

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	14
1.5.1 Waktu Penelitian.....	14
1.5.2 Lokasi Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Media Massa Elektronik.....	16
2.1.2 Radio	17
2.1.3 Peran Media	18
2.1.4 Manajemen Penyiaran Radio	19
2.1.5 Program Acara Radio.....	21
2.1.6 Teori Pengharapan Nilai	22
2.1.7 Teori S-O-R	23
2.1.8 Strategi Program Radio.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38

3.1 Metode Penelitian.....	38
3.2 Paradigma Penelitian.....	38
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	40
3.3.1 Subjek Penelitian.....	40
3.3.2 Objek Penelitian.....	40
3.4 Unit Analisis Penelitian	40
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5.1 Studi Pustaka.....	41
3.5.2 Observasi Mendalam	41
3.5.3 Wawancara Mendalam.....	42
3.6 Informan Penelitian	42
3.6.1 Informan Kunci.....	43
3.6.2 Informan Pendukung.....	44
3.6.3 Informan Ahli.....	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	45
3.8 Teknik Keabsahan Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Karakteristik Informan.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Deskripsi Singkat Perusahaan	56
4.2.2 Hasil Wawancara	57
4.2.3 Harapan	57
4.2.4 Nilai	86
4.3 Pembahasan.....	127
4.3.1 Harapan	130
4.3.2 Nilai	145
BAB V PENUTUP.....	162
5.1 Kesimpulan.....	162
5.2 Saran	164
5.2.1 Saran Akademis	164
5.2.2 Saran Praktis.....	164
DAFTAR PUSTAKA.....	165
LAMPIRAN.....	168