DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN i
ABSTRAK ii
ABSTRACT iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR BAGAN xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN
1.1 . Latar Belakang 1
1.2 . Identifikasi Masalah 8
1.3 . Tujuan Penelitian 9
1.4 . Kegunaan Penelitian 10
1.5 . Kerangka Penelitian 10
1.6 . Pertanyaan Penelitian 14
1.7 . Metodologi Penelitian 15
1.7.1. Populasi dan Sampel 15
1.7.2. Metode Penelitian 17
1.7.3. Teknik Pengumpulan Data 17
1.7.4. Teknik Analisa Data 18
1.7.5. Lokasi dan Waktu Penelitian 18
1.7.5.1. Lokasi Penelitian 18
1.7.5.2. Waktu Penelitian 19
1.8 . Sistematika Penulisan 20

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1. Komunikasi Massa 22
2.1.1. Definisi Komunikasi 22
2.1.1.1. Unsur Komunikasi 23
2.1.2. Definisi Komunikasi Massa 26
2.1.2.1. Unsur-unsur Komunikasi Massa 27
2.1.2.2. Fungsi Komunikasi Massa 28
2.2. Radio 29
2.2.1. Definisi Media 29
2.2.2. Definisi Radio 29
2.2.2.1. Kelebihan dan Kekurangan Radio 30
2.3. Public Relations 32
2.3.1. Definisi Public Relations 32
2.3.2. Tujuan Public Relations 33
2.4. Iklan 33
2.4.1. Definisi Iklan 33
2.4.2. Unsur-unsur Iklan 35
2.4.3. Fungsi dan Tujuan Iklan 36
2.4.4. Jenis-jenis Iklan 37
2.5. Tanggapan 39
2.5.1. Perhatian 40
2.5.2. Persepsi 42
2.5.3. Recall (Pengingatan) 43
2.5.4. Aksi (Tindakan) 44