

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	I
SURAT PENYATAAN	II
KATA PENGANTAR.....	III
ABSTRAK.....	V
ABSTRACT.....	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR BAGAN.....	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Pemikiran.....	10
1. Komunikasi Organisasi dalam Perubahan Organisasi.....	10
2. Aktivitas Organisasi Media (Manajemen & Redaksi).....	14
3. Perencanaan Strategis dalam Organisasi Media	23
G. Model Penelitian	28

H. Metode Penelitian.....	30
1. Metode	30
2. Subjek Penelitian	31
3. Teknik Pengumpulan Data.....	32
4. Teknik Analisis Data.....	33
5. Keabsahan Data	35
6. Pelaksanaan Penelitian.....	35
7. Batasan Penelitian	35

BAB II ORGANISASI MEDIA DI TENGAH PESAINGAN TEKNOLOGI DAN TUNTUTAN BISNIS 37

A. Meninjau Sistem TV Jaringan di Indonesia.....	37
B. Refleksi Tantangan Konvergensi Media	41
C. Transformasi sebagai Bentuk Perubahan Organisasi Media....	43
D. Manajemen dan Keredaksian dalam Organisasi Media	46

BAB III STASIUN TV SWASTA JARINGAN NET. BIRO YOGYAKARTA..... 54

A. Gambaran Umum NET. Biro Yogyakarta	54
B. NET. Biro Yogyakarta dalam Perspektif Lokal	56
C. Area Cakupan.....	57
D. Lokasi NET. Biro Yogyakarta.....	58
E. Aset Digital	58
F. Logo NET. Biro Yogyakarta	59
G. Konten Lokal.....	59
H. Struktur Organisasi NET. Biro Yogyakarta	60
I. <i>Man Power Resources</i>	61
J. <i>Rate Card</i>	62
K. Prestasi NET. Biro Yogyakarta.....	62



BAB IV TEMUAN PENELITIAN.....	63
A. Tantangan di NET. Biro Yogyakarta.....	64
1. Menghasilkan <i>Revenue</i>	64
2. Pengembangan Sumber Daya Manusia	69
B. Adaptasi Manajemen di NET. Biro Yogyakarta.....	71
1. Membangun <i>Awareness</i> lewat Media Sosial	72
2. Merancang Target <i>Revenue</i>	75
3. Terbuka terhadap Karyawan.....	78
4. Pengorganisasian Sumber Daya Manusia	80
5. Mengubah Siaran Langsung menjadi Siaran Tunda.....	88
C. Adaptasi Keredaksian di NET. Biro Yogyakarta.....	91
1. Produser dan Aktivitas Manajemen.....	92
2. Percepatan Karir <i>Reporter</i> menjadi Produser	94
3. <i>Video Journalist</i> (VJ) Lebih dari Sekedar Juru Kamera	99
4. Kreativitas <i>Editor</i> dalam Menjadi <i>Program Director</i>	107
5. <i>Program Director</i> (PD): <i>One Man Show</i>	111
BAB V UPAYA MEMPERTAHANKAN NET. BIRO YOGYAKARTA.....	116
A. Berbenah Menaklukkan Tantangan Organisasi	116
B. Tata Kelola Fungsi Manajemen	120
1. Fungsi <i>Planning</i> di NET. Biro Yogyakarta.....	121
2. Fungsi <i>Organizing</i> di NET. Biro Yogyakarta	123
3. Fungsi <i>Influencing or Directing</i> di NET. Biro Yogyakarta .	127
4. Fungsi <i>Controlling</i> di NET. Biro Yogyakarta	130
C. Peran Ganda Manajemen.....	132
1. <i>Informational Roles</i>	132
2. <i>Decisional Roles</i>	133
D. Penyederhanaan Peran Keredaksian dalam Produksi Berita.	135
1. Produser dengan Target <i>Marketing</i>	136
2. <i>Reporter</i> atau Produser yang Terlalu Dini.....	136
3. <i>Video Journalist</i> (VJ) yang Serba Bisa.....	138
4. Posisi Strategis <i>Editor</i>	140
5. <i>Program Director</i> (PD): Pengarah Segalanya.....	141
E. Strategi NET. Biro Yogyakarta untuk Mempertahankan Organisasi.....	143

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	148
A. Kesimpulan	148
B. Saran	156
1. Saran Praktis	156
2. Saran Akademis	157
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN	161