DAFTAR ISI

JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN iii
PERSETUJUAN iv
PENGESAHAN TIM PENGUJI v
PEDOMAN TRANSLITERASI vi
MOTTO vii
PERSEMBAHAN viii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL DAN BAGAN xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
ABSTRAK xv

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah 12
C. Rumusan Masalah 13
D. Tujuan Penelitian 14
E. Kegunaan Penelitian 14
F. Sistematika Penelitian 15

BAB II KAJIAN PUSTAKA
A. Televisi Lokal : Terobosan Media Informasi Elektronik Berbasis Lokalitas 17
B. Paradigma Baru dan Eksistensi Dakwah di Televisi 24
C. Determinasi Penyiaran: Perspektif Ekonomi Politik Media 36
1. Komodifikasi 39
2. Spasialisasi 42
3. Strukturasi 45

BAB III METODE PENELITIAN
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 51
B. Sumber data 52
C. Teknik Pengumpulan Data 53
D. Teknik Analisa Data 54

BAB IV DAKWAH ISLAM DALAM BINGKAI TELEVISI LOKAL
A. JTV Sebagai Televisi Lokal: Sebuah Identifikasi 60
B. Program Dakwah JTV: Dari Faktor Sampai Proses Produksi 63
C. Komodifikasi Siaran Dakwah JTV 74
1. Komodifikasi Isi (*Comodification of Content*) 75
2. Komodifikasi Khalayak (*Comodification of Audience*) 81
3. Komodifikasi *Instrinsik* 83
4. Komodisikasi *Ekstrinsik* 86
D. Siaran Dakwah JTV: Dari Komersialisasi sampai Islamisasi 92
E. Bentuk Spasialisasi Korporasi Jawa Pos Group 98
F. JTV dan Masyarakat Surabaya: Agen dan Struktur yang Tak Terpisahkan 104

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....105
B. Implikasi Teoritik.....107
C. Saran dan Rekomendasi 108
D. DaftarPustaka.....110
E. Lampiran-Lampiran 116

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL DAN BAGAN

1.	Kepemilikan Stasiun Televisi, Radio dan Media Cetak Nasional	43
2.	Pola Relasional kepentingan Politik, Ekonomi dan Publik Pada Media	45
3.	Alur Analisa Data	56
4.	Tahapan Proses Produksi Program Dakwah JTV	67
5	Diagram hubungan antara Media, Pengiklan dan Penonton	82

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan Gambar	Hal
1	Siaran Dakwah Ngaji Blusukan JTV yang menampilkan aktivitas dakwah Ustadz Aad Ainurussalam dengan alat musik	75
2	Siaran Dakwah Ngaji Blusukan JTV dengan pendakwah Ustadz Aad Ainurussalam didampingi pembawa acara/host yang bertugas membuat joke-joke segar	76
3	Ustadz Syarawi saat bercermah dalam program Ilir Ilir JTV. Nampak ia sedang berusaha melucu.	77
4	Ekspresi Ustadz Syarawi dalam salah satu bercermah dalam program Ilir Ilir JTV.	78
5	Ustadz Aad sedang membawakan lagu dangdut di tengah siaran dakwahnya, ditemani oleh grup musik yang senantiasa mendamppingi aktifitas dakwahnya.	80
6	Alunan Musik Hadrah Al-Banjari mengiringi Siaran Dakwah JTV dalam program Ilir-Ilir.	80
7 & 8	Khalayak/ audience yang selalu dijadikan sebagai sorotan kamera para Kru JTV untuk menarik iklan dalam siaran dakwah Ngaji Blusukan JTV.	81
9	Audiens yang dihadirkan di studio	85
10	Audiens terlihat dalam program dakwah JTV Ilir-ilir yang dilibatkan secara aktif untuk meningkatkan *performance share* dan *rating*	85
11 & 12	Beberapa Contoh Produk Yang Menjadi *Brand* Iklan Utama di Siaran Dakwah JTV	87
13	Pembawa Acara/host siaran dakwah JTV, Noto Ati, sedang melakukan campaign produk penyedap makanan	88
14	Iklan KPU Jawa Timur untuk mensosialisasikan Pemilu Nampak pada siaran dakwah, Ngaji Blusukan	89

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

15	Iklan sarung atlas pernah menjadi sponsor yang pernah terikat kontrak cukup panjang dengan siaran dakwah di JTV	89

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id