

COVER

ABSTRAK

SURAT PERNYATAAN

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix

BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Kajian Teoritis	16
2.2.1. Komunikasi massa.....	16
2.2.2. Konsep Massa	18
2.2.3. Audiensi Massa	19
2.2.4. Budaya Massa	20
2.2.5. Fungsi Komunikasi Massa	21
2.2.6. Komunikasi Massa sebagai Sistem Sosial.....	23
2.2.7. Teori Komunikasi Pemasaran Sosial	24
2.3. Iklan Layanan Masyarakat.....	26
2.3.1. Konsep Iklan Layanan Masyarakat	27
2.3.2. Jenis Program Iklan	28

i.	Industri Kreatif.....	30
b.	Proses Produksi Acara Berita Televisi	34
2.4.1.	Pra Produksi.....	34
2.4.2.	Produksi	36
2.4.3.	Pasca Produksi.....	36
2.5.	Pengertian Peran Dan Produser.....	37
2.5.1.	Produser	37
BAB III.....		39
METODOLOGI PENELITIAN		39
3.1.	Paradigma Penelitian	39
3.2.	Metode Penelitian.....	40
3.3.	Subyek Penelitian	41
3.4.1	Data Primer	41
3.4.2.	Data sekunder	43
3.6.	Teknik Analisa Data	43
3.7.	Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44
BAB IV		46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1.	Sejarah Production House Foernama Brothers.....	52
4.1.2.	Visi dan Misi Production House Foernama Brothers	53
4.1.3.	Struktur Production House Foernama Brothers	53
4.1.4.	Kegiatan Production House Foernama Brothers.....	54
4.1.5.	Gambaran Kegiatan	55
4.1.6.	Hasil Penelitian	57
4.1.6.1.	Pra Produksi	57
4.1.6.2.	Produksi.....	63
4.1.6.3.	Pasca Produksi	65
4.2.	Pembahasan hasil penelitian	69
4.3.	Hambatan komunikasi Production House Foernama Brothers	70
BAB V		71
KESIMPULAN		71
5.1.	Kesimpulan.....	71
5.2.	Saran	72

5.2.1.	Saran Akademis.....	72
5.2.2.	Saran Praktis	72
	DAFTAR PUSTAKA.....	74
	LAMPIRAN.....	76