

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Aspek Teoritis	14
1.4.2 Aspek Praktis	15
1.5 Tahap Penelitian	15
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	15

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Tinjauan Teori	29
2.2.1 Komunikasi Massa (<i>Mass Communication</i>)	29

2.2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	29
2.2.1.2 Peranan Komunikasi Massa	31
2.2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa	33
2.2.2 Media Massa	35
2.2.3 Radio Siaran	39
2.2.3.1 Sejarah Radio Siaran	41
2.2.3.2 Kekuatan Radio Siaran.....	42
2.2.3.3 Kelemahan Radio Siaran.....	43
2.2.3.4 Karakteristik Radio Siaran	44
2.2.3.5 Program Radio Siaran	47
2.2.3.6 Jenis Program Radio Siaran	49
2.2.3.7 Perencanaan Program Radio Siaran	50
2.2.3.8 Jadwal Program Radio Siaran	50
2.2.4 Strategi Pemrograman.....	53
2.2.5 Segmentasi Audien.....	56
2.2.5.1 Segmentasi Demografis	57
2.2.5.2 Segmentasi Geodemografis.....	57
2.2.5.3 Segmentasi Psikografis	58
2.2.6 Target Audien.....	59
2.2.7 Positioning	59
2.2.8 Perilaku Audien.....	61
2.2.8.1 Aliran Audien.....	61
2.2.8.2 Selera Audien	61
2.3 Kerangka Pemikiran.....	63

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	64
3.2 Metode Penelitian.....	65
3.2.1 Kualitatif	65
3.2.2 Deskriptif Kualitatif	67

3.3 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	67
3.3.1 Subjek Penelitian.....	67
3.3.1.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	67
3.3.2 Objek Penelitian	72
3.3.2.1 Strategi Pemrograman Radio	72
3.4 Definisi Konsep.....	72
3.5 Unit Analisis	74
3.6 Informan.....	74
3.7 Pengumpulan Data	75
3.8 Teknik Keabsahan Data	76
3.9 Teknik Analisis Data.....	77

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Informan	80
4.2 Hasil Penelitian	83
4.2.1 Strategi Menyesuaikan Program dengan <i>Audience</i>	83
4.2.1.1 Format Program	83
4.2.1.2 Audience	85
4.2.1.3 Pejadwalan Program.....	86
4.2.2 Strategi Membangun Kebiasaan Pendengar	88
4.2.2.1 Pembuatan Adlips dan Rundown	88
4.2.2.2 Ciri Khas Program	92
4.2.3 Strategi Pemeliharaan Sumber Daya Program.....	94
4.2.3.1 Sumber Daya Program	94
4.2.3.2 Materi Program Siaran	96
4.2.4 Strategi Dalam Menarik Antusias Pendengar	98
4.2.4.1 Merangkul Pendengar Melalui Minat.....	98
4.2.4.2 Mewadahi Minat Pendengar	101
4.2.5 Strategi Mengontrol Pendengar.....	103
4.2.5.1 Kualitas Program.....	103
4.2.5.2 Diferensiasi Program.....	104

4.2.5.3 Evaluasi Program.....	107
4.3 Pembahasan.....	108
4.3.1 Strategi Menyesuaikan Program dengan <i>Audience</i>	109
4.3.1.1 Format Program	109
4.3.1.2 Audience	109
4.3.1.3 Pejadwalan Program.....	111
4.3.2 Strategi Membangun Kebiasaan Pendengar	112
4.3.2.1 Pembuatan Adlips dan Rundown	113
4.3.2.2 Ciri Khas Program	114
4.3.3 Strategi Pemeliharaan Sumber Daya Program.....	115
4.3.3.1 Sumber Daya Program	115
4.3.3.2 Materi Program Siaran	117
4.3.4 Strategi Dalam Menarik Antusias Pendengar	118
4.3.4.1 Merangkul Pendengar Melalui Minat.....	118
4.3.4.2 Mewadahi Minat Pendengar	120
4.3.5 Strategi Mengontrol Pendengar.....	121
4.3.5.1 Kualitas Program.....	121
4.3.5.2 Diferensiasi Program.....	122
4.3.5.3 Evaluasi Program.....	122

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	124
5.2 Saran Akademis	125
5.2 Saran Praktis	126

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.....