

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | |
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| RIWAYAT HIDUP | |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR BAGAN | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3. Identifikasi Masalah..... | 7 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.5. Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| 1.5.1. Kegunaan Teoritis | 8 |
| 1.5.2. Kegunaan Praktis..... | 8 |
| 1.6. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Operasional | 8 |
| 1.6.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu | 8 |
| 1.6.2. Kerangka Teoretis | 10 |
| 1.6.2.1. Teori Pengharapan Nilai | 10 |
| 1.6.3 Kerangka Konseptual | 11 |
| 1.6.3.1. <i>Special Event</i> | 11 |
| 1.6.3.2. Citra Perusahaan | 13 |
| 1.6.4. Operasional Variabel..... | 14 |
| 1.7. Hipotesis Penelitian..... | 17 |

| | |
|--|----|
| 1.8. Langkah-langkah Penelitian..... | 18 |
| 1.8.1. Lokasi Penelitian..... | 18 |
| 1.8.2. Metode Penelitian..... | 18 |
| 1.8.3. Jenis Data dan Sumber Data | 19 |
| 1.8.3.1. Jenis Data..... | 19 |
| 1.8.3.2. Sumber Data | 20 |
| 1.8.4. Populasi dan Sampel | 20 |
| 1.9. Teknik Pengumpulan Data..... | 21 |
| 1.10. Validitas Data..... | 22 |
| 1.11. Uji Reliabilitas | 23 |
| 1.12. Teknik Analisis Data..... | 25 |
| 1.12.1. Uji Tendensi Sentral | 25 |
| 1.12.2. Korelasi Sederhana | 25 |
| 1.12.3. Analisis Regresi Sederhana | 27 |

BAB II TINJAUAN TEORETIS

| | |
|--|----|
| 2.1. Teori Pengharapan Nilai (<i>Value-Expectancy Theory</i>)..... | 30 |
| 2.1.1. Sejarah Teori Pengharapan Nilai | 30 |
| 2.1.2. Pengertian Teori Pengharapan Nilai..... | 31 |
| 2.1.3. Konsep Utama Teori Pengharapan Nilai | 32 |
| 2.1.4. Penerapan Teori Pengharapan Nilai | 33 |
| 2.2. Citra..... | 34 |
| 2.2.1. Pengertian Citra..... | 34 |
| 2.2.1.1. Macam-Macam Citra..... | 35 |
| 2.2.2. Pengertian Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>) | 36 |
| 2.2.2.1. Arti Penting Citra Perusahaan | 39 |
| 2.2.2.2. Proses Pembentukan Citra | 39 |
| 2.2.2.3. Komponen Citra Perusahaan | 43 |
| 2.2.2.4. Keuntungan Terciptanya Citra Positif | 43 |
| 2.2.2.5. Hadist Nabi Muhammad SAW Mengenai Etika Komunikasi..... | 44 |

| | |
|---|----|
| 2.3. <i>Special Event</i> | 46 |
| 2.3.1. Pengertian <i>Special Event</i> | 46 |
| 2.3.1.1. Tujuan <i>Special Event</i> | 49 |
| 2.3.1.2. Fungsi <i>Special Event</i> | 51 |
| 2.3.1.3. Prinsip-Prinsip Penyelenggaraan <i>Event</i> | 52 |
| 2.4. Model Sirkuler..... | 53 |
| 2.5. Teori <i>Behaviorisme</i> | 54 |

BAB III ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|-----|
| 3.1. Profil Perusahaan..... | 56 |
| 3.1.1. Sejarah Singkat Global Radio Bandung..... | 56 |
| 3.1.2. Visi, Misi dan Global Radio Bandung | 58 |
| 3.1.2.1. Visi Global Radio Bandung..... | 58 |
| 3.1.2.2. Misi Global Radio Bandung | 58 |
| 3.1.3. Logo Global Radio Bandung..... | 59 |
| 3.1.4. Standar Operasional Siaran Global Radio Bandung.... | 59 |
| 3.1.5. Program-program acara Global Radio Bandung | 60 |
| 3.2. Deskripsi Penelitian..... | 67 |
| 3.2.1. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian..... | 68 |
| 3.2.2. Deskripsi Variabel Kafe Sore..... | 68 |
| 3.2.2.1. Analisis Item Soal Variabel X | 70 |
| 3.2.3. Deskripsi Variabel Citra..... | 80 |
| 3.2.3.1. Analisis Item Soal Variabel Y | 83 |
| 3.2.4. Uji Persyaratan Analisis..... | 92 |
| 3.2.5. Deskriptif Data | 96 |
| 3.2.6. Analisis Data | 97 |
| 3.3. Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis | 99 |
| 3.4. Pembahasan | 101 |
| 3.4.1. Program Kafe Sore Global Radio Bandung | 102 |
| 3.4.2. Citra Global Radio Bandung | 105 |

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------|-----|
| 4.1. Kesimpulan..... | 109 |
| 4.2. Saran..... | 110 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

