1. **DAFTAR ISI**

[BAB I 1](#_Toc95778490)

[PENDAHULUAN 1](#_Toc95778491)

[1.1. Latar Belakang Penelitian 1](#_Toc95778492)

[1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian 6](#_Toc95778493)

[1.2.1. Fokus Penelitian 6](#_Toc95778494)

[1.2.2. Pertanyaan Penelitian 7](#_Toc95778495)

[1.2.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 7](#_Toc95778496)

[1.2.3.1 Tujuan Penelitian 7](#_Toc95778497)

[1.2.3.2 Kegunaan Penelitian 8](#_Toc95778498)

[BAB II 9](#_Toc95778499)

[KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 9](#_Toc95778500)

[2.1. Kajian Literatur 9](#_Toc95778501)

[2.1.1. Review Penelitian Sejenis 9](#_Toc95778502)

[2.2. Kerangka Konseptual 14](#_Toc95778503)

[2.2.1. Sosialisasi 14](#_Toc95778504)

[2.2.1.1. Pengertian Sosialisasi 14](#_Toc95778505)

[2.2.1.2. Proses sosialisasi 14](#_Toc95778506)

[2.2.1.3. Tahapan dalam proses sosialisasi 15](#_Toc95778507)

[2.2.2.Public Relations 16](#_Toc95778508)

[2.2.2.1. Pengertian Public Relations 16](#_Toc95778509)

[2.2.2.2. Fungsi Public Relations 18](#_Toc95778510)

[2.2.2.3. Tujuan Public Relations 18](#_Toc95778511)

[2.2.2.4. Ruang Lingkup Public Relations 19](#_Toc95778512)

[2.2.3. Media Massa 20](#_Toc95778513)

[2.2.3.1 Pengertian Media Massa 20](#_Toc95778514)

[2.2.3.2. Fungsi Media Massa 20](#_Toc95778515)

[2.2.3.3. Macam-macam Media Massa 22](#_Toc95778516)

[2.2.4. Radio 22](#_Toc95778517)

[2.2.4.1. Pengertian Radio 22](#_Toc95778518)

[2.2.4.2. Oz Radio Bandung 23](#_Toc95778519)

[2.2.4.3. Visi dan Misi Oz Radio Bandung 24](#_Toc95778520)

[2.2.4.4. Struktur Organisasi 25](#_Toc95778521)

[2.2.4.5. Divisi 25](#_Toc95778521)

[2.2.4.6. Program Oz *On The Way* 25](#_Toc95778521)

[2.3. Kerangka Pemikiran 25](#_Toc95778522)

[2.4. Kerangka Teoritis 25](#_Toc95778522)

[BAB III 27](#_Toc95778523)

[SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN 27](#_Toc95778524)

[3.1. Subjek Penelitian 27](#_Toc95778525)

[3.2. Objek Penelitian 28](#_Toc95778526)

[3.3. Metodologi Penelitian 28](#_Toc95778527)

[3.3.1 Desain/Paradigma penelitian 29](#_Toc95778528)

[3.3.2. Prosedur Pengumpulan Data 30](#_Toc95778529)

[3.3.3. Rancangan Analisis Data 30](#_Toc95778530)

[3.3.4. Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Penelitian 30](#_Toc95778531)

[3.3.5. Membuka akses dan menjalin hubungan dengan subjek penelitian 31](#_Toc95778532)

[3.4. Lokasi dan Jadwal Penelitian 32](#_Toc95778533)

[3.4.1. Lokasi Penelitian 32](#_Toc95778534)

[3.4.2. Jadwal Penelitian 32](#_Toc95778535)

[**BAB IV** 40](#_Toc105089493)

[**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** 40](#_Toc105089494)

[4.1. Hasil Penelitian 40](#_Toc105089495)

[4.1.1. Data Informan/Profil 40](#_Toc105089496)

[4.1.2. Sosialisasi Oz Radio Bandung dalam memperoleh Kepercayaan pendengar melalui program “Oz *On The Way*” 41](#_Toc105089497)

[4.1.3. Nilai yang diambil oleh Oz Radio Bandung untuk mempertahankan sebuah program. 42](#_Toc105089498)

[4.1.4. Sikap yang dilakukan Oz Radio dalam mensosialisasikan program “Oz On The Way”………………………………………………………………………………......60](#_Toc105089499)

[4.1.5. Kebiasaan dalam kebudayaan yang ada di Oz Radio Bandung. 69](#_Toc105089500)

[4.2 Pembahasan Dan Hasil Penelitian 86](#_Toc105089501)

[4.2.1. Hasil Sosialisasi Oz Radio Bandung dalam memperoleh kepercayaan pendengar melalui program “Oz *On The Way*”. 87](#_Toc105089502)

[4.2.2. Hasil Nilai yang diambil oleh Oz Radio Bandung untuk mempertahankan sebuah program. 88](#_Toc105089503)

[4.2.3. Hasil Sikap yang dilakukan Oz Radio Bandung dalam mensosialisasikan program “Oz *On The Way*” 89](#_Toc105089504)

[4.2.4 Hasil Kebiasaan dalam Kebudayaan yang ada di Oz Radio Bandung 86](#_Toc105089501)

[4.2.5 Pembahasan Menurut Pandangan Teori Lain 86](#_Toc105089501)

[**BAB V** 91](#_Toc105089505)

[**KESIMPULAN DAN SARAN** 91](#_Toc105089506)

[5.1.Kesimpulan..…………………………………………………………………………………………………………..91](#_Toc105089508)

[5.2.Saran……....…………………………………………………………………………………………………………..91](#_Toc105089508)

[5.2.1 Saran Praktis 91](#_Toc105089507)

[5.2.2 Saran Teoritis 91](#_Toc105089507)

[DAFTAR PUSTAKA 33](#_Toc95778536)