

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2 Komunikasi Pemasaran	11
2.2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran	14
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	16
2.4 Analisis SWOT	21
2.5 Segmentasi, Targeting, Positioning.....	24
2.6 Radio Sebagai Media Massa	26
2.6.1 Keunggulan Radio dan Kelamahan Radio	30
2.6.2 Karakteristik Radio.....	33
2.6.3 Kualitas Siaran	36
2.6.4 Strategi Promosi Program	37
2.6.5 Pendengar atau Khalayak.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44

3.3	Subjek Penelitian.....	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1	Data Primer.....	46
3.4.2	Data Sekunder.....	47
3.5	Teknik Analisis Data.....	48
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1	Sejarah Radio Trax Fm	52
4.1.2	Data Perusahaan	53
4.1.3	Logo Perusahaan	53
4.1.4	Visi dan Misi Trax Fm	54
4.1.5	Struktur Organisasi	54
4.1.6	Program Trax Fm Jakarta.....	54
4.1.7	Divisi Marketig Communication	56
4.2	Hasil Penelitian	56
4.2.1	Peran Marketing Communication Trax FM	57
4.2.2	Tugas Marketing Communication Trax FM.....	58
4.2.3	Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	59
4.2.4	Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	66
4.2.5	Pengawasan dan Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran	75
4.3	Pembahasan.....	77
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran.....	83
5.2.1	Akademis	83
5.2.2	Praktis.....	83
	DAFTAR PUSTAKA	84
	LAMPIRAN.....	86