

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pokok Permasalahan	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Signifikansi Penelitian	8
1.4.1. Signifikansi Akademis	8
1.4.2. Signifikansi Praktis	8

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Komunikasi Sebagai Salah Satu Kegiatan Pemasaran	9
2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	10
2.3. Pemasaran Radio.....	11
2.4. Alat-alat Komunikasi Pemasaran.....	15
2.4.1. Promotion Mix.....	16
2.4.2. Dasar Penentuan Analisis SWOT.....	22
2.5. STP	25
2.5.1. Segmentasi Audien.....	25
2.5.2. Target Audien	29
2.5.3. Positioning Media	32
2.6. Ruang Iklan Radio	33
2.7. Sumber Pendapatan Radio Siaran	38

BAB III

METODOLOGI

3.1. Sifat Penelitian	40
3.2. Metode Penelitian	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1. Data Primer	42
3.3.2. Data Sekunder	42
3.4. Teknik Penentuan Nara Sumber	42
3.5. Definisi Konsep	43

3.6.	Fokus Penelitian	44
------	------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum PT.Radio Bergaya Nyanyian Irama Sejati	45
4.1.1.	Tujuan dan Struktur Organisasi	48
4.1.2.	Sarana dan Fasilitas Bens Radio	50
4.1.3.	Program-program yang disiarkan	50
4.2.	Hasil Penelitian	52
4.2.1.	Analisis Situasi	53
4.2.2.	Segmentasi, Targeting dan Positioning	57
4.2.3.	Strategi Komunikasi Pemasaran	58
4.2.4.	Srategi Pemasaran Iklan Bens Radio	63
4.3.	Pembahasan	67

BAB V PENUTUP

5.1.	Kesimpulan	71
5.2.	Saran	72

