

## DAFTAR ISI

.....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>16</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>16</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>23</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>23</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>23</b>
<b>1.5 Kerangka Teori dan Konsep</b> .....	<b>24</b>
<b>1.5.1 Evolusi Media</b> .....	<b>24</b>
<b>1.5.2 Ekologi Media</b> .....	<b>25</b>
<b>1.5.2 Pemasaran</b> .....	<b>28</b>
<b>1.5.3 Manajemen</b> .....	<b>29</b>
<b>1.5.3 Manajemen Penyiaran</b> .....	<b>32</b>
<b>1.6 Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>33</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>34</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>34</b>
<b>2.1 Manajemen Operasional Televisi</b> .....	<b>34</b>
<b>2.2 Arah Dunia Televisi (ADiTV)</b> .....	<b>36</b>
<b>2.3 Televisi Lokal</b> .....	<b>37</b>
<b>2.5 Pemasaran</b> .....	<b>39</b>
<b>2.4 Konsep Penyiaran di era Penyiaran Digital</b> .....	<b>40</b>
<b>2.4.1 Kelebihan Penyiaran Digital</b> .....	<b>40</b>
<b>2.4.2 Kelemahan Penyiaran Digital</b> .....	<b>43</b>
<b>2.5 Program Acara Televisi</b> .....	<b>43</b>

2.6 Televisi Sebagai Media Penyiaran .....	47
2.7 Iklan Sebagai Daya Hidup Televisi.....	48
2.8 Penelitian Terdahulu.....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	53
3.2 Jenis Penelitian .....	53
3.3 Objek Penelitian .....	54
3.4 Subjek Penelitian .....	54
3.5 Lokasi Penelitian .....	55
3.6 Teknik Pengambilan Data .....	55
3.7 Teknik Analisis Data .....	59
3.8 Teknik Kabsahan Data .....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
4.1 Tentang stasiun TV Arah Dunia Televisi (ADiTV).....	62
4.1.1 Sejarah Singkat.....	62
4.1.2 Visi dan Misi .....	63
4.1.3 Logo dan Slogan ADiTV .....	65
4.1.4 Jangkauan Siaran .....	66
4.1.5 Struktur Organisasi.....	67
4.1.6 Teknis Penyiaran .....	67
4.1.7 Program Acara Unggulan.....	70
4.2 Hasil Penelitian .....	71
4.2.1 Pemasaran ADiTV .....	71
4.2.2 Iklan di ADiTV .....	72
4.2.3 Minat Iklan di Program Acara ADiTV .....	75
4.2.4 Pengaruh Migrasi Penyiaran Digital Pada Pemasaran Program Acara ADiTV .....	83
4.2.5 Pengelolaan Biaya Operasional ADiTV.....	86
4.2.6 Manajemen Biaya Operasional Program .....	88
4.2.7 Pengaruh Penyiaran Digital terhadap Manajemen Biaya Operasional ADiTV .....	96
4.2.8 Manajemen Penyiaran Produksi Program Dialog Khusus, Dokter Menyapa, Advertorial di ADiTV .....	99
4.2.9 Struktur Organisasi Program Dialog Khusus, Dokter Menyapa, Advertorial .....	99
4.2.10 Peran Produser pada Manajemen Program .....	100

<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>114</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>121</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>121</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>124</b>
<b>5.2.1 Untuk ADiTV.....</b>	<b>124</b>
<b>5.2.2 Untuk peneliti selanjutnya .....</b>	<b>124</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>126</b>