

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	9
<b>1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Rangkuman Teori .....</b>	<b>11</b>
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
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>25</b>
<b>2.3 Kerangka Penelitian.....</b>	<b>34</b>

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian.....</b>	<b>35</b>
<b>3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....</b>	<b>37</b>
3.2.1 Subjek Penelitian.....	37
3.2.1 Objek Penelitian .....	37
<b>3.3 Unit Analisis.....</b>	<b>37</b>
<b>3.4 Informan Penelitian .....</b>	<b>39</b>
<b>3.5 Pengumpulan Data Penelitian.....</b>	<b>41</b>
<b>3.6 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>44</b>
<b>3.7 Teknik Keabsahan Data .....</b>	<b>45</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
<b>4.1 Karakteristik Informan .....</b>	<b>47</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>51</b>
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
<b>4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>72</b>
4.3.1 Pemilihan Media Komunikasi Pemasaran .....	75
4.3.2 Strategi Program Radio .....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>82</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>83</b>
5.2.1 Saran Akademis .....	83
5.2.2 Saran Praktis.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>