

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
<b>1.5 Hasil Penelitian Relevan .....</b>	<b>6</b>
<b>1.6 Landasan Pemikiran.....</b>	<b>11</b>
<b>1.7 Langkah-langkah Penelitian .....</b>	<b>12</b>
1.7.1 Lokasi Penelitian .....	12
1.7.2 Paradigma Dan Pendekatan.....	13
1.7.3 Metode Penelitian.....	13
1.7.4 Jenis dan Sumber Data .....	14
1.7.4.1 Jenis Data.....	14
1.7.4.2 Sumber Data.....	15
a. Sumber Data Primer .....	15
b. Sumber Data Sekunder.....	15
1.7.5 Teknik Pemilihan Informan .....	15
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data .....	16
1.7.6.1 Observasi.....	16
1.7.6.2 Wawancara.....	16
1.7.7 Teknik Keabsahan Data .....	17
1.7.8 Teknik Analisis Data .....	17
1.7.8.1 Pengumpulan Data .....	18
1.7.8.2 Reduksi Data .....	18
1.7.8.3 Penyajian Data .....	18
1.7.8.4 Kesimpulan dan Verifikasi.....	18
<b>BAB II .....</b>	<b>20</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>20</b>

2.1 Kajian Konseptual.....	20
2.1.1. Strategi Sebagai Sebuah Pemahaman Dasar .....	20
2.1.2 Konsep Manajemen Komunikasi.....	23
2.1.2.1 Definisi Manajemen Komunikasi .....	23
2.1.2.2 Langkah-Langkah Manajemen Komunikasi .....	24
2.1.2.3 Manajemen Strategi Program Siaran Radio .....	26
2.2 Penyiaran .....	28
2.2.1 Pengertian Penyiaran .....	28
2.3 Jenis-jenis Lembaga Penyiaran.....	30
2.3.1 Lembaga Penyiaran Publik .....	30
2.3.2 Lembaga Penyiaran Swasta .....	30
2.3.3 Lembaga Penyiaran Komunitas .....	30
2.3.4 Lembaga Penyiaran Langganan .....	31
2.4 Regulasi Penyiaran .....	31
2.4.1 Era orde lama .....	31
2.4.2 Era orde baru.....	32
2.5 Radio .....	35
2.5.1 Pengertian Radio .....	35
2.5.2 Sejarah Radio .....	36
2.5.3 Karakteristik Radio.....	39
2.6 Kelebihan dan Kekurangan Radio .....	43
2.7 Program Siaran .....	45
2.8 Elemen-Elemen Keberhasilan Radio .....	51
<b>BAB III .....</b>	<b>59</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
3.1.1 Sejarah Singkat OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	59
3.1.2 Visi dan Misi OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	61
3.1.3 Profil OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	63
3.1.4 Data Umum OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	64
3.1.5 Struktur Organisasi OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	65
3.1.6 Program Acara OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	66
3.2 Gambaran Program “Terbang Pagi” OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	70
3.2.1 Profil Program “Terbang Pagi” .....	70
3.2.2 Logo OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	73
3.2.3 Filosofi logo OZ Radio Bandung .....	73
3.2.4 Profil Informan .....	73
3.3 Hasil Penelitian.....	74
3.3.1 Strategi Perencanaan OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	74
3.3.2 Strategi Pelaksanaan OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	86

3.3.3 Strategi Evaluasi OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	98
3.4 Pembahasan .....	102
3.4.1 Strategi Perencanaan OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	102
3.4.2 Strategi Pelaksanaan OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	106
3.4.3 Strategi Evaluasi OZ Radio 103.1 FM Bandung .....	111
<b>BAB IV .....</b>	<b>113</b>
KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
4.1 Kesimpulan.....	113
4.2 Saran.....	116
4.2.1 Saran Teoritis .....	116
4.2.2 Saran Praktis .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>121</b>

