

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Era <i>New Media</i>	11
2.1.2 Radio	15
2.1.3 Strategi Komunikasi Radio	18
2.1.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi.....	18
2.1.3.2 Strategi Komunikasi Siaran Radio Era <i>New Media</i>	19
2.1.4 Strategi Penyiaran Radio.....	21
2.1.4.1 Pengertian Strategi Penyiaran	21
2.1.4.2 Faktor Keberhasilan Siaran Radio	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Penelitian	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	37
3.2.1 Subjek Penelitian.....	37
3.2.1 Objek Penelitian	37
3.3 Unit Analisis.....	37
3.4 Informan Penelitian	39
3.5 Pengumpulan Data Penelitian.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	44
3.7 Teknik Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Karakteristik Informan	47
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Pemilihan Media Komunikasi Pemasaran	53
4.2.2 Strategi Program Radio	60
4.2.2.1 Perencanaan Program.....	61
4.2.2.2 Produksi Program.....	68
4.2.2.3 Eksekusi Program.....	69
4.2.2.4 Pengawasan dan Evaluasi Program.....	71
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	72
4.3.1 Pemilihan Media Komunikasi Pemasaran	75
4.3.2 Strategi Program Radio	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
5.2.1 Saran Akademis	83
5.2.2 Saran Praktis.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	88