

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO GAYA 93,6 FM BEKASI DALAM MEMPEROLEH PENGIKLAN LOKAL

SKRIPSI

Oleh :

Alpint Andariyatna

201510415209



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO GAYA 93,6 FM BEKASI DALAM MEMPEROLEH PENGIKLAN LOKAL

SKRIPSI

Oleh :

Alpint Andariyatna

201510415209



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gaya
93,6 FM Bekasi Dalam Memperoleh
Pengiklan Lokal.
Nama Mahasiswa : Alpint Andariyatna
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415209
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Skripsi : 28 Juli 2022

Jakarta, 5 Agustus 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.IKom

Metha Madonna S.Sos., M.IKom

NIDN. 0323127802

NIDN. 0318087603



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Iklan Radio Gaya
93.6 FM Bekasi.
Nama Mahasiswa : Alpint Andariyatna
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415209
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus skripsi : 28 Juli 2022

Jakarta, 5 Agustus 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Muhamad Husni Mubarak, S.Pd., M.I Kom
NIDN. 0414128601

Penguji I : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M.,
M.I Kom
NIDN. 0323127802

Penguji II : Yudhistira Ardi Poetra, S.I Kom., M.I Kom
NIDN. 0713129301

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

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

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gaya 93.6 FM Bekasi Dalam Memperoleh Pengiklan Lokal. 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, 5 Agustus 2022



Alpint Andariyatna

201510415209

ABSTRAK

Alpint Andariyatna, 201510415209. Strategi Komunikasi Pemasaran Iklan Radio Gaya 93.6 FM Bekasi

Penelitian ini mengenai Manajemen Komunikasi Pemasaran Radio Gaya 93,6 Fm Dalam Mendapatkan Pengiklan Lokal Iklan radio memiliki beberapa karakteristiknya sendiri, hanya mengandalkan suara dengan durasi singkat diharapkan masyarakat dapat memahami pesan-pesan yang disampaikan. Yang dari sebab itu memasang iklan di radio, tidak bisa hanya dalam beberapa kali diputar, tetapi harus diputar secara berulang-ulang supaya audiens radio dapat mengingatnya. Adapula selain iklan, bentuk-bentuk kerjasama radio dengan para pengiklan ada macam-macam, tidak hanya pemasangan iklan berupa adblis atau spot saja, masih ada seperti halnya kerja sama lain berbentuk barter, semi barter atau kerjasama promosi event, sponsor dan sistem bagi hasil. faktor potensi pendengar yang ada di radio Gaya Bekasi beserta kondisi program yang tersedia. Dari analisis Radio Gaya Bekasi harus memahami pasar audiens yang mencakup segmentasi dan tingkat persaingan. Penayangan-penayangan program harus bisa mendapatkan minat dari audiens dan para pengiklan agar bisa menarik perhatian. Adapun pada tahap ini, penulis melakukan wawancara semiterstruktur pada saat turun lapangan. Alasannya adalah penulis hendak membuat suasana yang fleksibel, tetapi tetap terkontrol. Sehingga peneliti bebas berimprovisasi dalam mengajukan pertanyaan yang sesuai dengan situasi dan alur ilmiah yang terjadi asalkan tetap pada topik yang telah ditentukan dan menemukan permasalahan secara lebih terbuka karena pihak yang diajak wawancara bebas untuk mengetahui dan mendapatkan tanpa adanya aturan yang mengikat.

Kata kunci : Radio, Strategi Komunikasi Pemasaran, Iklan Lokal, Program

ABSTRACT

Alpint Andariyatna, 201510415209. *Marketing Communication Strategy for Radio Advertising Style 93.6 FM Bekasi*

This research is about Marketing Communication Management of 93.6 Fm Style Radio in Getting Local Advertisers Radio advertising has several characteristics of its own, only relying on sound with a short duration so that people can understand the messages it conveys. Which is why advertising on the radio cannot be played only a few times, but must be played repeatedly so that the radio audience can remember it. In addition to advertising, there are various forms of radio cooperation with advertisers, not only advertising in the form of adblis or spots, there are other forms of cooperation in the form of barter, semi-barter or event promotion cooperation, sponsorship and profit-sharing systems. potential listener factors on Gaya Bekasi radio along with the available program conditions. From the analysis, Radio Gaya Bekasi must understand the audience market which includes segmentation and level of competition. Program broadcasts must be able to get the interest of the audience and advertisers in order to attract attention. At this stage, the author conducts semi-structured interviews when he is out in the field. The reason is that the author wants to create an atmosphere that is flexible, but still controlled. So that researchers are free to improvise in asking questions that are in accordance with the situation and scientific flow that occurs as long as they remain on the predetermined topic and find problems more openly because the parties invited to the interview are free to know and express their opinions without any binding rules.

Keywords: Radio, Advertising, Program

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Tuhan yang maha esa. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gaya 93,6 FM Bekasi Dalam Memperoleh Pengiklan Lokal”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh dalam program studi Ilmu Komunikasi. Selain untuk menuntaskan program studi yang penulis tempuh skripsi ini ternyata banyak memberikan manfaat kepada penulis baik dari segi akademik maupun pengalaman yang tidak dapat penulis temukan saat berada di dunia perkuliahan.

Dalam penyusunan skripsi, penulis mendapat banyak bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karna itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

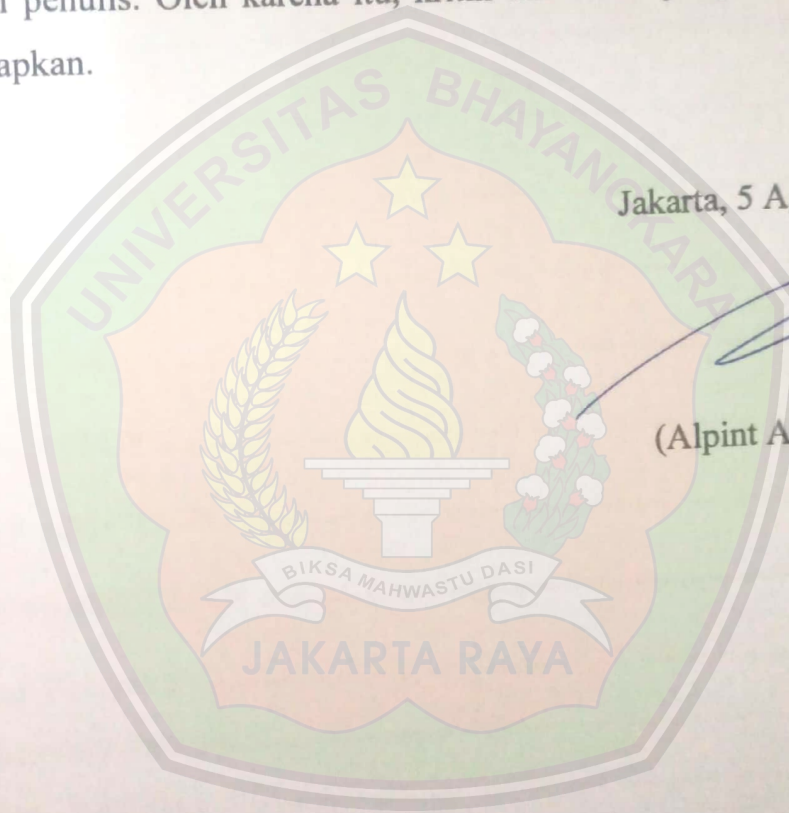
1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs H Bambang Karsono, S.H., M.M Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah senantiasa memberikan dukungannya kepada Dosen dan Mahasiswa
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom sebagai dosen pembimbing skripsi 1.
5. Ibu Metha Madonna, S.Sos., M.I.Kom sebagai dosen pembimbing skripsi 2.
6. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa serta dukungan tanpa henti baik moril maupun meteril, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan lancar dan baik.
7. Para dosen beserta jajaran staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

8. Kepada Leny Wijaya sebagai Penanggung jawab Radio Gaya 93,6 FM dan juga berserta para Staf yang ikut serta dalam mendapatkan informasi komunitas.
9. Tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada teman teman serta pihak yang terkait dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Jakarta, 5 Agustus 2022

(Alpint Andariyatna)



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	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Fokus Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Secara Teoritis.....	7
1.5.2 Secara Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Konsep.....	9
2.2.1 Komunikasi	9
2.2.2 Media Penyiar Radio.....	10
2.2.3 AM (Amplitude Modulation).....	12

2.2.4 Stasiun Penyiar.....	13
2.2.5 Segmentasi.	15
2.2.6 Periklanan.....	19
2.2.7 Strategi Komunikasi Pemasaran	21
2.2.8 Analisis SWOT.....	22
2.3 Kerangka Berfikir	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.	25
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian	26
3.3 Informan Penelitian.....	26
3.4 Key Informan	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.1 Wawancara.....	28
3.5.2 Dokumentasi	29
3.6 Teknik Analisis Data	29
3.7 Teknik Keabsahan Data	31
3.8 Waktu dan tempat penelitian.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Gambaran Umum Gaya 93,6 FM Bekasi.....	32
4.1.2 Profil Radio Gaya 93,6 FM Bekasi	33
4.1.3 Logo Radio Gaya 93,6 FM Bekasi.....	35
4.1.4 Visi dan Misi Radio Gaya 93,6 FM Bekasi	35
4.1.5 Struktur Organisasi Program Radio Gaya 93,6 FM Bekasi	36
4.1.6 Program Acara Radio Gaya 93,6 FM Bekasi.....	37
4.2 Profil Keyforman dan Informan	38

4.3	Pembahasan.....	39
4.3.1	Produk	40
4.3.2	Price	41
4.3.3	Placement	42
4.3.4	Promotion.....	43
4.4	Analisis SWOT	44
BAB V PENUTUP.....		46
5.1	Kesimpulan	46
5.2	Saran	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tarif pemasangan iklan radio gaya 2017.	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Radio.....	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 Administrasi

Lampiran 3 Hasil Dokumentasi

Lampiran 4 Transkrip Wawancara

Lampiran 5 Kartu Bimbingan

Lampiran 6 Form Perbaikan

