DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 3
C. Tujuan Penelitian 4
D. Manfaat penelitian 4
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 5
F. Definisi Konsep 6
G. Kerangka Pikir Penlelitian 10
H. Metode Penelitan 11
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 11
2. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian 12
3. Jenis dan Sumber Data 13
4. Tahap-Tahap Penelitian 15
5. Teknik Pengumpulan Data 17
6. Teknik Analisis Data 18
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Sistematika Pembahasan 21

BAB II : KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka 23

1. Strategi Komunikasi 23
2. Komunikaasi Pemasaran 25
3. Pengertian Radio 35
   a. Jenis Stasiun Radio 35
   b. Segmentasi Audien 38
4. Penyusunan Progam Penyiaran 40
   a. Perencanaan Progam 40
   b. Pengorganisasian 41
   c. Produksi dan Pembelian Progam 42
   d. Eksekusi Progam 43
   e. Pengawasan dan Evaluasi Progam 45
5. Pendengar atau Khalayak 46

B. Kajian Teori 47

1. Teori Marketing Mix 47
2. Teori Kategori Sosial 52

BAB III : PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek, dan Lokasi Penelitian 54

1. Deskripsi Lokasi Penelitian 54
   a. Sejarah Perkembangan Radio Ronggohadi 54
   b. Visi Dan Misi 56
   c. Logo Radio Ronggohadi 57
   d. Struktur Organisasi Radio Ronggohadi 58
   e. Segmentasi Pendengar Radio Ronggohadi 59
   f. Area Jangkauan Pemancar Radio Ronggohadi 65
   g. Komposisi Lagu 66
   h. Tarif Iklan 66
   i. Progam - progam acara 67
2. Deskripsi Subjek Peneltian 73

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Deskripsi Objek Penelitian 76
B. Deskripsi Data Penelitian 76
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Ronggohadi 77
2. Strategi Progam Radio Ronggohadi 84
BAB IV : ANALISA DATA
A. Temuan Penelitian 89
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Ronggohadi 89
2. Cara Penyusunan Progam Penyiaran Radio Ronggohadi 92
B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori 94
BAB V : PENUTUP
A. Kesimpulan 97
B. Rekomendasi 98
DAFTAR PUSTAKA
BIODATA PENULIS
LAMPIRAN-LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kajian Penelitian Terdahulu 5
Tabel 1.2. Daftar Informan 14
Tabel 3.1. Profil Perusahaan Radio Ronggohadi FM 56
Tabel 3.2 Tarif Iklan Radio Ronggohadi FM..... 66

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pikir Penelitian 10
Gambar 1.2 Teknik Analisis Data 18
Gambar 3.1. Logo Radio Ronggohadi FM 57
Gambar 3.2. Struktur Organisasi Radi Ronggohadi FM 58
Gambar 3.3.Penggolongan Pendengar dari Aspek Jenis Kelamin 59
Gambar 3.4. Penggolongan Pendengar dari Aspek Usia 60
Gambar 3.5. Penggolongan Pendengar dari Aspek Tingkat Pendidikan 61
Gambar 3.6. Penggolongan Pendengar Aspek Status Sosial Ekonomi 62
Gambar 3.7. Back Up SMS Pendengar Radio Ronggohadi FM 63
Gambar 3.8. Penggolongan Pendengar dari Aspek Pekerjaan 64
Gambar 3.9. Area Jangkauan Siaran Radio Ronggohadi FM 65

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id