

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
<b>BAB1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
1.5.1 Manajemen Penyiaran.....	7
1.5.2 Manajemen Produksi dala Organisasi Penyiaran.....	10
1.5.3 Program Siaran.....	18
1.5.4 Strategi Kreatif Dalam Program Televisi.....	20

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa .....	23
2.1.1 Definisi dan Karakteristik Komunika-sin Massa.....	23
2.1.2 Tujuan, Fungsi dan Efek Komunikasi Massa.....	25
2.2 Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa .....	27
2.2.1 Definisi Televisi .....	27
2.2.2 Fungsi dan Karakteristik Media Televisi .....	29
2.3 Tahapan Produksi Televisi .....	30
2.4 Program dan Tema Acara TV .....	31
2.4.1 “Ada-Ada Aja” Sebagai Salah Satu Program Acara di GlobalTV.....	32
2.5 Penelitian Sebelumnya .....	33

## BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Objek Penelitian .....	35
3.3 Lokasi Penelitian .....	35
3.4 Sumber Data .....	35
3.4.1 Data Primer .....	35
3.4.2 Data Sekunder .....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.4 Teknis Analisis Data .....	38

3.5 Uji Validitas Data.....	40
-----------------------------	----

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum dan Sejarah Berdirinya GlobalTV .....	43
4.1.2 Visi dan Misi PT.Global Informasi Bermutu (GlobalTV) .....	45
4.1.3 Slogan Perusahaan.....	46
4.1.4 Logo GlobalTV .....	46
4.1.5 Struktur Organisasi dan Target Audiens GlobalTV .....	48
4.2 Deskripsi Program Acara Talkshow “Ada-Ada Aja” GlobalTV .....	51
4.3 Hasil Penelitian .....	55
4.3.1 Struktur Organisasi Manajemen Produksi Talkshow “Ada-Ada Aja” .....	55
4.3.2 Manajemen Produksi Program Talkshow “Ada-Ada Aja” di GlobalTV .....	64
4.3.2.1 Perencanaan ( <i>Planning</i> ).....	64
4.3.2.2 Pengorganisasian ( <i>Organiing</i> ).....	75
4.3.2.3 Pelaksanaan ( <i>Actuating</i> ) .....	78
4.3.2.4 Pengawasan/Evaluasi.....	82
4.4 Pembahasan .....	84
4.4.1 Analisis Strategi Kreatif Program <i>Talkshow</i> “Ada-Ada Aja” .....	85
4.4.2 Analisis Manajemen Produksi Acara <i>Talkshow</i> “Ada-Ada Aja” .....	90

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran .....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN