

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	9
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1 Maksud Penelitian	10
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11

1.4.1	Kegunaan Teoritis.....	11
1.4.2	Kegunaan Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN		14
2.1	Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	14
2.1.2	Tinjauan Tentang Strategi.....	17
2.1.2.1	Pengertian Strategi	17
2.1.2.2	Tipe-tipe Strategi	18
2.1.2.3	Model Manajemen Strategi.....	20
2.1.3	Tinjauan Tentang Komunikasi.....	21
2.1.3.1	Definisi Komunikasi.....	21
2.1.3.2	Tujuan Komunikasi	22
2.1.3.3	Hambatan Komunikasi	23
2.1.4	Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi	26
2.1.4.1	Definisi Strategi Komunikasi	26
2.1.4.2	Tujuan Strategi Komunikasi	27
2.1.4.3	Langkah-Langkah Dalam Strategi Komunikasi.....	28
2.1.4.4	Proses Perencanaan Strategi Komunikasi	29
2.1.5	Tinjauan Tentang Komunikasi Massa.....	30
2.1.5.1	Definisi Komunikasi Massa	30

2.1.5.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa	31
2.1.5.3 Efek Komunikasi Massa	32
2.1.6 Tinjauan Tentang Program	33
2.1.6.1 Definisi Program.....	33
2.1.6.2 Fungsi Utama Program	34
2.1.6.3 Jenis-Jenis Program	35
2.1.7 Tinjauan Tentang Radio.....	36
2.1.7.1 Definisi Radio	36
2.1.7.2 Fungsi Radio	37
2.1.7.3 Karakteristik Radio	38
2.1.8 Tinjauan Tentang Minat.....	40
2.1.8.1 Definisi Minat	40
2.1.8.2 Karakteristik Minat	40
2.1.8.3 Faktor Yang Mendorong Munculnya Minat.....	41
2.1.9 Tinjauan Tentang Minat Dengar	42
2.2 KERANGKA PEMIKIRAN	43
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Desain Penelitian	48
3.2 Informan Penelitian.....	49
3.3 Teknik Pengumpulan Data	52
3.3.1 Studi Pustaka.....	53

3.3.2 Studi Lapangan	55
3.4 Uji Keabsahan Data	57
3.5 Teknik Analisis Data	60
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	67
3.6.1 Lokasi Penelitian	67
3.6.2 Waktu Penelitian.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Analisis Objek Penelitian	69
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	74
4.1.1.1 Sejarah PT. Madah Ekaristi Swaratronika (Maestro).....	74
4.1.1.2 Sejarah Program Maestro School Ambassador	79
4.1.1.3 Struktur Organisasi PT. Madah Ekaristi Swaratronika (Maestro).....	81
4.1.1.4 Visi dan Misi PT. Madah Ekaristi Swaratronika (Maestro)	82
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian	82
4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci.....	83
4.1.2.2 Deskripsi Informan Pendukung	86
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian.....	92
4.1.3.1 Perumusan Program Maestro School Ambassador Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Radio Maestro Di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Atas Swasta Kota Bandung	93

4.1.3.2 Implementasi Program Maestro School Ambassador Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Radio Maestro Di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Atas Swasta Kota Bandung	102
4.1.3.3 Evaluasi Program Maestro School Ambassador Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Radio Maestro Di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Atas Swasta Kota Bandung	111
4.2 Pembahasan.....	119
4.2.1 Perumusan Program Maestro School Ambassador Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Radio Maestro Di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Atas Swasta Kota Bandung.....	120
4.2.2 Implementasi Program Maestro School Ambassador Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Radio Maestro Di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Atas Swasta Kota Bandung.....	124
4.2.3 Evaluasi Program Maestro School Ambassador Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Radio Maestro Di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Atas Swasta Kota Bandung.....	128
4.2.4 Strategi Komunikasi Radio Maestro Melalui Program Maestro School Ambassador Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Atas Swasta Kota Bandung	131
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	135
5.1 Kesimpulan	135
5.2 Saran.....	138

5.2.1 Saran Bagi Radio Maestro.....	138
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	139
DAFTAR PUSTAKA.....	140
LAMPIRAN.....	144