

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	9
1.3. Identifikasi Masalah	10
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.4.1. Maksud Penelitian	12
1.4.2. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	13
1.5.1. Manfaat Akademis	13
1.5.2. Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	15
2.1. Kajian Pustaka	15
2.2. Kajian Teori	21
2.2.1. Komunikasi Massa	21
2.2.1.1. Fungsi Komunikasi Massa	23
2.2.1.2. Karakteristik Komunikasi Massa	25
2.2.2. Media Massa	26
2.2.2.1. Fungsi Media Massa	27
2.2.2.2. Jenis-jenis Media Massa	28
2.2.3. Radio	28
2.2.3.1. Sejarah Perkembangan Radio	29
2.2.3.2. Karakteristik Radio	33
2.2.3.3. Kekuatan Radio	33
2.2.3.4. Kelemahan Radio	36
2.2.4. Mediamorfosis dan Tantangan Industri Media	38
2.2.4.1. Teknologi dan Peradaban	38
2.2.4.2. Tantangan Industri Media	41
2.2.4.3. Mediamorfosis Industri Media	43

2.2.5. Strategi Konvergensi Media	47
2.2.5.1. Strategi	47
2.2.5.2. Konvergensi Media	52
2.2.5.2.1. Sejarah Konvergensi Media	53
2.2.5.2.2. Paradigma Konvergensi	57
2.2.5.2.3. Dimensi Konvergensi	61
2.2.5.2.4. Konvergensi Kontinum	66
2.2.5.2.5. Konvergensi Jurnalistik	68
2.2.5.3. Implementasi Konvergensi	70
2.3. Kerangka Pemikiran	78
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	80
3.1. Objek Penelitian	80
3.2. Paradigma Penelitian	81
3.3. Metode Penelitian	83
3.4. Key Informan	84
3.5. Jenis dan Sumber Data	85
3.6. Teknik Pengumpulan Data	86
3.7. Teknik Analisis Data	88
3.8. Teknik Analisis Keabsahan Data	90
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	92
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	92
4.1.1. Tentang Radio Elshinta	92
4.1.2. Sejarah dan Perkembangan Radio Elshinta	94
4.1.3. Profil Radio Elshinta	97
4.1.4. Struktur dan Tujuan Organisasi	101
4.2. Hasil Penelitian	102
4.2.1. Profil Narasumber	102
4.2.2. Radio Berita Sebagai Karakter Elshinta	105
4.2.2.1. Lima Pilar Kekuatan Radio Elshinta	106
4.2.2.1.1. Brand	107
4.2.2.1.2. Luas Jangkauan Siaran	108
4.2.2.1.3. Aktual dan Faktualitas Informasi	109
4.2.2.1.4. Progam Siaran	110
4.2.2.1.5. Kekuatan Penyiar	112
4.2.2.2. Hubungan Radio Elshinta dan Audiens	113
4.2.3. Transformasi Media Elshinta	118
4.2.4. Konvergensi Radio Elshinta	134
4.2.4.1. Menyadari Adanya Perubahan	135
4.2.4.2. Strategi Konvergensi	138
4.2.4.2.1. Tahapan Konvergensi Kontinum di Elshinta ...	143
4.2.4.2.2. Model Konvergensi Jurnalistik di Elshinta	147
4.2.5. Implementasi Konvergensi di Radio Elshinta	148
4.2.5.1. Proses Implementasi Konvergensi Radio Elshinta	149
4.2.5.1.1. Pendukung Implementasi Konvergensi	151

4.2.5.1.2. Hambatan Implementasi Konvergensi	152
4.2.5.1.3. Tantangan Implementasi Konvergensi	154
4.2.5.2. Pencapaian Implementasi Konvergensi di Radio Elshinta ..	155
4.2.5.2.1. Divisi Media Sosial	156
4.2.5.2.2. Pola Kerjasama	158
4.2.5.2.2.1. Kerjasama Internal	159
4.2.5.2.2.2. Kerjasama Eksternal	161
4.2.6. Implikasi Konvergensi Terhadap Audiens	163
4.3. Pembahasan	167
4.3.1. Strategi Konvergensi Media di Radio Elshinta	167
4.3.2. Implementasi Strategi Konvergensi Media di Radio Elshinta	174
BAB V PENUTUP	178
5.1. Kesimpulan	178
5.2. Implikasi Penelitian	181
5.2.1. Implikasi Akademis	181
5.2.2. Implikasi Praktis	182
5.3. Rekomendasi	182
5.3.1. Rekomendasi Akademis	182
5.3.2. Rekomendasi Praktis	183
DAFTAR PUSTAKA	184
LAMPIRAN	188
WAWANCARA 1	188
WAWANCARA 2	196
WAWANCARA 3	201
WAWANCARA 4	204