

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
UCAPAN TERIMA KASIH.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP .....</b>	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 Komunikasi Massa.....	13
2.1.2 Televisi.....	16
2.1.3 Penyiaran .....	19
2.1.4 Penyiaran Digital.....	21
2.1.5 Minat Penonton .....	23
2.1.6 Strategi Program.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Konsep.....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
3.2 Pendekatan Penelitian .....	40
3.3 Operasionalisasi Konsep .....	41

3.4 Metode Penelitian.....	42
3.5 Teknik Penentuan Informan .....	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.7 Teknik Analisis Data .....	44
3.8 Uji Keabsahan Data.....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Nusantara TV.....	47
4.2 Hasil Penelitian .....	54
4.2.1 Hasil Wawancara.....	54
4.2.1.1 Perencanaan Program.....	54
4.2.1.1.1 Strategi Riset Penentuan Teman Program untuk Menarik Perhatian Penonton.....	55
4.2.1.1.2 Strategi Perancangan Kontem Berdasarkan Ketersediaan dan Kebiasaan Audiens .....	56
4.2.1.1.3 Strategi Penentuan Program yang Menarik Perhatian Audiens .....	58
4.2.1.1.4 Strategi Penentuan Anggaran dalam Produksi Program .....	59
4.2.1.1.5 Strategi Memenuhi Ketersediaan Program pada Setiap Tayangan.....	61
4.2.1.2 Produksi dan Pemberlian Program.....	62
4.2.1.2.1 Strategi Repackaging dan Kolaborasi dengan Pihak Eksternal .....	62
4.2.1.2.2 Strategi Produksi Program “Kok Bisa Vira” di Nusantara TV .....	63
4.2.1.2.3 Eksekusi Program.....	65
4.2.1.2.4 Strategi Dengan Mengenal Sifat Audien yang Dibagi Menjadi Beberapa Bagian Waktu .....	65
4.2.1.2.5 Strategi Penjadwalan Tayangan Program .....	67
4.2.1.3 Pengawasan dan Evaluasi Program.....	68
4.2.1.3.1 Strategi Evaluasi untuk Menilai Apakah Program “Kok Bisa Viral” Sudah Mencapai Target.....	68
4.2.1.3.2 Strategi Melakukan Pengawasan Untuk Mengetahui Kunci Keberhasilan Program “Kok Bisa Viral” .....	69
4.2.1.4 Minat Penonton Program “Kok Bisa Viral”.....	70
4.3. Pembahasan .....	72
4.3.1. Strategi Perencanaan yang dilakukan program Kok Bisa Viral di Nusantara TV dalam menarik minat penonton.....	74

4.3.2. Strategi produksi yang dilakukan program Kok Bisa Viral di Nusantara TV dalam menarik minat penonton. ....	78
4.3.3. Strategi eksekusi program produksi yang dilakukan program Kok Bisa Viral di Nusantara TV dalam menarik minat penonton. ....	83
4.3.4. Strategi pengawasan dan evaluasi program yang dilakukan program Kok Bisa Viral di Nusantara TV dalam menarik minat penonton.....	86
4.3.5 Minat Penonton Program “Kok Bisa Viral” .....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran .....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	96