

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN KARYA	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Kerangka Teori.....	12
1.5.1 Teori Ekologi Media	12
1.5.2 Konsep <i>Positioning</i>	16
BAB II Tinjauan Pustaka	24
2.1 Media Penyiaran.....	24
2.2 Televisi Berlangganan.....	34
2.3 Persaingan Televisi News Berlangganan	32
2.4 Pentingnya <i>Positioning</i> MNC News	37
2.5 Penelitian terdahulu.....	41
BAB III Metode Penelitian	47

3.1 Jenis Penelitian	47
3.2 Paradigma Penelitian	50
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	51
3.4 Lokasi Penelitian	54
3.5 Sumber Data	54
3.6 Teknik Pengumpulan Data	56
3.7 Uji Keabsahan Data.....	58
3.8 Analisis Data	59
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	62
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	62
4.2 Hasil Penelitian	73
4.3 Pembahasan	109
BAB V KESIMPULAN	113

DAFTAR PUSTAKA