# **DAFTAR ISI**

[ABSTRAK i](#_Toc113639178)

[*ABSTRACT* ii](#_Toc113639179)

[*RINGKESAN* iii](#_Toc113639180)

[KATA PENGANTAR iv](#_Toc113639181)

[DAFTAR ISI vi](#_Toc113639182)

[DAFTAR TABEL ix](#_Toc113639183)

[DAFTAR GAMBAR x](#_Toc113639184)

[BAB I PENDAHULUAN 1](#_Toc113639185)

[1. 1 Latar Belakang 1](#_Toc113639186)

[1. 2 Fokus Penelitian 11](#_Toc113639187)

[1. 3 Pertanyaan Penelitian 11](#_Toc113639188)

[1. 4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 12](#_Toc113639189)

[1.4.1 Tujuan Penelitian 12](#_Toc113639190)

[1.4.2 Kegunaan Penelitian 13](#_Toc113639191)

[1.4.2.1 Kegunaan Teoritis 13](#_Toc113639192)

[1.4.2.2 Kegunaan Praktis 14](#_Toc113639193)

[BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 15](#_Toc113639194)

[2.1 Kajian Literatur 15](#_Toc113639195)

[2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis 15](#_Toc113639196)

[2.1.2 Kajian Konseptual 18](#_Toc113639197)

[2.1.2.1 Komunikasi 19](#_Toc113639198)

[2.1.2.1.1 Definisi Komunikasi 19](#_Toc113639199)

[2.1.2.1.2 Tujuan Komunikasi 21](#_Toc113639200)

[2.1.2.1.3 Unsur-unsur Komunikasi 22](#_Toc113639201)

[2.1.2.1.4 Sifat Komunikasi 25](#_Toc113639202)

[2.1.2.2 Komunikasi Massa 25](#_Toc113639203)

[2.1.2.2.1 Definisi Komunikasi Massa 25](#_Toc113639204)

[2.1.2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa 27](#_Toc113639205)

[2.1.2.2.3 Karakteristik Komunikasi Massa 28](#_Toc113639206)

[2.1.2.3 Strategi Komunikasi 30](#_Toc113639207)

[2.1.2.3.1 Definisi Strategi Komunikasi 30](#_Toc113639208)

[2.1.2.3.2 Manfaat-manfaat Strategi 36](#_Toc113639209)

[2.1.2.3.3 Model-model Strategi 37](#_Toc113639210)

[2.1.2.3.4 Menetapkan Perumusan Strategi 38](#_Toc113639211)

[2.1.2.3.5 Fungsi Strategi Komunikasi 38](#_Toc113639212)

[2.1.2.3.6 Hambatan Strategi Komunikasi 39](#_Toc113639213)

[2.1.2.4 Media Massa 42](#_Toc113639214)

[2.1.2.4.1 Definisi Media Massa 42](#_Toc113639215)

[2.1.2.4.2 Fungsi Media Massa 43](#_Toc113639216)

[2.1.2.4.3 Jenis Media Massa 45](#_Toc113639217)

[2.1.2.5 Radio 46](#_Toc113639218)

[2.1.2.5.1 Definisi Radio 46](#_Toc113639219)

[2.1.2.5.2 Karakteristik Radio 48](#_Toc113639220)

[2.1.2.6 Program Siaran 52](#_Toc113639221)

[2.1.2.6.1 Definisi Program Siaran 52](#_Toc113639222)

[2.1.2.6.2 Fungsi Program Siaran 53](#_Toc113639223)

[2.1.2.6.3 Jenis-jenis Program Siaran 54](#_Toc113639224)

[2.1.2.6.4 Unsur-unsur Program Siaran 55](#_Toc113639225)

[2.1.2.7 Strategi Penyiaran Radio 56](#_Toc113639226)

[2.1.3 Kajian Teoritis 57](#_Toc113639227)

[2.1.3.1 Strategi Penyiaran Susan Tyler Eastman 57](#_Toc113639228)

[2.2 Kerangka Pemikiran 67](#_Toc113639229)

[BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN 71](#_Toc113639230)

[3.1 Subjek Penelitian 71](#_Toc113639231)

[3.2 Objek Penelitian 74](#_Toc113639232)

[3.2.1 Sejarah Radio Cakra 90,5 FM Bandung 74](#_Toc113639233)

[3.2.2 Visi dan Misi Radio Cakra 76](#_Toc113639234)

[3.2.2.1 Visi Radio Cakra 76](#_Toc113639235)

[3.2.2.2 Misi Radio Cakra 77](#_Toc113639236)

[3.2.3 Struktur Organisasi Radio Cakra 78](#_Toc113639237)

[3.2.3.1 Divisi 80](#_Toc113639238)

[3.3 Metodologi Penelitian 84](#_Toc113639239)

[3.3.1 Paradigma Penelitian 88](#_Toc113639240)

[3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data 89](#_Toc113639241)

[3.3.3 Rancangan Analisis Data 92](#_Toc113639242)

[3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian 94](#_Toc113639243)

[3.4 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian 95](#_Toc113639244)

[3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian 96](#_Toc113639245)

[3.5.1 Lokasi Penelitian 96](#_Toc113639246)

[3.5.2 Jadwal Penelitian 96](#_Toc113639247)

[BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 99](#_Toc113639248)

[4.1 Hasil Penelitian 99](#_Toc113639250)

[4.1.1 Data Informan/Profil 103](#_Toc113639251)

[4.1.2 Analisis Penelitian 109](#_Toc113639252)

[4.1.2.1 Kesesuaian *(Compatibility)* 110](#_Toc113639253)

[4.1.2.2 Pembentukan Kebiasaan *(Habit Formation)* 115](#_Toc113639254)

[4.1.2.3 Pengendalian Arus Pendengar *(Control Of Audience Flow)* 118](#_Toc113639255)

[4.1.2.4 Penyimpanan Sumber-sumber Program 122](#_Toc113639256)

[4.1.2.5 Daya Tarik Massa (*Mass Appeal*) 123](#_Toc113639257)

[4.2 Pembahasan 129](#_Toc113639258)

[4.2.1 Kesesuaian (*Compatibility*) 129](#_Toc113639259)

[4.2.2 Pembentukan Kebiasaan (*Habit* *Formation*) 132](#_Toc113639260)

[4.2.3 Pengendalian Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*) 134](#_Toc113639261)

[4.2.4 Penyimpanan Sumber-sumber Program (*Conservation Of Program Resources)* 136](#_Toc113639262)

[4.2.5 Daya Tarik Massa (*Mass Appeal*) 137](#_Toc113639263)

[BAB V PENUTUP 141](#_Toc113639264)

[5.1 Kesimpulan 141](#_Toc113639266)

[5.2 Saran 143](#_Toc113639267)

[DAFTAR PUSTAKA 144](#_Toc113639268)

[LAMPIRAN 146](#_Toc113639269)

[LAMPIRAN 1 147](#_Toc113639270)

[LAMPIRAN 2 148](#_Toc113639271)

[Pedoman Wawancara Informan Ahli 148](#_Toc113639272)

[Pedoman Wawancara Informan Akademisi 149](#_Toc113639273)

[Pedoman Wawancara Informan Pendukung 150](#_Toc113639274)

# DAFTAR TABEL

[Tabel 1.1 Jumlah Pendengar Radio Cakra di Kota Bandung 12](#_Toc114503712)

[Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu 19](#_Toc114503717)

[Tabel 3.1 Tabel Data Informan 75](#_Toc114503722)

[Tabel 3.2 Jadwal Penelitian 99](#_Toc114503723)

[Tabel 4.1 Informan Ahli 107](#_Toc114503726)

[Tabel 4.2 Informan Akademisi 108](#_Toc114503727)

[Tabel 4.3 Data Informan Pendukung 109](#_Toc114503728)

# DAFTAR GAMBAR

[Gambar 1.1 Logo Cakra 9](#_Toc114503794)

[Gambar 1.2 Segmentasi Pendengar Radio Cakra berlandaskan Usia 11](#_Toc114503795)

[Gambar 1.3 Segmentasi Pendengar Radio Cakra berlandaskan Jenis Kelamin 11](#_Toc114503796)

[Gambar 1.4 Segmentasi Pendengar Radio Cakra berlandaskan Pekerjaan 11](#_Toc114503797)

[Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran 72](#_Toc114503802)

[Gambar 3.1 Strategi Bisnis Ardan Grup 78](#_Toc114503811)

[Gambar 3.2 Struktur Organisasi Radio Cakra 81](#_Toc114503812)

[Gambar 3.3 Struktur Organisasi Program Hariring Dangding 86](#_Toc114503813)