

**MODEL KOMUNIKASI V RADIO FM DALAM
MEMBANGUN *BRAND IDENTITY* RADIO
PEREMPUAN**

Artikel

Oleh :

Sherly Winda Sari

201610415149



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

**MODEL KOMUNIKASI V RADIO FM DALAM
MEMBANGUN *BRAND IDENTITY* RADIO
PEREMPUAN**

Skripsi

Oleh :

Sherly Winda Sari

201610415149



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Model Komunikasi V Radio Dalam
Membangun *Brand Identity* Radio
Perempuan

Nama Mahasiswa : Sherly Winda Sari

Nomor Pokok Mahasiwa : 201610415149

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 12 Mei 2023



Handwritten signature in blue ink

Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum

NIDN: 323057006

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Model Komunikasi V Radio FM dalam
Membangun *Brand Identity* Radio
Perempuan

Nama Mahasiswa : Sherly Winda Sari

Nomor Pokok Mahasiwa : 201610415149

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 12 Mei 2023

Jakarta, 9 Juni 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Hamida Syari Harahap, M.Si

NIDN 0311046803

Penguji : Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasti, M.Hum

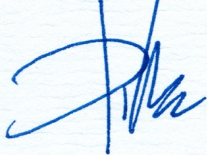
NIDN 323057006

Sekretaris Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si

NIDN 0319059501

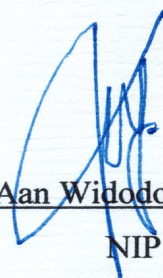
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul **Model Komunikasi V Radio Dalam Membangun *Brand Identity* Radio Perempuan**

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali ada pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan dijadikan referensi melalui Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 12 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,



Sherly Winda Sari

NPM. 201610415149

ABSTRAK

Sherly Winda Sari. 201610415149. Model Komunikasi V Radio FM Dalam Membangun *Brand Identity* Radio Perempuan

Penelitian ini tentang bagaimana model komunikasi yang dilakukan oleh V Radio FM dalam membangun *Brand Identity* radio perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan terkait dengan identitas merek V Radio FM sebagai radio perempuan menggunakan prisma identitas merek Kapferer. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Untuk mengecek keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Wawancara penelitian dilakukan kepada pihak yang dapat memberikan keterangan mengenai model komunikasi yang dilakukan dalam membangun Brand identity V Radio yaitu tim *Mark and research*, *program director*, penyiar dan beberapa pendengar V Radio FM. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa V Radio FM menerapkan model pembentukan *Brand Identity Prism* milik Kapferer sebagai model komunikasi yang dilakukan untuk membangun identitas merek.

Kata Kunci : Media Massa, Radio, *Brand Identity*

ABSTRACT

Sherly Winda Sari. 201610415149. *V Radio FM Communication Model in Building Women's Radio Brand Identity*

This research is about how the communication model is carried out by V Radio FM in building the Brand Identity of women's radio. This study aims to describe the brand identity of V Radio FM as a women's radio using the prism of the brand identity of Kapferer. This research uses descriptive qualitative qualitative method. Data collection is done by in-depth interviews, observation, and documentation. To check the validity of the data, researchers used source triangulation. Research interviews were conducted with parties who could provide information about the communication model used in building V Radio's brand identity, namely the Mark and research team, program director, broadcaster and several listeners of V Radio FM. Based on the data obtained, it shows that V Radio FM applies the capferer's Brand Identity Prism formation model as a model of communication carried out to build brand identity.

Keywords: Mass Media, Radio, Brand Identity

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas ridho dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Model Komunikasi V Radio FM Dalam Membangun Brand Identity Radio Perempuan”**. Penyelesaian tulisan ini tak terlepas bantuan dari berbagai pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung, terutama dan teristimewa dipersembahkan kepada kedua orang tua. Kepada ayah Anda Suganda dan ibu Widi Astuti tercinta yang senantiasa memberikan rasa sayang, didikan, materi, serta do’a yang selalu dipanjatkan pada Allah kepada penulis.

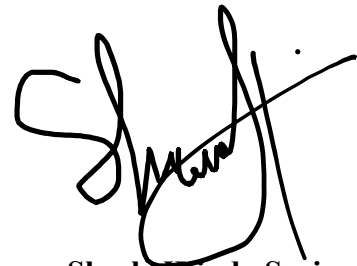
Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan dan do’a dari berbagai pihak Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan Skripsi ini Tidak juga lupa, saya ingin mengucapkan kepada beberapa pihak yang membantu, terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Pum) Dr. Drs. H.Bambang Karsono,SH.,MM. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar,S.Sos.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Sigit Surahman, S.Sn., M.Si selaku Pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dalam penyusunan laporan yang sistematis.
5. Ibu Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom dosen penanggung jawab yang telah membantu memberikan semangat penulis untuk tetap maju dan menyelesaikan skripsi
6. Ikhsan Sofyan Selaku *Head Of Human Resource* yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan pengambilan data untuk skripsi
7. Danang Aries Pribadi selaku *Head Of Research And Development* di V Radio Fm

8. Kedua orang tua saya ibu Widi Astuti , ayah Anda Suganda dan adik Cindy yang selalu memberikan semangat dan energi positif sehingga penulis dapat semangat mengerjakan laporan dengan maksimal
9. Setya Qolby yang telah memberikan dukungan penuh serta motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi
10. Mutiara Putri Ayundari, Syifaluthfi Ardina, Risma Budi Oktavianti dan Isna Firmayanti,Dwike Bagas,Vira Puspa, Wahyu Afriyanto yang telah memberikan semangat penulis dalam menyusun skripsi.
11. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Kelas C angkatan 2016 yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sampaikan satu persatu. Penulis mengetahui bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna dalam susunan kata maupun bahasa yang ada di dalam laporan ini. Maka dari itu penulis sangat terbuka menerima segala kritik dan saran dari pembaca sehingga penulis dapat memperbaiki skripsi . Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta 12 Mei 2023



Sherly Winda Sari

(201610415149)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Konsep	10
2.2.1 Model Komunikasi	10
2.2.2 Pengertian Komunikasi.....	11
2.2.3 Pengertian Komunikasi Massa	12
2.2.3.1 Media massa	12
2.2.2.2 Fungsi Media massa	14
2.2.4 Radio	14
2.2.4.1 Karakteristik Radio Siaran	15
2.2.5 Pengertian Merek (<i>Brand</i>)	16

2.2.6	Identitas Merek (<i>Brand Identity</i>)	17
2.3	Asumsi model <i>brand identity prism</i> Kapferer	19
2.3.1	Elemen model <i>brand identity prism</i> Kapferer	20
2.4	Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		22
3.1	Jenis Penelitian	22
3.2	Metode Deskriptif	22
3.3	Subjek dan objek penelitian	23
3.4	Data Informan	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data	25
3.5.1	Teknik Wawancara	25
3.5.2	Teknik Observasi	26
3.5.3	Teknik Dokumentasi	26
3.6	Teknik Analisis Data	26
3.7	Triangulasi Data	28
3.8	Tempat Penelitian	29
3.9	Waktu Penelitian	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Hasil Penelitian	31
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1.1	Profil Instansi	31
4.1.2	Struktur Organisasi	33
4.1.2.1	Fungsi Struktur	33
4.2	Profil Informan	34
4.3	Hasil Penelitian	35
4.4	Pembahasan	57
BAB V PENUTUP		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR LAMPIRAN		

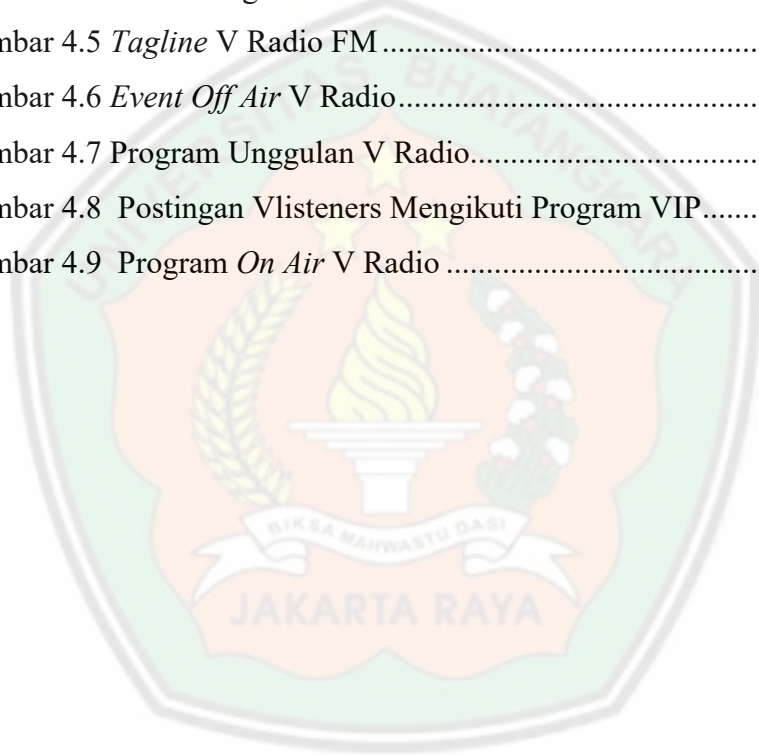
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan dengan radio kompetitor	3
Tabel 1.2 Data listenership (2020).....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Karakteristik Informan	25
Tabel 3.2 Waktu Penelitian	30
Tabel 4.1 Program Siaran V Radio.....	32



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data <i>Audience Profile</i> KIS FM, Female, V Radio FM.....	2
Gambar 2.1 Kapferer model “ <i>Brand identity prism</i> ”	19
Gambar 3.1 Komponen data analisis (<i>interactive model</i>)”	27
Gambar 4.1 Logo V Radio Fm	31
Gambar 4.2 Logo V Radio Fm	58
Gambar 4.3 Tampilan Logo Di <i>Event</i> V Radio FM	59
Gambar 4.4 Makna Logo V Radio FM.....	61
Gambar 4.5 <i>Tagline</i> V Radio FM.....	64
Gambar 4.6 <i>Event Off Air</i> V Radio.....	66
Gambar 4.7 Program Unggulan V Radio.....	67
Gambar 4.8 Postingan Vlisteners Mengikuti Program VIP.....	67
Gambar 4.9 Program <i>On Air</i> V Radio	69



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	33



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2 : Surat Permohonan Pengambilan Data Penelitian

LAMPIRAN 3 : Surat Tanda Telah Melakukan Penelitian Di V Radio FM

LAMPIRAN 4 : Transkrip Wawancara Dan Reduksi Data

LAMPIRAN 5 : Dokumentasi Narasumber

LAMPIRAN 6 : Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 7 : Form Perbaikan

