

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.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
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
1.3.1 Manfaat Penelitian	10
1.4 Kerangka Pemikiran dan Teori.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Komunikasi Pemasaran	16
2.2 Radio	17
2.3 <i>Event Organizer</i> (EO).....	24
2.3.1 <i>Insight The Event Organizer</i>	25
2.3.2 Posisi-posisi di <i>Event Organizer</i>	26

2.4 Klien/Konsumen.....	31
2.5 Iklan.....	32
2.5.1 Jenis-jenis Iklan	35
2.5.2 Tujuan dan Manfaat Iklan.....	38
2.6 Penelitian Terdahulu.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Objek Penelitian	43
3.3 Sumber Data	43
3.3.1 Narasumber atau Informan	43
3.3.2 Peristiwa atau Aktifitas.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Wawancara Mendalam	44
3.4.2 Observasi	44
3.4.3 Dokumentasi	45
3.5 Teknik Analisis Data	45
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Gambaran Umum Radio Geronimo Fm	48
4.1.1.1 Sejarah Radio Geronimo Fm	48
4.1.2 Arti Logo, Visi dan Misi.....	54
4.1.3 Struktur Organisasi	55
4.1.3.1 Tugas Pokok dan Jabatan.....	55
4.1.4 Identitas Radio Geronimo Fm	56
4.1.4.1 Data Umum Perusahaan.....	56
4.1.4.2 Profil Pendengar.....	56

4.1.4.3 Program Acara	57
4.1.4.4 Daftar Klien Radio Geronimo Fm.....	57
4.1.5 Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Geronimo Fm.....	58
4.1.5.1 Pelaksanaan sebuah <i>Event Organizer</i> oleh radio Geronimo Fm	59
4.1.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Pemasaran Radio Geronimo Fm Melalui <i>Event Organizer</i> Untuk Mendapatkan Klien Dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan	67
4.1.5.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Geronimo Fm Melalui <i>Event Organizer</i>	73
4.1.5.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Geronimo Fm Untuk Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan.....	78
4.2 Pembahasan	88
4.2.1 Analisis Komunikasi Pemasaran Radio Geronimo Fm Melalui <i>Event Organizer</i> Untuk Mendapatkan Klien Dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan.....	88
BAB V PENUTUP	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN