

## DAFTAR ISI

<b>KATAPENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Tahapan Penelitian.....	11
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	13
1.6.2 Waktu Penelitian.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Tinjauan Pustaka.....	28
2.2.1 Komunikasi.....	28
2.2.2 Strategi dan Pemasaran.....	31
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	31
2.2.3.1 Konsep Pemasaran.....	32
2.2.3.2 Bauran Pemasaran.....	33
1. Produk.....	34
2. Harga.....	36
3. Tempat.....	39

4. Promosi.....	42
5. Proses.....	44
6. Orang.....	45
7. Bukti Fisik.....	47
2.2.3.3 Segmentasi.....	48
2.2.4 Komunikasi Massa.....	50
2.2.5 Media Massa.....	53
2.2.6 Radio.....	57
2.3 Kerangka Pemikiran.....	59
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian.....	60
3.2 Metode Penelitian.....	61
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	
3.3.1 Objek Penelitian.....	62
3.3.2 Subjek Penelitian.....	62
3.3.2.1 Tentang Radio Dahlia Bandung.....	62
3.3.2.2 Sejarah Radio Dahlia Bandung.....	63
3.3.2.3 Profil Perusahaan.....	64
3.3.2.4 Visi, Misi dan Tujuan.....	65
3.3.2.5 Logo dan Tagline.....	65
3.3.2.5.1 Arti Logo.....	66
3.3.2.6 Struktur Organisasi.....	67
3.3.2.7 <i>Job Description</i> .....	67
3.3.2.8 Segmentasi Pendengar.....	68
3.3.2.9 Format Musik dan Program Acara.....	69
3.4 Definisi Konsep.....	70
3.5 Unit Analisis.....	71
3.6 Informan Penelitian.....	72
3.7 Teknik Pengumpulan Data	
3.7.1 Data Primer.....	73
3.7.2 Data Sekunder.....	74

3.8 Teknik Analisis Data.....	77
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	78
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Karakteristik Informan.....	81
4.2 Hasil Penelitian.....	84
4.2.1 Produk Pemasaran Yang Ditawarkan Radio Dahlia.....	84
4.2.2 Penetapan Harga Produk Pemasaran Radio Dahlia.....	90
4.2.3 Promosi Yang Dilakukan Radio Dahlia.....	93
4.2.4 Penentuan Lokasi Radio Dahlia.....	95
4.2.5 Proses Pemasaran Produk Radio Dahlia.....	98
4.2.6 Partisipan Dalam Pemasaran Radio Dahlia.....	100
4.2.7 Bukti Fisik Pemasaran Radio Dahlia.....	104
4.3 Pembahasan.....	108
4.3.1 Produk Pemasaran Radio Dahlia.....	110
4.3.2 Penetapan Harga Produk Pemasaran Radio Dahlia.....	113
4.3.3 Promosi Yang Dilakukan Radio Dahlia.....	117
4.3.4 Penentuan Lokasi Radio Dahlia.....	119
4.3.5 Proses Pemasaran Iklan Radio Dahlia.....	121
4.3.6 Partisipan Dalam Pemasaran Radio Dahlia.....	123
4.3.7 Bukti Fisik Pemasaran Radio Dahlia.....	124
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	127
5.2 Saran.....	127

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Stasiun Radio di Kota Bandung .....	4
Tabel 1.2 Segmentasi Pendengar Radio Dahlia .....	7
Tabel 1.3 Tahapan Penelitian .....	12
Tabel 1.4 Waktu Penelitian.....	14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2.2 Elemen-elemen Bukti Fisik.....	47
Tabel 2.3 Metode Pembagian Target Market.....	49
Tabel 2.4 Karakteristik Media.....	55
Tabel 3.1 Profil Perusahaan.....	64
Tabel 3.2 Unit Analisis Penelitian.....	71
Tabel 4.1 Data Informan.....	82
Tabel 4.2 Perbandingan Iklan Jenis Loose Spot, Adlibs dan Insert Radio Dahlia, Rama FM dan Radio Cakra Bandung.....	92
Tabel 4.3 Prosedur Penetapan Harga Radio Dahlia.....	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pemohon Izin Penyelenggaraan Penyiaran Radio Seluruh Indonesia atau Per Provinsi Tahun 2010.....	3
Gambar 2.1 Model Proses Komunikasi.....	30
Gambar 2.2 Bauran Pemasaran Jasa.....	34
Gambar 3.1 Logo Radio Dahlia.....	65
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Radio Dahlia.....	67
Gambar 4.1 Foto Andi Gustian.....	82
Gambar 4.2 Foto Helsa Sukasah.....	83
Gambar 4.3 Foto Donny.....	83
Gambar 4.4 Hasil Survei AC Nielsen&Folling 2014.....	88
Gambar 4.5 Ratecard 2013 Radio Dahlia.....	90
Gambar 4.6 <i>Live Streaming</i> Radio Dahlia.....	97
Gambar 4.7 Kantor Radio Dahlia.....	104
Gambar 4.8 Ruang Tamu/Resepsionis Radio Dahlia.....	105
Gambar 4.9 Ruang Kerja <i>On air</i> dan <i>Off air</i> Radio Dahlia.....	105
Gambar 4.10 Ruang <i>Meeting</i> Radio Dahlia.....	106
Gambar 4.11 Studio Radio Dahlia.....	106
Gambar 4.12 Mobil Operasional Radio Dahlia.....	107
Gambar 4.13 Kartu nama/id card karyawan.....	107
Gambar 4.14 Seragam Kru Radio Dahlia.....	108
Gambar 4.15 <i>E-News Letter</i> Radio Dahlia.....	112
Gambar 4.16 Proses Pemasaran Iklan Radio Dahlia.....	122
Gambar 4.17 Proses Pembuatan Iklan.....	123