

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	6
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro .....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian .....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN &amp;</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.2 Studi Literatur.....	12
2.1.2.1 Tinjauan tentang Komunikasi.....	12
2.1.2.2 Tinjauan tentang Komunikasi Pemasaran .....	15
2.1.2.3 Tinjauan tentang Radio.....	18
2.1.2.4 Tinjauan tentang Iklan .....	19
2.1.2.5 Tinjauan tentang Penyajian Media Sosial.....	22
2.1.2.6 Tinjauan tentang Live On Air.....	22
2.2 Kerangka Pemikiran.....	24
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Desain Penelitian .....	27
3.2 Informan Penelitian.....	29
3.2.1 Informan Kunci .....	30
3.2.2 Informan Pendukung .....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Studi Pustaka .....	34
3.3.2 Studi Lapangan .....	37
3.4 Uji Keabsahan Data .....	38

3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	42
3.6.1 Lokasi Penelitian .....	42
3.6.2 Waktu Penelitian .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	44
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	45
4.1.1.1 Sejarah Play99ers Radio Bandung.....	45
4.1.1.2 Visi dan Misi Play99ers Radio Bandung.....	46
4.1.1.3 Tugas Pokok dan Fungsi Divisi Marketing Communication (Marcomm) Play99ers Radio Bandung .....	47
4.1.1.4 Struktur Organisasi Play99ers Radio Bandung .....	48
4.1.1.5 Pulang Sore Challenge.....	48
4.1.1.5.1 Makna Logo Play99ers Radio Bandung .....	50
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	51
4.1.2.1 Informan Kunci Penelitian.....	53
4.1.2.2 Informan Pendukung Penelitian .....	55
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian .....	57
4.1.3.1 Karakteristik iklan dalam memasarkan program pulang sore Challenge Radio Play99ers Bandung .....	58
4.1.3.2 Penggunaan media sosial dalam mendukung iklan program pulang sore Challenge Radio Play99ers Bandung.....	75

