

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Program *Nightmare Side* terhadap *Brand Image* Radio Ardan 105.9 FM Bandung”**.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak dukungan, perhatian, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang tiada terhingga kepada:

1. Rektor Telkom University, Bapak Prof. Ir. Mochamad Ashari M. Eng., Ph.
2. Dekan Telkom *Economic & Business School*, Bapak DR. Husni Amani, MM., MSc.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Telkom University, Ibu Sisca Noviaristanti, S.Si., MT.
4. Dosen wali peneliti, Pak Refi Rifaldi Windya Giri, ST., MBA yang telah sabar membimbing perwalian akademik peneliti selama masa perkuliahan.
5. Ibu Reni Nuraeni, S, Sos. M. Si.. selaku dosen pembimbing 1 terima kasih atas segalanya yang Ibu berikan termasuk ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung dan mengarahkan penulis.

6. Ibu Maylanny Christin, S.S. M.Si. selaku dosen pembimbing 2 terima kasih atas segalanya yang Ibu berikan termasuk ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung dan mengarahkan penulis.
7. Seluruh dosen Institut Manajemen Telkom dan civitas akademik program S1 Institut Manajemen Telkom yang telah berjasa kepada penulis. Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan.
8. Orang tua tercinta, Amirudin Ibrahim dan Sri Haryani yang tidak pernah berhenti mendoakan dan mendukung penulis dan senantiasa memberikan inspirasi untuk menjadi pribadi yang pantang menyerah dan berjiwa optimis dalam segala hal hingga terselesaikan skripsi ini.
9. Eshar Hidayatra A. dan Eshafa Muttaqina M selaku kakak dan adik tersayang yang selalu menghibur dan memberikan semangat yang sangat berarti bagi penulis.
10. Ridsha Delia Utfany, Audrey Amelinda, Tino Indrawanto dan Windy T. Aprilianty selaku sahabat-sahabat yang selalu mensupport, menguatkan dan membantu penulis untuk tetap semangat berusaha untuk menyelesaikan skripsi.
11. Sahabat-sahabat tersayang Alyssa Arin, Andzan Hekmatyar, Avie Rajanti Puteri, Bunga Annisa Nasution, Dea Ardelia, Hutomo Ryan Virgianto, Irfan Andri, Kiky Fitriyanti, Putra Anom Gentar Alam dan Rizka Anindyannngtyas terima kasih

untuk selalu memberikan kebahagiaan, kesetiaan, kebersamaan dan dukungan selama hampir 5 tahun lebih kebersamaan. I cherish you guys a lot!

12. Seluruh pihak dengan tidak mengurangi rasa hormat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan demikian penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca. Terima kasih.

Bandung, Maret 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Tahapan Penelitian	6
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Tinjauan Teori	36
2.2.1 Komunikasi	36
2.2.2 Komunikasi Massa	37
2.2.2.1 Model Difusi Informasi.....	38
2.2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa	38
2.2.3 Radio.....	39
2.2.3.1 Format Radio.....	39
2.2.3.2 Pengemasan.....	40
2.2.3.3 Kekuatan Radio	41
2.2.4 <i>Brand Image</i>	42
2.2.4.1 Pengertian <i>Brand</i>	42
2.2.4.2 Manfaat <i>Brand</i>	42
2.2.4.3 Definisi <i>Image</i> atau Citra	45
2.2.4.4 Definisi <i>Brand Image</i>	46
2.2.4.5 Komponen Utama <i>Brand Image</i>	46
2.2.4.6 Cara Membangun Keunggulan <i>Brand Image</i>	47
2.2.5 Brand Equity	48
2.3 Hipotesis	48

2.4	Kerangka Pemikiran	48
BAB III METODE PENELITIAN		50
3.1	Paradigma Penelitian	50
3.2	Metode Penelitian	50
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	51
3.3.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian	51
3.3.2	Arti Logo Perusahaan	52
3.3.3	Kredo	53
3.4	Operasional Variabel	54
3.5	Populasi dan Sampel	57
3.5.1	Populasi	57
3.5.2	Sampel	58
3.6	Teknik Sampling	59
3.7	Pengumpulan Data	60
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.8.1	Uji Validitas	62
3.8.2	Uji Reliabilitas	66
3.9	Teknik Analisis Data	68
3.9.1	Analisis Deskriptif	68
3.9.2	Skala MSI (<i>Method of Successive Interval</i>).....	71
3.9.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	72
3.9.4	Uji Asumsi Klasik	74
3.9.5	Uji Hipotesis	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		78
4.1	Data Responden	78
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	78
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	79
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mendengarkan Radio	81
4.2	Hasil Penelitian	82
4.2.1	Hasil Analisis Deskriptif	82
4.2.1.1	Tanggapan Responden Mengenai Variabel X Program <i>Nightmare Side</i>	82
4.2.1.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Y <i>Brand Image</i>	88

BAB V KESIMPULAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	100
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	100
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	101
 DAFTAR PUSTAKA	 102
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Radio di Kota-Kota Besar di Indonesia.....	1
Gambar 1.2	Data Rentang Usia Pendengar Program <i>Nightmare Side</i> Radio Ardan.....	3
Gambar 1.3	Tahapan Penelitian	7
Gambar 2.1	Model Komunikasi Dasar	36
Gambar 2.2	Model Difusi Informasi	38
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	49
Gambar 3.1	Logo Radio Ardan 105.9 FM	52
Gambar 3.2	Garis Intepretasi Skor dalam Garis Kontinum	70
Gambar 4.1	Karakteristik Berdasarkan jenis Kelamin	78
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
Gambar 4.5	Karakteristik Pendengar Berdasarkan Lama Mendengarkan Radio	82
Gambar 4.6	Garis Kontinum <i>Voice</i>	84
Gambar 4.7	Garis Kontinum Musik	85
Gambar 4.8	Garis Kontinum <i>Special Effects</i>	87
Gambar 4.9	Garis Kontinum Program <i>Nightmare Side</i>	88
Gambar 4.10	Garis Kontinum Pengenal Radio Ardan	89
Gambar 4.11	Garis Kontinum Atribut Radio Ardan	91
Gambar 4.12	Garis Kontinum Mengenai Asosiasi Program <i>Nightmare Side</i> dengan <i>Brand Image</i> Radio Ardan ..	93
Gambar 4.13	Garis Kontinum <i>Brand Image</i>	94
Gambar 4.14	Kurva Uji T	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pendengar Radio dengan Segmentasi Remaja hingga Dewasa Muda di Kota Bandung.....	2
Tabel 1.2	Jumlah Presentasi Pendengar Program Radio Ardan....	3
Tabel 1.3	Waktu Penelitian	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2.2	Manfaat Merek	44
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.2	Skala Pengukuran.....	57
Tabel 3.3	Tabel Uji Validitas	64
Tabel 3.4	Tabel Uji Reliabilitas	67
Tabel 3.5	Kategori Interpretasi Presentase.....	69
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4.5	Karakteristik Pendengar Berdasarkan Lama Mendengarkan Radio	81
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai <i>Voice</i>	83
Tabel 4.7	Tanggapan Resoponden Mengenai Musik	84
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Special Effects</i>	86
Tabel 4.9	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Program <i>Nightmare Side</i>	87
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Pengenal Radio Ardan	89
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Atribut Radio Ardan	90
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Asosiasi Program <i>Nightmare Side</i> dengan <i>Brand Image</i> Radio Ardan ...	91
Tabel 4.13	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i>	93
Tabel 4.14	Uji Normalitas	94
Tabel 4.15	Uji Linieritas	96
Tabel 4.16	Analisis Regresi Linear Sederhana	96
Tabel 4.17	Analisis Korelasi Pearson	98