

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Kerangka Teori	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Radio	18
2.1.1 Pengertian Radio	18
2.1.2 Sejarah Perkembangan Radio dari Masa ke Masa	19
2.1.3 Sejarah Perkembangan Radio di Indonesia.....	22
2.1.4 Karakteristik Radio	25
2.1.5 Kelebihan dan Kekurangan Radio	27
2.2 Personal Branding	28
2.3 Media Baru	32
2.4 Penelitian Terdahulu	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian	46

3.2	Subjek Penelitian	47
3.3	Objek Penelitian	48
3.4	Lokasi Penelitian	48
3.5	Sumber Data	48
3.6	Teknik Pengumpulan Data	50
3.7	Analisis Data	51
3.8	Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Tentang Swaragama FM.....	55
4.1.1	Sejarah Singkat Swaragama FM	55
4.1.2	Struktur Perusahaan	58
4.1.3	Target Pendengar.....	58
4.1.4	Data Umum	59
4.1.5	Penyiar Swaragama FM	60
4.1.6	Program Siaran Swaragama FM	60
4.1.7	Logo Perusahaan	64
4.2	Hasil Penelitian.....	65
4.2.1	Personal Branding Penyiar Radio Swaragama FM Kani Raras	65
4.2.2	Personal Branding Penyiar Radio Swaragama FM Nicky Shaquilla 73	
4.2.3	Personal Branding Penyiar Radio Swaragama FM Pandu Dunia ...	81
4.2.4	Respon Pendengar Sekaligus Followers Tiktok Penyiar Swaragama FM	90
4.2.5	Dampak Eksistensi Penyiar Radio Swaragama FM di Media Sosial 98	
4.3	Pembahasan	105
BAB V PENUTUP.....		123
5.1	Kesimpulan.....	123
5.2	Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA		126
LAMPIRAN.....		131