

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	10
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Maksud Penelitian.....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.4.2 Kegunaan Praktik.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.2 Tinjauan Komunikasi	19
2.2.1 Pengertian Komunikasi	19
2.2.2 Unsur Komunikasi	22
2.2.3 Sifat Komunikasi	23
2.2.4 Fungsi Komunikasi	23
2.2.5 Tujuan Komunikasi.....	25
2.2.6 Faktor-Faktor Penghambat Komunikasi	26
2.2.7 Tipe-Tipe Komunikasi	28
2.2 Tinjauan Rebranding	30
2.2.1 Pengertian <i>Branding</i>	30

2.2.2	Pengertian <i>Rebranding</i>	32
2.3	Tinjauan Radio	37
2.3.1	Pengertian Radio	37
2.3.2	Pengertian Gelombang Radio	37
2.3.3	Jenis-Jenis Gelombang Radio	37
2.3.3.1	Gelombang pendek	38
2.3.3.2	Gelombang medium.....	38
2.3.3.3	Gelombang panjang	38
2.3.4	Sifat Radio	39
2.3.5	Persyaratan Penyiar Radio	39
2.4	Media Sosial	40
2.4.1	Jenis-jenis media sosial.....	40
2.4.1.1	Social Networking	41
2.4.1.2	Blog.....	41
2.4.1.3	Microblogging	41
2.4.1.4	Media Sharing.....	41
2.4.1.5	<i>Social Bookmarking</i>	41
2.4.1.6	Wiki	42
2.4.2	Facebook.....	42
2.4.2.1	Manfaat Secara Personal.....	43
2.4.2.2	Manfaat secara Sosial	43
2.4.2.3	Manfaat secara Ekonomi	44
2.4.3	Instagram	44
2.5	Kerangka Pemikiran	46
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1	Desain Penelitian	49
3.2	Informan Penelitian	51
3.3.1	Studi Pustaka	55
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.4.1	Studi Lapangan	57
3.4.2	Studi Literatur	59
3.5	Uji Keabsahan Data	60
3.6	Teknik Analisa Data	62

3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian	64
3.7.1	Lokasi Penelitian.....	64
3.7.2	Waktu penelitian.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		66
4.1.	Hasil Penelitian.....	66
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	67
4.1.1.1	Sejarah Radio Benpas Subang	67
4.1.1.2	Visi Misi Radio Benpas Subang	74
4.1.1.3	Motto Radio Benpas Subang.....	75
4.1.1.4	Struktur Organisasi UPTD Radio Benpas	75
4.1.2	Deskripsi informan	77
4.1.2.1	Deskripsi Informan Kunci.....	77
4.1.2.2	Deskripsi Informan Pendukung	81
4.1.3	Analisa Hasil Penelitian.....	85
4.1.3.1	Pemicu (<i>Triggering</i>) <i>Rebranding</i> Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar	86
4.1.3.2	Analisa Dan Pengambilan Keputusan (<i>Analyzing &</i> <i>Decision Making</i>) <i>Rebranding</i> Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar.....	91
4.1.3.3	Perencanaan (<i>Planning</i>) <i>Rebranding</i> Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar.....	92
4.1.3.4	Persiapan (<i>preparing</i>) <i>Rebranding</i> Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar	96
4.1.3.5	Peluncuran (<i>Launching</i>) <i>Rebranding</i> Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar.....	97
4.1.3.6	Pengevaluasian(<i>Evaluatin</i>) <i>Rebranding</i> Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar.....	100
4.1.3.7	Melanjutkan (<i>Continuing</i>) <i>Rebranding</i> Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar.....	101
4.2	Pembahasan	104
4.2.1	Pemicu (<i>Triggering</i>) <i>Rebranding</i> Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar	104
4.2.2	Analisa Dan Pengambilan Keputusan (<i>Analyzing & Decision</i> <i>Making</i>) <i>Rebranding</i> Radio Benpas Subang Dalam	

Meningkatkan Minat Pendengar	106
4.2.3 Perencanaan (<i>Planning</i>) Rebranding Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar	108
4.2.4 Persiapan (<i>preparing</i>) Rebranding Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar	109
4.2.5 Peluncuran (<i>Launching</i>) Rebranding Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar	110
4.2.6 Pengevaluasian (<i>Evaluatin</i>) Rebranding Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar	111
4.2.7 Melanjutkan (<i>Continuing</i>) Rebranding Radio Benpas Subang Dalam Meningkatkan Minat Pendengar	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran	120
5.2.1 Saran untuk Radio Benpas Kabupaten Subang	121
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	126
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	150

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Program Siaran terbaru Radio Benpas.....	4
Tabel 1. 2	Perubahan dalam program siaran	6
Tabel 3. 1	Informan Kunci.....	53
Tabel 3. 2	Informan Pendukung	55
Tabel 3. 3	Waktu Pengerjaan Penelitian	65
Tabel 4. 1	Data Informan Kunci	66
Tabel 4. 2	Data Informan Pendukung.....	67
Tabel 4. 3	Perubahan dalam program siaran	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Telepon Radio Benpas	3
Gambar 1. 2	Template media sosial sebelum melakukan <i>rebranding</i>	7
Gambar 1. 3	Template media sosial sebelum melakukan <i>rebranding</i>	8
Gambar 2. 1	Bagan Alur Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 3. 1	Teknik Analisis Data Kualitatif	64
Gambar 4. 1	Struktur Organisasi UPTD Radio Benpas.....	76
Gambar 4. 2	Informan Kunci 1	77
Gambar 4. 3	Informan Kunci 2.....	77
Gambar 4. 4	Informan Kunci 3.....	78
Gambar 4. 5	Informan Kunci 4.....	79
Gambar 4. 6	Informan Kunci 5.....	80
Gambar 4. 7	Informan pendukung 1	81
Gambar 4. 8	Informan pendukung 2.....	82
Gambar 4. 9	Informan pendukung 3.....	83
Gambar 4. 10	Informan pendukung 4.....	84
Gambar 4. 11	Informan pendukung 5.....	85
Gambar 4. 12	Jumlah penonton live streaming youtube Radio Benpas sebelum melakukan <i>rebranding</i>	89
Gambar 4. 13	Jumlah penonton live streaming youtube Radio Benpas sesudah melakukan <i>rebranding</i>	90
Gambar 4. 14	Template media sosial sebelum melakukan <i>rebranding</i>	94
Gambar 4. 15	Template media sosial sebelum melakukan <i>rebranding</i>	95
Gambar 4. 16	Contoh publikasian program siaran melalui media sosial.....	99
Gambar 4. 17	Pengikut media sosial Instagram Radio Benpas	102
Gambar 4. 18	Pengikut media sosial Facebook Radio Benpas.....	103
Gambar 4. 19	Subsciber Youtube Radio Benpas	103
Gambar 4. 20	Model Pemicu (<i>Triggering</i>).....	106
Gambar 4. 21	Model Analisa Dan Pengambilan Keputusan (<i>Analyzing &Decision Making</i>)	107

Gambar 4. 22 Model perencanaan (<i>planning</i>).....	109
Gambar 4. 23 Model Persiapan (<i>preparing</i>)	110
Gambar 4. 24 Model Peluncuran (<i>Launching</i>).....	111
Gambar 4. 25 Model Pengevaluasian(<i>Evaluating</i>).....	113
Gambar 4. 26 Model Melanjutkan (<i>Continuing</i>).....	115
Gambar 4. 27 Model keseluruhan.....	116

