

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO IMMANUEL

SURAKARTA

**(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Immanuel
Surakarta melalui “Wisata Immanuel”)**



**Disusun guna memenuhi persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO IMMANUEL SURAKARTA

**(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Radio
Immanuel Surakarta Melalui “Wisata Immanuel”)**

Karya :

Nama : Metta Tysdya Maggandhini

NIM : D0213057

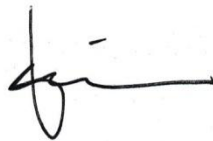
Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan panitia penguji skripsi
pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 11 Juli 2017

Menyetujui,

Pembimbing Skripsi



Firdastin Ruthnia Y., S.Sos, M.Si

NIP. 19760524 201012 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO IMMANUEL
SURAKARTA**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Radio
Immanuel Surakarta Melalui “Wisata Immanuel”)**

Telah diuji dan disahkan Panitia Ujian Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu
Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta

Hari : Selasa
Tanggal : 25 Juli 2017

Panitia Ujian Skripsi :

1. Nora Nailul Amal, S.Sos., M.LMed., Hons.

NIP. 19710217 199802 1 001

(Penguji I)

2. Monika Sri Yuliarti, S.Sos., M.Si.

NIP. 19820710 201404 2 001

(Penguji II)

3. Firdastin Ruthnia Y., S.Sos., M.Si.

NIP. 19760524 201012 2 001

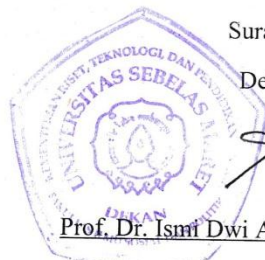
(Penguji III)

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Dekan,



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si.

NIP. 19610825 198601 2 001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama: Metta Tysdya Maggandhini

NIM: D0213057

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO IMMANUEL SURAKARTA (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Immanuel Surakarta melalui “Wisata Immanuel”)** ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Selain itu, sumber informasi yang dikutip dari penulisan lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila pada kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Surakarta, 11 Juli 2017

Yang membuat pernyataan,



Metta Tysdya Maggandhini

D0213057

MOTTO

Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia

(Kolose 3:23)

Bersukacitalah dalam pengharapan, sabarlah dalam kesesakan, dan bertekunlah dalam doa!

(Roma 12:12)

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk :

Tuhan Yesus Kristus

Yang selalu menyertai, memberikan kekuatan, pertolongan, janji, pengharapan,
dan tidak pernah meninggalkan perbuatan tangan-Nya

Untuk keluarga kecilku, Bapak, Ibu, dan kakak-kakakku

Yang selalu mendukung dan mendoakan

Untuk sahabat-sahabat dan untuk yang terkasih

Yang selalu setia menemani dan memberikan semangat

KATA PENGANTAR

Syukur kepada Allah atas segala berkat, kemurahan dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Immanuel (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Immanuel melalui “Wisata Immanuel”). Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi.

Penulis menyadari bahwa bantuan dari berbagai pihak telah banyak menyumbangkan pikiran, tenaga, dan bimbingan kepada penulis, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus.
2. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
3. Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Dra. Sofiah, M.Si, selaku Pembimbing Akademik.
5. Firdastin Ruthnia Y., S.Sos., M.Si, selaku Pembimbing Skripsi.

6. Seluruh kru dan keluarga besar Radio Immanuel yang telah memberikan waktu, memberikan izin, informasi, serta mendukung dan membantu penulis dalam melaksanakan penelitian.
7. Keluarga tercinta, Bapak Haryoto, Ibu Asni, Mbak Alin dan Mas Erwin.
8. Mas Arie Gunawan Prasetya, yang selalu mendukung dalam doa dan tak pernah lelah memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.
9. Sahabat Latte Squad, teman berbagi suka dan duka, teman seperjuangan, Novi, Wara, Sianita, Ilo, Teo.
10. Sahabat Porenjess, saudara seiman dalam Kristus, Mbak Indri, Adip, Viki, Samuel.
11. Pemimpin dan Ibu Rohani, Kak Ivanna Asnur Nugroho yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini selesai.
12. Sahabat Solop Asoka, Huma, Yosie.
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2013.
14. Dan untuk seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Semoga skripsi ini selalu memberi manfaat bagi pembacanya. Amin.

Surakarta, 11 Juli 2017

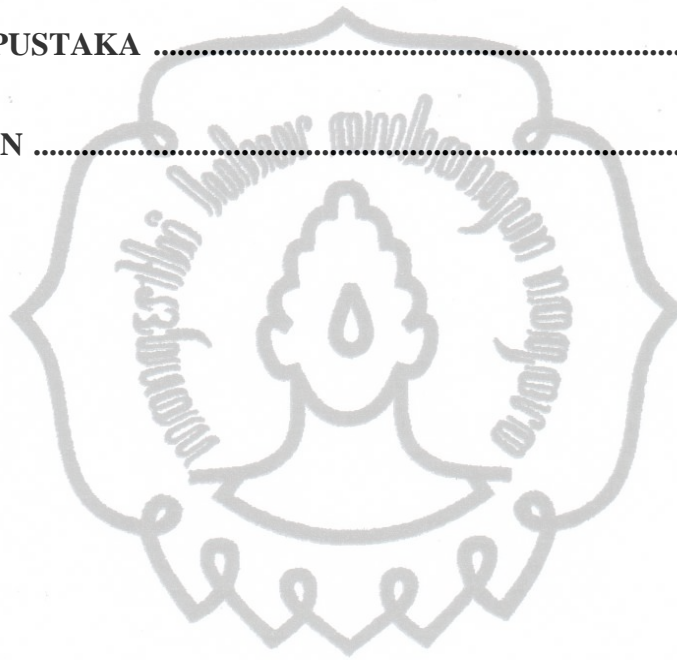
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
E. Landasan Teori	15
1. Teori AIDA dalam Komunikasi	15
2. Strategi Komunikasi	19
3. Strategi Komunikasi Pemasaran	22
4. Bauran Promosi	24

5. <i>Word Of Mouth</i>	27
F. Kerangka Pemikiran	30
G. Metodologi Penelitian	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Lokasi Penelitian	33
3. Teknik Sampling	33
4. Sumber Data	34
5. Teknik Pengumpulan Data	36
6. Validasi Data	38
7. Teknik Analisis Data	39
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	42
A. Sejarah Radio Immanuel	42
B. Visi Misi Radio Immanuel	47
C. Struktur Organisasi Radio Immanuel	51
D. Data Media Perusahaan Radio Immanuel	54
E. Logo Radio Immanuel	56
F. Program Siaran <i>On Air</i> Radio Immanuel	57
G. Program <i>Off Air</i> Radio Immanuel	69
H. Wisata Immanuel	70
I. <i>Solo Tour & Travel</i>	74
BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA	77
A. Data Informan Penelitian	77

B. Sajian dan Analisis Data	79
BAB IV PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	114



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Kerangka Pemikiran	31
Bagan 1. 2 Alur Analisis Interaktif Miles dan Huberman	40
Bagan 2. 1 Struktur Organisasi Radio Immanuel	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Radio Immanuel	56
--	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Data Media Perusahaan Radio Immanuel	54
Tabel 3. 1 Daftar Nama-Nama Informan Wawancara	78

ABSTRAK

Metta Tysdya Maggandhini, D0213057, STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO IMMANUEL SURAKARTA (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Immanuel Surakarta melalui “Wisata Immanuel”) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, UNS.

Untuk mencapai komunikasi yang efektif, strategi komunikasi pemasaran harus direncanakan dengan baik. Strategi komunikasi pemasaran dapat dijadikan acuan untuk merencanakan dan mengembangkan kegiatan pemasaran suatu perusahaan radio. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Radio Immanuel Surakarta melalui acara “Wisata Immanuel”. “Wisata Immanuel” dipilih sebagai strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target sasaran yang lebih luas.

Penelitian ini dilaksanakan di Radio Immanuel Surakarta, yang beralamatkan di Jalan D.I. Panjaitan, Banjarsari, Solo. Dalam skripsi ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini didukung dengan data kualitatif yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Data yang telah didapatkan kemudian dianalisis menggunakan analisis interaktif. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data.

Dari hasil penelitian, Radio Immanuel melaksanakan terlebih dahulu strategi komunikasi melalui empat langkah strategi komunikasi berdasarkan teori Hafied Cangara, yaitu menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, menyusun pesan, kemudian memilih media dan saluran komunikasi. Dan di dalam menyusun pesan untuk sampai kepada target sasaran, teori bauran promosi Kotler diterapkan oleh Radio Immanuel sebagai strategi komunikasi pemasaran melalui acara “Wisata Immanuel. Bauran promosi yang dilaksanakan adalah *advertising, sales promotion, public relation, personal selling*, dan *word of mouth*.

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Radio Immanuel cukup berhasil menjangkau target sasaran di tengah persaingan radio swasta di Kota Solo, namun kegiatan promosi tetap harus lebih dikembangkan dan ditingkatkan lebih baik lagi.

Kata kunci : Radio, Strategi Komunikasi, Strategi Komunikasi Pemasaran, Bauran Promosi

ABSTRACT

Metta Tysdya Maggandhini, D0213057, MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF RADIO IMMANUEL SURAKARTA (A Descriptive Qualitative Study of Marketing Communication Strategy of Radio Immanuel Surakarta by “Wisata Immanuel”). Communication Science of Faculty of Social and Political Sciences, UNS.

To reach the effectiveness of communication, the strategy of marketing communication must be planned well. The strategy of marketing communication can be effective way to plan and develop the marketing activity in a radio station. The purpose of this research is to know the strategy of marketing communication that has been held by “Wisata Immanuel”. The “Wisata Immanuel” has been chosen as an effective strategy of marketing communication to get more listeners.

This research executed at Radio Immanuel Surakarta, which placed on D.I. Panjaitan street, Banjarsari, Solo. In the mini thesis, writer uses descriptive approaching. This approaching support by qualitative data collected by interviews, observations and documentation studies. The qualitative data which have been collected is analysed by interactive analysis. Validity tests in this research are used by triangulation data technique.

From the result of the research, Immanuel Radio Station has been executed at first communication strategy by four steps of communication strategy based on Hafied Cangara's. It determines communicator, targets and analysis's of general needs, arranges some messages, choses media and communication ways. To arranges the messages to the listeners, Kotler's promotion mix theory has been used by Immanuel Radio Station as a marketing communication strategy by “Wisata Immanuel” vacation event. The promotion mix which is executed are adalah advverstising, sales promotion, public relation, personal selling, and word of mouth.

Marketing communication strategy which is executed by Radio Immanuel is success enough to get more listeners among the emulation of private radio station in Surakarta city. In other hand the event of promotion is still more improve and increased better than before.

Keyword : Radio, Communication Strategy, Marketing Communication Strategy, Promotion Mix