Kesimpulan	89
5.2.	Saran	90
5.2.1.	Saran Akademik.....	90
5.2.2.	Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA.....		91
TRANSKRIP		93
Surat Keterangan Wawancara		94
Transkrip Wawancara dengan Informan		95



UNIVERSITAS
MERCU BUANA