

Daftar Isi

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN.....	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
Riwayat Hidup.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Landasan Penelitian	6
1. Landasan Teori	6
2. Kerangka Konseptual.....	8
F. Langkah-Langkah Penelitian	15
1. Lokasi Penelitian.....	15
2. Paradigma dan Pendekatan.....	15
3. Metode Penelitian	17
4. Jenis Data	17
5. Penentuan Informan.....	19
6. Teknik Pengumpulan Data	20
7. Teknik Analisis Data	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
A. Radio sebagai Media Massa.....	25
1. Pengertian Radio dan Perkembangan Radio.....	25

2. Pengertian Siaran dan Konten Lokal	28
B. Strategi Penyiaran	33
1. Konsep <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	33
C. Penelitian yang Relevan	37
D. Status dan Posisi Penelitian	50
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Lokasi Penelitian	52
1. Sejarah Singkat RRI Bandung	52
2. Visi, Misi, Logo Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung	56
3. Struktur Organisasi RRI Bandung	63
4. Profil Informan	67
5. Program <i>Sampurasun Pasundan</i>	69
B. Hasil Penelitian	70
1. Redaksi RRI Bandung Menentukan <i>Segmenting</i> (Segmentasi) Program <i>Sampurasun Pasundan</i>	71
2. Redaksi RRI Bandung Menentukan <i>Targeting</i> (Target) Program <i>Sampurasun Pasundan</i>	74
3. Redaksi RRI Bandung Menentukan <i>Positioning</i> (Posisi) Program <i>Sampurasun Pasundan</i>	77
C. Pembahasan	82
BAB IV PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	97