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

DAFTAR BAGAN xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Fokus Penelitian 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Tinjauan Penelitian Terdahulu 6
F. Definisi Konsep 8
   1. Strategi *Public Relations* 8
   2. Kompetisi Media Massa 10
G. Kerangka Pikir Penelitian 12
H. Metode Penelitian 14
   1. Subyek, Obyek dan Lokasi penelitian 14
   2. Pendekatan dan Jenis Penelitian 14
   3. Jenis dan Sumber Data 15
   4. Tahapan Penelitian 16

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

5. Teknik Pengumpulan Data 18
6. Teknik Analisis Data 19
7. Teknik Keabsahan Data 20
I. Sistematika Pembahasan 21

BAB II : KAJIAN TEORITIS
A. Kajian Pustaka 23
1. Strategi *Public Relations* 23
a. Perencanaan *Public Relations* 37
b. Profesionalisme *Public Relations* 39
c. Public Relations dan Media Massa 41
2. Radio 43
a. Kualitas Siaran Radio 47
b. Radio Sebagai Media Periklanan 48
c. Konvergensi Media 49
3. Media Massa 52
a. Media Massa dan Masyarakat 56
b. Media Massa dan pemerintah 58
c. Efek Media Massa 61
B. Kajian Teori 64
1. Teori Determinisme Teknologi 64

BAB III : PAPARAN DATA PENELITIAN
A. Profil Data Radio Suara Muslim Surabaya dan Informan 69
1. Profil Radio Suara Muslim Surabaya 69
a. Visi dan Misi Radio Suara Muslim 70
b. *Potitioning Station* Radio Suara Muslim 71
c. Program Radio Suara Muslim 72
d. Segmentasi Radio Suara Muslim 77
e. Struktur Organisasi Radio Suara Muslim 79
f. Tarif Iklan Radio Suara Muslim 82

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

2. Profil Informan 84
B. Deskripsi Hasil Penelitian 85
1. Aplikasi Strategi *Public Relations* 86
Radio Suara Muslim
2. Kemasan Program, Perbaikan Kontens 88
dan Komponen Radio Suara Muslim
3. Kebutuhan Media dan Loyalitas Pengiklan 93
Radio Suara Muslim
4. Konvergensi Media, Kekuatan dan Peluang 95
serta Kelemahan dan Ancaman Radio Suara Muslim

BAB IV : INTERPRETASI HASIL PENELITIAN
A. Analisis Data 101
1. Membentuk Startegi Jangka Pendek 101
2. Memenuhi Kebutuhan Pasar 102
3. Mengemas Program Secara Kreatif 104
4. Memperbaiki Kontens dan Komponen Radio 106
5. Memperbanyak Pendapatan Iklan 108
6. Menyelenggarakan Event 109
7. Memanfaatkan Kekuatan dan Peluang 110
8. Mengevaluasi Kelemahan dan Ancaman 111
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 112

BAB IV : PENUTUP
A. Kesimpulan 128
B. Rekomendasi 129

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 3.1 Tarif Iklan Lokal 82

Tabel 3.2 Tarif Iklan Nasional 83

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

Diagram 3.1 Berdasarkan Jenis Kelamin 77

Diagram 3.2 Berdasarkan Domisili 78

Diagram 3.3 Berdasarkan Usia 78

Diagram 3.4 Berdasarkan Status Ekonomi Sosial 78

Diagram 3.5 Berdasarkan Pekerjaan 79

Diagram 3.6 Berdasarkan Tingkat Pendidikan 79

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 BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian 12

Bagan 2.1 Proses Manajemen Strategi 31

Bagan 2.2 Model Sederhana Proses Implementasi Strategi 34

Bagan 2.3 Konstruksi Konvergensi Laboratorium Media *MIT* 51

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