DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN.....i

SURAT PERNYATAAN.....ii

ABSTRAK.....iii

***ABSTRACT*.....iv**

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI.....ix

DAFTAR TABEL.....xv

DAFTAR GAMBAR.....xvi

DAFTAR LAMPIRAN.....xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah..... 1

1.2. Identifikasi Masalah.....11

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian.....11

1.3.2. Tujuan Penelitian 12

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis 12

1.4.2. Kegunaan Praktis 13

1.5. Kerangka Pemikiran

1.5.1. Kerangka Teoritis.....14

1.5.2. Kerangka Konseptual.....17

1.6. Pertanyaan Penelitian.....19

1.7. Subyek Penelitian.....21

1.8. Informan.....21

1.9. Metode Penelitian.....23

1.10. Teknik Pengumpulan

1.10.1 Teknik Pengumpulan Data.....23

1.11. Teknik Analisis Data.....25

1.12. Lokasi dan Waktu Penelitian
1.12.1. Lokasi Penelitian 27
1.12.2. Waktu Penelitian 27
1.13. Sistematika Penulisan 29

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi
2.1.1. Pengertian Komunikasi 31
2.2. Komunikasi Massa 36
2.3. Jurnalistik
2.3.1. Pengertian Jurnalistik 39
2.4. Televisi
2.4.1. Pengertian Televisi 42
2.4.2. Daya Tarik Televisi 43
2.4.3. Sejarah Televisi Indonesia 44
2.4.4. Karakteristik Televisi 45
2.5. Program Acara
2.5.1 Pengertian Program Acara 46
2.5.1.1 Format Program Acara Televisi 47
2.6. Produser
2.6.1. Pengertian Produser 48
2.6.2. Tugas Produser 48
2.6.3. Peranan 50
2.7. Reporter
2.7.1. Pengertian Reporter 52
2.7.2. Tugas Reporter 54
2.7.3. Kinerja 56

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1. Sejarah Singkat Bandung TV 61

3.2. Visi dan Misi Bandung TV
3.2.1. Visi.....61
3.2.2. Misi.....62
3.3. Sejarah Divisi Program (*Non News*) PT. Bandung Media Televisi Indonesia (Bandung TV)
3.3.1. Program Olahraga.....62
3.3.2. Program Musik dan Hiburan.....62
3.3.3. Program Pengembangan Budaya.....63
3.3.4. Program Marketing.....63
3.4. Logo Bandung TV.....64
3.5. Struktur Organisasi Bandung TV.....65
3.5.1 Tabel struktur Organisasi Bandung TV.....66
3.5.2. Job Description Organisasi Bandung TV.....67
3.5.3. Struktur Organisasi Divisi Program (*Non News*) Bandung TV
3.5.3.1. Tabel Struktur Organisasi Divisi Program Bandung TV.....77
3.5.4. Struktur Organisasi Divisi program *(Non News)* Bandung TV.....78
3.5.5. *Job Description* Divisi Program (*Non News*) Bandung TV.....78
3.6. Sarana dan Prasarana Divisi Bandung TV.....82

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Data Penelitian.....85
4.2. Data Narasumber (Informan).....86
4.3. Hasil Penelitian.....87
4.3.1. Harapan Yang Ingin Dicapai Oleh Produser Dalam Meningkatkan kinerja Reporter Pada Program Acara Ngopi Euy di Bandung TV.....88

4.3.1.1. Keinginan dari produser yang disampaikan kepada reporter pada saat rapat sebelum peliputan berita 88
4.3.1.2. Cara produser mengarahkan reporter agar mendapatkan berita yang layak tayang..... 89
4.3.1.3 Cara produser membimbing reporter agar dapat mengolah hasil berita menjadi suatu liputan yang menarik untuk ditonton khalayak.....90
4.3.2. Perilaku Yang Dijalankan Oleh Produser Dalam Meningkatkan Kinerja Reporter Pada Program Acara Ngopi Euy di Bandung TV.....90
4.3.2.1. Cara Produser Memotivasi Para Reporternya...91
4.3.2.2. Cara Produser MeminimalisasiMasalah.....92
4.3.2.3. Cara Produser Melakukan Pembinaan karir.....93
4.3.3. Posisi Yang Dijalankan Oleh Produser Dalam Meningkatkan Kinerja Reporter Pada Program Acara Ngopi Euy di Bandung TV.....94
4.3.3.1. Cara Produser Menempatkan Diri Ke Tengah-tengah Para reporternya..... 94
4.3.3.2. Cara Produser Memimpin Para Reporter 95
4.3.4. Media Yang Digunakan oleh Produser Dalam Meningkatkan Kinerja Reporter Pada Program Acara Ngopi Euy di Bandung TV.....96
4.3.4.1. Media elektronik Berperan Dalam Meningkatkan Kinerja..... 96
4.3.4.2. Media Cetak Berperan Dalam Meningkatkan Kinerja..... 97
4.3.5. Peranan Produser Dalam Meningkatkan Kinerja Reporter Pada Program Acara Ngopi Euy di Bandung TV.....98

4.4. Pembahasan Hasil Penelitian Berdasarkan Teori-teori 99
4.4.1. Harapan Yang Ingin Dicapai Oleh Produser Dalam Meningkatkan kinerja Reporter Pada Program Acara Ngopi Euy di Bandung TV 99
4.4.1.1. Keinginan yang baik, yang diarahkan produser kepada reporter pada saat rapat sebelum peliputan berita 101
4.4.1.2. Cara produser mengarahkan reporter agar mendapatkan berita yang baik 101
4.4.1.3 Cara produser membimbing reporter agar dapat mengolah hasil berita menjadi suatu liputan yang menarik untuk ditonton khalayak.....102
4.4.2. Perilaku Yang Dijalankan Oleh Produser Dalam Meningkatkan Kinerja Reporter Pada Program Acara Ngopi Euy di Bandung TV.....115
4.4.2.1. Cara Produser Memotivasi Para Reporternya...115
4.4.2.2. Cara Produser MeminimalisasiMasalah.....117
4.4.2.3. Cara Produser Melakukan Pembinaan karir.....118
4.4.3. Posisi Yang Dijalankan Oleh Produser Dalam Meningkatkan Kinerja Reporter Pada Program Acara Ngopi Euy di Bandung TV.....119
4.4.3.1. Cara Produser Menempatkan Diri Ke Tengah-tengah Para reporternya..... 119
4.4.3.2. Cara Produser Memimpin Para Reporter 120
4.4.4. Media Yang Digunakan oleh Produser Dalam Meningkatkan Kinerja Reporter Pada Program Acara Ngopi Euy di Bandung TV.....121
4.4.4.1. Media elektronik Berperan Dalam Meningkatkan Kinerja..... 121

4.4.4.2. Media Cetak Berperan Dalam Meningkatkan Kinerja 123

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan 127

5.2. Saran-saran 131

5.2.1. Untuk Perusahaan 131

5.2.2. Untuk Penelitian Selanjutnya 132

DAFTAR PUSTAKA 133

LAMPIRAN-LAMPIRAN 138

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 148