

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
F. Definisi Konsep.....	7
G. Definisi Operasional.....	10
H. Kerangka Pikir Penelitian	11
I. Metode Penelitian.....	16
J. Sistematika Pembahasan	26
BAB II KERANGKA TEORI.....	28
A. Kajian Pustaka.....	28
1. Pembentukan Citra (<i>Brand Image</i>)	28
2. Faktor Pembentuk Citra (<i>Brand Image</i>).....	31
3. Strategi Humas atau Public Relations dalam Memebntuk Citra	33
4. Televisi Sebagai Media Penyebar Kebudayaan	36
5. Program-Program Televisi	38
6. Program Budaya Lokal	40

7.	Televisi Sebagai Media Pemasaran.....	43
8.	Kemajuan Budaya Lokal Pada Televisi	45
B.	Kajian Teori.....	47
BAB III	PENYAJIAN DATA	52
A.	Deskripsi Subjek, Objek dan Penelitian.....	52
1.	Profil Informan.....	52
2.	Profil TVRI	54
B.	Deskripsi Data Penelitian.....	67
1.	Strategi Pengemasan Program Budaya Lokal	67
2.	Bentuk <i>Brand Image</i> budaya local dalam Mempengaruhi Citra TVRI Jawa Timur	72
3.	Bagaimana <i>Brand Image</i> Program Budaya Lokal TVRI Jawa Timur Bagi Pemirsa	75
BAB IV	ANALISA DATA	77
A.	Temuan Penelitian	77
1.	Analisa Tentang Lembaga Penyiaran Public TVRI dalam Mengemas Program Budaya Lokal	77
2.	Analisis Tentang Pementasan Tentang Program Budaya Lokal untuk Memikat Pemirsa.....	81
3.	Analisa <i>Brand Image</i> TVRI Jawa Timur Melalui Program Budaya Lokal Kepada Pemirsa	87
B.	Komfirmasi Temuan Dengan Teori.....	88
1.	Analisis Tentang Pengemasan bentuk-Bentuk dan Bagaimana <i>Brand Image</i> LPP TVRI Jawa Timur dalam Mengemas Program Budaya Lokal	88
BAB V	PENUTUP	106
A.	Kesimpulan	106
B.	Rekomendasi.....	108

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA PENULIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN