

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar	v
Riwayat Hidup	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
BAB IPENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	5
1.4.2 Kegunaan Preaktis	6
1.5 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	6
1.6 Kajian Teoritis.....	16
1.7 Kerangka Konseptual	19
1.7.1 Radio.....	19
1.7.2 Strategi Produksi Iklan Radio.....	20

1.7.3	Kampanye Pilkada Kabupaten Bandung	22
1.8	Langkah – Langkah Penelitian.....	23
1.8.1	Lokasi Penelitian	23
1.8.2	Paradigma dan Pendekatan.....	25
1.8.3	Metode Penelitian.....	26
1.8.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	27
1.9	Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.9.1	Teknik Observasi.....	28
1.9.2	Teknik Interview dan Wawancara.....	29
1.9.3	Teknik Analisis Data.....	29
1.10	Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	29
1.11	Teknik Analisa Data.....	30
1.12	Jadwal Penelitian.....	30
BAB II	KAJIAN PUSTAKA	32
2.1	Fungsi dan Karakteristik Radio.....	32
2.1.1	Sekilas Sejarah Radio Siaran.....	32
2.1.2	Peran dan Fungsi Radio Siaran.....	34
2.1.3	Kategori Radio Siaran	35
2.1.4	Karakteristik Radio Siaran.....	38
2.2	Siaran Iklan di Radio Swasta	41
2.2.1	Pengertian dan Fungsi Iklan.....	41
2.2.2	Karakteristik Iklan di Radio Swasta	44

2.2.3	Kriteria Iklan di Radio Swasta	46
2.2.4	Sasaran Iklan di Radio Swasta	48
2.3	Iklan (<i>jingle</i>) di Radio Swasta.....	49
2.3.1	Ruang Lingkup Iklan (<i>Jingle</i>) di Radio Swasta.....	50
2.3.2	Fungsi Iklan (<i>Jingle</i>) di Radio	51
2.3.3	Karakteristik Iklan (<i>Jingle</i>) di Radio	55
2.3.4	Efektivitas Iklan (<i>Jingle</i>) di Radio	56
2.4	Teori Penggunaan dan Kepuasan (<i>Uses and Gratifications</i>)	58
2.4.1	Pengertian Teori Penggunaan dan Kepuasan (<i>Uses and Gratifications</i>) ..	59
2.4.2	Sejarah Teori Penggunaan dan Kepuasan (<i>Uses and Gratifications</i>).....	60
2.4.3	Penggunaan Teori Penggunaan dan Kepuasan (<i>Uses and Gratifications</i>)	61
2.4.4	Strategi Radio Maya Dalam Teori <i>Uses and Gratifications</i>	63
BAB III PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		66
3.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	66
3.1.1	Sejarah Radio Maya.....	66
3.1.2	Jadwal Penyiar, Visi dan Misi Radio Maya	71
3.1.3	Marketing Periklana Radio Maya.....	74
3.2	Profil Informan.....	77
3.3	Hasil Penelitian	78
3.3.1	Analisis Masyarakat Pada Radio <i>Jingle</i> Kampanye Pilkada Kabupaten Bandung 2020.....	79
3.3.2	Proses Produksi <i>Jingle</i> Kampanye Pilkada Kabupaten Bandung 2020.....	86

3.3.3 Respon Masyarakat Pada Jingle Kampanye Kabupanten Bandung 2020	90
3.4 Pembahasan Hasil Penelitian	92
3.4.1 Analisis Masyarakat Pada Radio Jingle Kampanye Pilkada Kabupaten Bandung 2020	92
3.4.2 Proses Produksi <i>Jingle</i> Kampanye Pilkada Kabupaten Bandung 2020	94
BAB IV KESIPULAN DAN SARAN	98
4.1 Kesimpulan	98
4.2 Saran	99
Daftar Pustaka	100
Lampiran	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2 Jadwal Penelitian	31
Tabel 3 Format Stasiun Radio	37
Tabel 4 Tipe Kebutuhan Masyarakat Pada Media	64
Tabel 5 Struktur Radio Maya	71
Tabel 6 Profil Radio Maya	72
Tabel 7 Profil Informan	77
Tabel 8 Jumlah Fasilitasi Iklan Kampanye	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Radio	70
Gambar 2 Jadwal Program Radio	71
Gambar 3 Profil Radio	74
Gambar 4 Radius Jangkauan Radio	75
Gambar 5 Tarif Iklan	75
Gambar 6 Durasi Iklan.....	76

