

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| SURAT PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.2.1 Rumusan Masalah Makro | 10 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah Mikro | 11 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.3.1 Maksud Penelitian..... | 11 |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 12 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis | 12 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN | 14 |
| 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 14 |
| 2.2. Tinjauan Pustaka | 17 |
| 2.2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi | 17 |
| 2.2.2 Tinjauan Tentang Radio..... | 23 |
| 2.2.3 Tinjauan Tentang Program Radio | 26 |
| 2.2.4 Tinjauan Tentang <i>Stakeholders</i> | 27 |
| 2.2.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran..... | 30 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.6 Tinjauan Tentang Bauran Komunikasi Pemasaran..... | 32 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 35 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 41 |
| 3.1 Desain Penelitian | 41 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 43 |
| 3.3 Informan Penelitian | 44 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 49 |
| 3.4.1 Studi Pustaka..... | 49 |
| 3.4.4 Studi Lapangan..... | 51 |
| 3.5 Uji Keabsahan Data..... | 54 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 55 |
| 3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 57 |
| 3.7.1 Lokasi Penelitian..... | 57 |
| 3.7.2 Waktu Penelitian | 57 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 60 |
| 4.1 Hasil Penelitian..... | 60 |
| 4.1.1 Gambaran Objek Penelitian..... | 62 |
| 4.1.2 Deskripsi Informan | 67 |
| 4.1.3 Analisis Hasil Penelitian..... | 72 |
| 4.2 Pembahasan | 87 |
| 4.2.1 Periklanan Yang Dilakukan Oleh Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers 100FM Bandung Dalam Mempromosikan Program Pulang Sore Kepada <i>Stakeholders Eksternal</i> Di Kota Bandung..... | 87 |
| 4.2.2 Pemasaran Langsung Yang Dilakukan oleh Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers 100FM Bandung Dalam Mempromosikan Program Pulang Sore Kepada <i>Stakeholders Eksternal</i> Di Kota Bandung..... | 91 |
| 4.2.3 Penjualan Personal Yang Dilakukan oleh Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers 100FM Bandung Dalam Mempromosikan Program Pulang Sore Kepada <i>Stakeholders Eksternal</i> Di Kota Bandung..... | 95 |
| 4.2.4 Pemasaran Interaktif Yang Dilakukan oleh Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers 100FM Bandung Dalam Mempromosikan Program Pulang Sore Kepada <i>Stakeholders Eksternal</i> Di Kota Bandung..... | 100 |
| 4.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers 100FM Bandung Dalam Mempromosikan Program Pulang Sore Kepada <i>Stakeholders Eksternal</i> Di Kota Bandung..... | 104 |

| | |
|--|------------|
| BAB V PENUTUP | 113 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 113 |
| 5.2 Saran..... | 119 |
| 5.2.1 Saran Untuk Radio Play99ers 100FM Bandung..... | 119 |
| 5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya | 120 |
| DAFTAR PUSTAKA | 121 |
| DOKUMENTASI | 125 |
| LAMPIRAN | 138 |
| Transkrip Wawancara Informan Kunci | 158 |
| Transkrip Wawancara Informan Pendukung | 171 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 176 |