

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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 Tujuan Masalah	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Secara Teoritis	7
1.4.2 Secara Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.2 Tinjauan Komunikasi.....	11
2.1.3 Tinjauan Komunikasi Massa	17
2.1.4 Tinjauan Radio.....	19
2.1.5 Tinjauan Strategi Komunikasi	22
2.1.6 Radio Sebagai Media Komunikasi	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Informan Penelitian.....	33
3.2.1 Informan Kunci.....	33
3.2.2 Informan Pendukung.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1 Studi Pustaka	34
3.3.2 Studi Lapangan	35
3.4 Uji Keabsahan Data	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	43
3.6.1 Lokasi Penelitian	43
3.6.2 Waktu Penelitian.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Gambar Objek Penelitian	46

4.1.1.1	Sejarah Trend Digital Radio	46
4.1.1.2	Visi Misi dan Logo	48
4.1.1.3	Struktur Organisasi Trend Digital Radio Purwakarta.....	49
4.1.1.4	Tujuan Trend Digital Radio.....	50
4.1.1.6	Deskripsi Kegiatan Trend Digital Radio	50
4.1.1.6	Tugas Pokok dan Fungsi Bagian Marketing Development & Program Director & MD.....	52
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian.....	56
4.1.2.1	Informan Kunci	56
4.1.2.2	Informan Pendukung	59
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian	62
4.1.3.1	Tujuan Trend Digital Radio dalam Mengembangkan Brand “Radio Digital Terbaik Masa Kini”	62
4.1.3.2	Pesan yang Disampaikan Oleh Trend Digital Radio Purwakarta dalam Mengembangkan Brand “Radio Digital Terbaik Masa Kini” ..	67
4.1.3.3	Media yang Digunakan Oleh Trend Digital Radio Purwakarta dalam Mengembangkan Brand “Radio Digital Terbaik Masa Kini”	70
4.1.3.4	Hambatan yang Dihadapi Oleh Trend Digital Radio Purwakarta dalam Mengembangkan Brand “Radio Digital Masa Kini”	71
4.2	Pembahasan.....	74
4.2.1	Tujuan yang Dilakukan Oleh Trend Digital Radio Purwakarta dalam Mengembangkan Brand “Radio Digital Terbaik Masa Kini”	74
4.2.2	Pesan yang Disampaikan Oleh Trend Digital Radio Purwakarta dalam	

Mengembangkan Brand :Radio Digital Terbaik Masa Kini”	77
4.2.3 Media yang Digunakan Oleh Trend Digital Radio Purwakarta dalam Mengembangkan “Radio Digital Masa Kini”	81
4.2.4 Hambatan yang Dihadapi Oleh Trend Digital Radio Purwakarta dalam Mengembangkan “Radio Digital Terbaik Masa Kini”	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	94
DOKUMENTASI.....	184
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	189