DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN……i

LEMBAR PERNYATAAN……...ii

LEMBAR PERSEMBAHAN……...iii

ABSTRAK……iv

ABSTRACT……v

KATAPENGANTAR.....vi

DAFTAR ISI.....x

DAFTAR TABEL .....…xv

DAFTAR GAMBAR.....xvi

DAFTAR LAMPIRAN.....xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah.....8

1.2.1 Pertanyaan Makro…….....8

1.2.2 Pertanyaan Mikro……8

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... ..9

1.3.1 Maksud Penelitian.....9

1.3.2 Tujuan Penelitian 9

1.4 Kegunaan Penelitian..... 10

1.4.1 Kegunaan Teoritis.....10

1.4.2 Kegunaan Praktis 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka……..12

2.1.1 Skema Perbandingan Penelitian…….....13

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi…….....14

2.2.1 Pengertian Komunikasi……... 14

2.2.2 Unsur-unsur Komunikasi……..... 17

2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi…….. 21

2.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi…….. 21

2.3.2 Fungsi Organisasi Dalam Komunikasi…….23

2.3.3 Ciri-ciri Strategi Komunikasi Organisasi……..25

2.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa……. 25

2.4.1 Pengertian Komunikasi Massa…… 26

2.4.2 Karakteristik Komunikasi Massa……..28

2.4.3 Unsur Komunikasi Massa…….....29

2.4.4 Ciri Komunikasi Massa……..... 31

2.4.5 Fungsi Komunikasi Massa……33

2.5 Tinjauan Tentang Jurnalistik……... 35

2.6 Tinjauan Tentang Televisi…….. 37

2.6.1 Pengertian Televisi……... 37

2.6.2 Fungsi Televisi……. 38

2.6.3 Format Acara Televisi…… 40

2.6.3.1 Berita/*News*……... 40

2.6.3.2 Hiburan/*Entertainment*…….. 41

2.7 Tinjauan Tentang Tim Produksi…… 44

2.8 Tinjauan Tentang Produksi Acara TV…….48

2.8.1 Pra-produksi……..... 48

2.8.2 Produksi……49

2.8.3 Pasca Produksi……..50
2.9 Tinjauan Tentang Kredibilitas……. 51
2.9.1 Pengertian Kredibilitas……. 51
2.9.2 Bentuk-bentuk Kredibilitas……...52
2.9.3 Komponen-komponen Kredibilitas……. 53
2.10 Kerangka Pemikiran..... 55
2.10.1 Kerangka Teoritis..... 55
2.10.2 Kerangka Konseptual..... 58
2.11 Alur Model Kerangka Pemikiran.....60

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN……... 61
3.1 Objek Penelitian……... 61
3.1.1 Profil Perusahaan PT Indosiar Visual Mandiri…….61
3.1.2 Visi dan Misi PT Indosiar Visual Mandiri……... 63
3.1.2.1 Visi Indosiar……...63
3.1.2.2 Misi Indosiar……..63
3.1.3 Motto, Logo dan ID Station PT Indosiar Visual Mandiri…… 65
3.1.3.1 Motto Indosiar…….. 65
3.1.3.2 Logo Indosiar…….65
3.1.3.3 ID Station Indosiar……67
3.1.4 Strategi Usaha Perusahaan PT Indosiar Visual Mandiri……...68
3.1.5 Sejarah *Production Departement* PT Indosiar Visual Mandiri……68
3.1.5.1 Sejarah singkat *Production Departement*……..68
3.1.5.2 Profil Buaya Show…….70
3.1.6 Struktur Organisasi PT Indosiar Visual Mandiri……..73
3.1.7 Struktur Organisasi *Production Departement* Indosiar……77
3.1.8 *Job Description Production Departement* Indosiar……..78

3.1.9 Sarana dan Pra-sarana PT Indosiar Visual Mandiri…….83
3.2 Metode Penelitian…….....85
3.2.1 Desain Penelitian……...86
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data ……..87
3.2.2.1 Studi Pustaka……..87
3.2.2.2 Studi Lapangan……..87
3.2.3 Teknik Penentuan Informan……..89
3.2.3.1 Informan Penelitian……89
3.2.3.2 Informan Kunci……90
3.2.4 Teknik Analisa Data……..91
3.2.5 Uji Keabsahan Data……...92
3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian……93
3.2.6.1 Lokasi Penelitian……93
3.2.6.2 Waktu Penelitian……94

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN……95
4.1 Deskripsi Informan Penelitian……..98
4.1.1 Identitas Informan……99
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian……..102
4.2.1 Kategori Keahlian……...102
4.2.2 Kategori Kepercayaan……106
4.2.3 Kategori Dinamisme……...109
4.2.4 Kategori Sosiabilitas……...112
4.2.5 Kategori Kharisma……..112
4.2.6 Kategori Tanggung Jawab……..113
4.3 Pembahasan……114

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN……..121

5.1 Kesimpulan……121

5.2 Saran……...123

5.2.1 Bagi Perusahaan……..123

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya……124

DAFTAR PUSTAKA ……126

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....128

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....163