

DAFTAR ISI

ABSRTACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Identifikasi Masalah.....	8
1.2.1 Rumusan Masalah.....	8
1.2.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup Dan Pengertian Istilah.....	10
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1.5.2 Pengertian Istilah	11
1.6 Kerangka Pemikiran.....	13
1.7 Tahap-tahap Penelitian.....	19
BAB II TINJAUAN TEORETIS	20
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	20
2.1.1 Penelitian tentang Analisis Program Acara ‘Kick Andy’ di Metro TV..	20
2.1.2 Penelitian tentang Strategi <i>Programming</i> Pengemasan Acara Musik Dahsyat di RCTI	21
2.1.3 Penelitian tentang Strategi <i>Team Kreatif</i> dalam Mempertahankan Kualitas Program Acara ‘SKETSA’ di Trans TV.....	22
2.2 Tinjauan Teori.....	25
2.2.1 Tinjauan Mengenai Media Penyiaran.....	25
2.2.2 Televisi Sebagai Media Penyiaran	27
2.2.3 Perkembangan Televisi di Indonesia.....	28
2.2.4 Pendapatan Iklan di Televisi	30
2.2.5 Peta Persaingan Televisi di Indonesia	32
2.2.6 Manajemen Strategis Media Televisi Sekilas Tentang Komedi.....	35
2.2.7 Program Siaran di Televisi	37
2.2.7.1 Jenis-jeni Program di Televisi	38
2.2.7.2 Program <i>Talkshow</i>	40

2.2.8 Sekilas Tentang Komedi	41
2.2.9 Keberhasilan Program Televisi	42
2.2.9.1 Elemen Keberhasilan Program	45
2.2.10 Strategi Program Televisi	51
2.2.10.1 Perencanaan Program	52
2.2.10.2 Produksi dan Pembelian Program	55
2.2.10.3 Eksekusi Program	57
2.2.10.4 Pengawasan dan Evaluasi Program	59
BAB III OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN	61
3.1 Tinjauan Perusahaan	61
3.1.1 Identitas Perusahaan	61
3.1.2 Sejarah Perusahaan	62
3.1.3 Visi – Misi dan Tujuan Perusahaan	64
3.1.4 Logo Perusahaan	65
3.1.5 Ruang Lingkup Perusahaan	66
3.1.5.1 Slogan NET	66
3.1.5.2 Karakteristik Program	67
3.1.5.3 Jangkauan Siaran:	70
3.1.5.4 Target Audien	71
3.1.5.5 Penghargaan dan Nominasi	74
3.2 Tinjauan Program ‘INI Talk Show’	73
3.2.1 Identitas Program	73
3.2.2 Struktur Organisasi Tim Produksi ‘INI TALKSHOW’	74
3.2.3 Profil Program ‘INI TALKSHOW’	74
3.2.4 Karakteristik Program ‘INI TALKSHOW’	81
3.2.5 Pencapaian Yang Diraih	82
3.3. Metodologi Penelitian	86
3.3.1 Metode Penelitian	86
3.3.2 Jenis Penelitian	87
3.3.3 Populasi dan Sampel	88
3.3.4 Teknik Pengumpulan Data	90
3.3.5 Operasional Variabel	92
BAB IV PEMBAHASAN.....	95
4.1 Data Penelitian	96
4.2 Analisis Data Penelitian	97
4.2.1 Perencanaan Program ‘INI TALKSHOW’ di Stasiun Televisi NET.....	97
4.2.2 Proses Produksi dan Pembelian Program ‘INI TALKSHOW’ di NET .	110
4.2.3 Strategi Eksekusi Program ‘INI TALKSHOW’ di NET.....	126

4.2.3 Proses Evaluasi dan Pengawasan Program ‘INI TALKSHOW’ di NET.	135
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	142
4.1 Kesimpulan	142
4.2 Saran.....	144
4.2.1 Saran Teoritis	144
4.2.3 Saran Praktis.....	145
DAFTAR PUSTAKA.....	146
LAMPIRAN.....	150

