

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Riwayat Hidup	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	8
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis	8
1.3.2.2 Kegunaan Praktis	8
1.4 Kerangka Pemikiran	8
1.4.1 Radio	8
1.4.2 Strategi Penyajian Radio	11
1.4.3 Teori Uses and Gratifications	12
1.5 Langkah Operasional	16
1.5.1 Jenis Penelitian	16
1.5.2 Objek Penelitian	17

1.5.3 Lokasi Penelitian	17
1.5.4 Sumber Data	17
1.5.5 Teknik Pengumpulan Data	17
1.5.5.1 Teknik Observasi	17
1.5.5.2 Teknik Interview atau Wawancara	18
1.5.5.3 Teknik Analisis Data	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Komunikasi Secara Umum	20
2.1.1 Komunikasi Massa	22
2.2 Jurnalistik	24
2.2.1 Pengertian Jurnalistik	24
2.3 Jurnalistik Radio	26
2.3.1 Karakteristik Radio	29
2.4 Berita	35
2.4.1 Definisi Berita	35
2.4.2 Nilai Berita (<i>News Value</i>)	36
2.4.3 Radio	42
2.4.3.1 Perkembangan Radio di Indonesia	42
2.4.3.1 Berita Radio	43
2.5 Pers	45
2.5.1 Definisi Pers	45
2.5.2 Fungsi Pers	46
2.6 Teori Penggunaan dan Kepuasan (<i>Uses and Gratifications</i>)	49

2.6.1 Sejarah Teori	49
2.6.2 Asumsi Teori Uses and Gratifications	52
2.6.3 Modifikasi Model Uses and Gratifications Aplikasi Jepang	57
BAB III OBJEK DAN HASIL PENELITIAN	59
3.1 Profil Urban Radio Bandung	59
3.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Urban Radio Bandung	59
3.1.2 Susunan Pengurus Urban Radio Bandung	60
3.1.3 Jangkauan Urban Radio	60
3.1.4 Demografi Pendengar	61
3.1.5 Target Pendengar	62
3.1.6 Program Siaran Urban Radio	62
3.1.7 Penyiar Urban Radio	62
3.2 Hasil Penelitian	63
3.2.1 Isi Berita dan Penyajian Berita Program “Bandung Heula Euy”	65
3.2.2 Strategi Urban Radio dalam Mengakomodasi Selera Pendengar	73
BAB IV PENUTUP	81
4.1 Kesimpulan	81
4.2 Saran	82
4.3 Penutup	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	