

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	11
F. Definisi Konsep	12
G. Kerangka Pikir Penelitian	15
H. Metode Penelitian	16
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	16
2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian	17
3. Jenis, Sumber Data	18
4. Tahap – Tahap Penelitian	19
5. Teknik Pengumpulan Data	21
6. Teknik Analisis Data	23
I. Sistematika Pembahasan	26
BAB II KAJIAN TEORITIS	28
A. Kajian Pustaka	28
1. Strategi.....	28
a. Definisi Strategi	28
b. Strategi Program	30
2. Televisi Lokal dan Sistem Penyiaran	40
3. Regulasi Penyiaran di Indonesia	44
B. Kajian Teori	50
Teori Ekonomi Media	50
1. Area Kajian Ekonomi Media	50
2. Produksi (<i>Output</i>) Media	56
3. Karakteristik Ekonomi Media Televisi	60
BAB III PENYAJIAN DATA	66
A. Deskripsi Subyek Penelitian	66

1. Profil SBO TV	66
2. Profil Informan	70
B. Deskripsi Data Penelitian	75
1. SBO TV dan Grup Jawa Pos	76
2. Manajemen SBO TV sebagai Televisi Lokal	77
a. Penentuan Target Penonton dan Posisi SBO TV Dalam Pertelevisian.....	77
b. Perencanaan dan Pemilihan Program SBO TV	82
c. Penggunaan Input Untuk Output di SBO TV	84
3. Upaya SBO TV dalam Meraup Iklan.....	88
4. Kualitas dan Kuantitas Sumber Daya yang Dimiliki	93
 BAB IV ANALISIS DATA	 100
A. Temuan Penelitian	100
1. Sistem Produksi Program	100
a. Segmentasi dan Positioning SBO TV	101
b. Program SBO TV	104
2. Iklan Yang Masuk Pada SBO TV	107
3. SDM dan Pengembangan Teknologi <i>Broadcast</i> SBO TV	116
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori	120
 BAB V PENUTUP	 132
A. Kesimpulan	132
B. Saran	134
 DAFTAR PUSTAKA	
BIODATA PENULIS	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Penelitian Terdahulu	11
Tabel 1.2	Model Kepemilikan Media Penyiaran Menurut Dominick	42
Tabel 3.1	Program Acara SBO TV	69
Tabel 3.2	Jumlah Karyawan SBO TV	93
Tabel 4.1	Belanja Iklan Televisi Secara Nasional	108
Tabel 4.2	Nomor Kanal dan Stasiun Televisi Pengguna Setelah Penambahan Kanal.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Permodelan Kesejahteraan Masyarakat.....	50
Gambar 1.2	Konsumen Media	52
Gambar 2.1	Rantai Nilai Produk Media.....	60
Gambar 4.1	Segmentasi SBO TV Berdasarkan Usia.....	103

DAFTAR GRAFIK

Bagan 1.1	Kerangka Pikir	15
Bagan 3.1	Struktur Organisasi SBO TV	69