

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2. Manfaat Penelitian .....	11
1.2. Kerangka Teori dan Pemikiran .....	11
1.2.1. Teori Determinisme Teknologi .....	11

1.2.2. Media Use .....	14
1.2.3. Iklan Layanan Masyarakat .....	19
1.2.4. Radio .....	21
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>24</b>
2.1. Media Radio .....	24
2.2. Kekuatan dan Kelemahan Radio .....	25
2.2.1. Kekuatan Radio .....	25
2.2.2. Kelemahan Radio .....	27
2.3. Perkembangan dan Perubahan Radio .....	29
2.4. Iklan dan Periklanan .....	33
2.5. Iklan Layanan Masyarakat .....	34
2.6. Penelitian Terdahulu .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1. Metode Penelitian .....	39
3.2. Jenis Penelitian .....	40
3.3. Lokasi Penelitian .....	41
3.4. Objek Penelitian .....	41
3.5. Sumber Data .....	41
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	42
a. Observasi .....	42
b. Wawancara Mendalam .....	42
c. Dokumentasi .....	44

3.7. Teknik Analisi Data .....	44
3.8. Teknik Keabsahan Data .....	45
BAB IV PEMBAHASAN .....	48
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	48
4.1.1. Sejarah Berdirinya LPP RRI Yogyakarta .....	48
4.1.2. Visi dan Misi LPP RRI Yogyakarta .....	49
4.1.3. Makna Logo LPP RRI Yogyakarta .....	51
4.1.4. Struktur Organisasi LPP RRI Yogyakarta .....	53
4.1.5. Latar Belakang Penyiaran di LPP RRI Yogyakarta .....	53
4.2. Klien dan Media .....	55
4.3. Produksi Iklan Layanan Masyarakat di LPP RRI Yogyakarta .....	79
4.4. Aktivitas Periklanan di LPP RRI Yogyakarta .....	87
4.4.1. The Fall of Advertising and the Rise of Public Relations .....	87
4.4.2. Porsi Iklan di Lembaga Penyiaran Publik RRI Yogyakarta ...	90
4.5. Perubahan dan Posisi Media Radio .....	91
4.5.1. Munculnya Media Baru .....	91
4.5.2. Urgensi Iklan Layanan Masyarakat di Media Radio .....	93
4.5.3. Upaya Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Iklan Layanan Masyarakat di Radio .....	94
BAB V PENUTUP .....	98
5.1. Kesimpulan .....	98
5.2. Saran .....	99
5.2.1. Bagi LPP RRI Yogyakarta .....	99

5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	100
--	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN