

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| BAB I : PENDAHULUAN | 1 |
| A. Konteks Penelitian | 1 |
| B. Fokus Penelitian..... | 5 |
| C. Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| E. Definisi Konsep..... | 6 |
| F. Kerangka Pikir Penelitian | 11 |
| G. Metode Penelitian..... | 18 |
| H. Sistematika Pembahasan | 29 |
| BAB II : KAJIAN TEORETIS | 32 |
| A. Kajian Pustaka..... | 32 |
| 1. Kompetisi Radio..... | 32 |

| | | |
|----|---|----|
| a. | Kompetisi | 32 |
| 1) | Pengertian Kompetisi | 32 |
| 2) | Faktor-faktor yang Menimbulkan Kompetisi .. | 35 |
| 3) | Fungsi Kompetisi..... | 35 |
| 4) | Manfaat Kompetisi | 36 |
| 5) | Level Kompetisi | 37 |
| 6) | Strategi Kompetisi | 38 |
| b. | Radio | 41 |
| 1) | Definisi Radio..... | 41 |
| 2) | Faktor-Faktor yang Mendukung Radio | 41 |
| 3) | Keunggulan dan Kelemahan Radio | 43 |
| 4) | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Radio | 45 |
| c. | Kompetisi Radio..... | 48 |
| 2. | Simpaty Publik | 49 |
| a. | Simpaty | 49 |
| b. | Publik..... | 50 |
| c. | Simpaty Publik | 56 |
| 3. | Manajemen Komunikasi..... | 57 |
| 4. | Strategy Komunikasi | 60 |
| a. | Arti Strategy Komunikasi..... | 60 |
| b. | Fungsi Strategy Komunikasi | 61 |
| c. | Perumusan Strategy..... | 62 |

| | |
|---|-----------|
| B. Kajian Teoritik | 68 |
| 1. Teori Agenda Setting..... | 68 |
| 2. Teori Jarum Hipodermik Atau Teori Peluru | 73 |
| C. Kajian Relevan Yang Terdahulu..... | 76 |
| 1. Khalayak Pendengar dan Kompetisi Media | 76 |
| 2. Strategi Manajemen Publik Relation | 79 |
| 3. Strategi Promosi | 80 |
| | |
| BAB III : PENYAJIAN DATA | 85 |
| A. Deskripsi Obyek, Subyek dan Lokasi Penelitian..... | 85 |
| 1. Deskripsi Subyek Penelitian..... | 85 |
| 2. Deskripsi Obyek Penelitian..... | 86 |
| 3. Deskripsi Lokasi Penelitian..... | 87 |
| a. Radio GITA FM | 87 |
| 1) Gambaran Umum Radio GITA FM..... | 87 |
| 2) Maksud dan Tujuan Radio GITA FM..... | 88 |
| 3) Visi dan Misi Radio GITA FM..... | 90 |
| a) Visi GITA FM..... | 90 |
| b) Misi GITA FM | 91 |
| 4) Struktur Organisasi Radio GITA FM | 91 |
| 5) Deskripsi Perusahaan dan Kepemilikan Perusahaan | 92 |
| 6) Segmentasi Pendengar | 95 |

| | |
|---|-----|
| 7) Format Siaran..... | 96 |
| 8) Inovasi Program Siaran Gita FM..... | 97 |
| 9) Filosofi Logo Radio GITA FM..... | 98 |
| b. Radio KARTIKA FM..... | 99 |
| 1) Gambaran Umum Kartika FM..... | 99 |
| 2) Maksud dan Tujuan Radio Kartika FM..... | 100 |
| 3) Visi dan Misi Radio Kartika FM..... | 101 |
| a) Visi Kartika FM..... | 101 |
| b) Misi Kartika FM..... | 101 |
| 4) Struktur Organisasi Kartika FM..... | 101 |
| 5) Deskripsi Perusahaan..... | 103 |
| 6) Segmentasi Pendengar..... | 104 |
| 7) Gambaran Umum Rencana Kerja Lima Tahun Kedepan..... | 105 |
| B. Deskripsi Data Penelitian..... | 107 |
| 1. Langkah-langkah yang diambil dalam membangun manajemen komunikasi untuk menjadi market leader di radio Gita FM dan Kartika FM..... | 108 |
| 2. Upaya Strategi Komunikasi di Radio Gita FM dan Kartika FM Dalam Eksistensinya Untuk Meraih Simpati Publik..... | 122 |

| | | |
|---------------|--|-----|
| BAB IV | : ANALISIS DATA | 132 |
| | A. Temuan Penelitian | 132 |
| | B. Langkah-langkah yang diambil dalam membangun Manajemen komunikasi untuk menjadi market leader di radio Gita FM dan Kartika FM | 133 |
| | C. Upaya Strategi Komunikasi di Radio Gita FM dan Kartika FM Dalam Eksistensinya Untuk Meraih Simpati Publik | 136 |
| | D. Konfirmasi Temuan dengan Teori | 140 |
| BAB V | : PENUTUP | 145 |
| | A. Kesimpulan | 145 |
| | 1. Langkah-langkah yang diambil dalam manajemen komunikasi untuk menjadi market leader di radio Gita FM dan Kartika FM | 145 |
| | 2. Upaya Strategi Komunikasi di Radio Gita FM dan Kartika FM Dalam Eksistensinya Untuk Meraih Simpati Publik | 147 |
| | B. Rekomendasi | 148 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN