

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN KARYA	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Kerangka Teori.....	16
1.5.1 Teori Ekologi Media	16
1.5.2 Eksistensi Televisi Lokal	19
1.5.3 Media Baru (Disruption/ Disrupsi)	21
1.5.4 Televisi.....	22
1.5.5 Iklan.....	23
BAB II.....	26
2.1 Strategi	26
2.1.1 Pengertian Strategi	26
2.1.2 Strategi Program Televisi.....	27
2.1.3 Strategi Menarik Audience	31
2.1.4 Strategi Pemasaran Program TV	34
2.2 Televisi.....	36
2.2.1 Pengertian Televisi.....	36
2.2.2 Keunggulan Televisi	37
2.2.3 Kelemahan Televisi.....	38
2.2.4 Efek Media Televisi	38

2.3	Televisi Lokal dan Nasional.....	40
2.3.1	Televisi Lokal.....	40
2.3.2	Televisi Nasional.....	41
2.4	Eksistensi	43
2.5	Media Baru.....	44
2.5.1	Pengertian Media Baru.....	44
2.5.2	Keunggulan Media Baru	45
2.5.3	Kelemahan Media Baru.....	47
2.6	Iklan.....	48
2.7	ADiTV	49
2.8	Penelitian Terdahulu	52
BAB III	56
3.1	Pendekatan Penelitian	56
3.2	Jenis Penelitian.....	56
3.3	Objek Penelitian	57
3.4	Subjek Penelitian.....	58
3.5	Lokasi Penelitian.....	58
3.6	Jenis Data	58
3.7	Teknik Pengambilan Data.....	60
3.8	Teknik Analisis Data.....	62
BAB IV	66
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	66
4.1.1	Sejarah Singkat ADiTV	66
4.1.2	Visi dan Misi.....	68
4.1.3	Lokasi Perusahaan.....	69
4.1.4	Logo ADiTV	69
4.1.5	Jangkauan Siaran.....	70
4.1.6	Format Televisi	70
4.1.7	Struktur Organisasi ADiTV	71
4.1.8	Program Acara ADiTV	71
4.1.9	Program Unggulan	73
4.1.10	Program atau Event Offair	74
4.2.	Hasil Penelitian	75
4.2.1.	Segmentasi Penonton ADiTV	75
4.2.2.	Social Media ADiTV	78
4.2.3.	Strategi ADiTV Dalam Mempertahankan Eksistensinya	81
4.3	Pembahasan.....	96
BAB V	104

5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	111