

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN METTA FM SURAKARTA
(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran 104,7
Radio Metta FM Surakarta Dalam Menjaga Eksistensi Di Tengah
Persaingan Radio Di Kota Surakarta)



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Jurusan Ilmu Komunikasi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA

2019

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN METTA FM SURAKARTA
(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran 104,7 Radio
Metta FM Surakarta Dalam Menjaga Eksistensi Di Tengah Persaingan Radio Di Kota
Surakarta)**

Disusun Oleh :

Nur Azizah Rahmawati

Disetujui untuk Dipertahankan Di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 25 Juni 2019

Pembimbing



Drs. Widyantoro, M.Si

NIP. 19580202 199010 1 001

PENGESAHAN**PENGESAHAN**

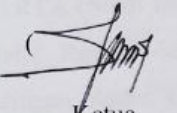
Telah disetujui dan diajukan oleh Panitia Ujian Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret

Pada hari : Rabu
Tanggal : 10 Juli 2019

Panitia Penguji :

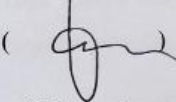
1. Sri Herwindya Baskara Wijaya, S.Sos., M.Si

NIP. 19820302 200912 1 005

()
Ketua


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

NIP. 19760524 201012 2 001

()
Sekretaris

3. Drs. Widyantoro, M.Si

NIP. 19580202 199010 1 001

()
Penguji

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



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

NIP. 19610825 198601 2 001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Azizah Rahmawati

NIM : D0214071

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN METTA FM SURAKARTA** (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran 104,7 Radio Metta FM Surakarta Dalam Menjaga Eksistensi Di Tengah Persaingan Radio Di Kota Surakarta) adalah hasil karya asli saya dan bukan plagiat, baik secara utuh atau sebagian serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di institusi lain.

Apabila di kemudian hari terdapat bukti – bukti yang kuat bahwa karya saya ternyata bukan karya asli saya, maka saya bersedia menerima akibat dari hal tersebut.

Surakarta, 8 Juli 2019



NUR AZIZAH RAHMAWATI

NIM D0214071

MOTTO

“Try not to become a person of success, but rather try to become a person of value.” – Albert Einstein



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk orang-orang terkasih, :

Ibu yang selalu kuat dan tabah dalam membesarkan anak perempuannya, bapak yang selalu sabar dalam menghadapi segalanya, kakak saya yang meski dalam diamnya ia menyimpan kebaikan dan ketulusan mendalam.

Kepada Refa, Nisa, Icak, Ziane, Afda, Ulfah, Indah, Desy, Savira, Yenfi, Delane, sahabat yang selalu mendukung dan membantu kapanpun itu.

Terimakasih banyak, hanya dengan keberadaan kalian sudah menjadi angin segar dalam setiap perjalanan saya. Tanpa kalian, penulis tidak akan bisa sampai pada titik ini dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan segala nikmat yang telah dilimpahkan – Nya. Atas ridhonya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN METTA FM SURAKARTA (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran 104,7 Radio Metta FM Solo Dalam Menjaga Eksistensi Di Tengah Persaingan Radio Di Kota Surakarta)” dengan baik.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca yang ingin memahami lebih mengenai strategi komunikasi pemasaran. Penulis sadar bahwa skripsi ini bisa terselesaikan atas bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Sri Hastjarjo, S.Sos.,Ph.D, Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret.
3. Drs. Widyantoro, MM.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan membimbing selama penyusunan skripsi.
4. Subagyo, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selama masih aktif mengajar selalu memberikan dukungan dalam bidang akademik.
5. Bapak Sri Herwindya Baskara Wijaya, S.Sos., M.Si dan Ibu Firdastin Ruthnia Y., S.Sos., M.Si, selaku penguji yang telah memberikan koreksi dan arahan kepada penulis.

6. Seluruh *staff* Radio Metta FM yang telah membantu dan memberi arahan selama penelitian dijalankan.
7. Kedua orangtua, yang selalu mendoakan, mendukung, dan membiayai sehingga penulis bisa menyelesaikan masa skripsi ini.
8. Nur Adhita Azis Rahmad, kakak yang selalu menghibur, memberi dukungan moral dan material kepada peneliti sehingga bisa bertahan hingga akhir masa studi.
9. Sahabat – sahabat, Nisa, Indah, Ulfah, Afda, Desy, Icha, Ziane, Refa, Ical, Yenfi, Savira, yang selalu menerima saya apa adanya, memberikan saya dukungan dan *life lessons* yang berarti.
10. Teman – teman penyiaran Fiesta FM yang saya rindukan, Refa, Vita, Yona, Alifa, Sam, Hafid, Zulfan, Mukhsin.
11. Semua anggota radio Fiseta FM yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik untuk saya.

Tentunya penulis telah berusaha sebaik mungkin dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir. Namun, masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun guna penulisan yang lebih baik di masa yang akan datang sangat kami harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terimakasih.

Surakarta, Juni 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka.....	10
F. Kerangka Pemikiran.....	26
G. Metodologi Penelitian.....	27

BAB II DESKRIPSI LOKASI.....	38
A. Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan.....	38
B. Profil Perusahaan Radio Metta FM.....	40
C. Komposisi Siaran Radio Metta FM.....	42
D. Data Teknis.....	44
E. Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
F. Deskripsi Pekerjaan.....	46
G. Program Acara.....	48
BAB III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	55
A. Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Metta FM.....	56
B. Pengembangan dan Perencanaan Kegiatan.....	59
C. Persiapan dan Pengembangan Media Promosi dan Periklanan.....	61
D. Eksekusi Media dan Aplikasi Komunikasi Pemasaran.....	64
E. <i>Monitoring</i> dan Analisis Situasi.....	79
F. Respon Konsumen.....	80
BAB IV PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Siaran Halo Solo bersama Walikota Surakarta	59
Gambar 3.2. <i>Booth</i> Metta FM di CFD Slamet Riyadi	61
Gambar 3.3 <i>Streaming</i> Metta FM melalui Indostreamers.....	61
Gambar 3.4 <i>Streaming</i> Metta FM melalui Jogjastreamers.....	61
Gambar 3.5 <i>Facebook</i> Radio Metta FM	63
Gambar 3.6 <i>Twitter</i> Radio Metta FM.....	64
Gambar 3.7 <i>Twitter</i> Radio Metta FM.....	64
Gambar 3.8 <i>Instagram</i> Radio Metta FM.....	65
Gambar 3.9 <i>Instagram</i> Radio Metta FM.....	65
Gambar 3.10 Konten <i>Instagram</i> Metta FM	66
Gambar 3.11 Kanal <i>Youtube</i> Mettafm Radio.....	67
Gambar 3.12 Akun <i>Soundcloud</i> Metta FM.....	68
Gambar 3.13 Halaman Metta FM di Aplikasi <i>Star Phone</i>	69
Gambar 3.14 Penyelenggaraan <i>event</i> Bogasari <i>Expo</i> di Jogja	71
Gambar 3.15 Penyelenggaraan <i>event</i> Festival Timus di Colomadu	71
Gambar 3.16 Penyerahan Hadiah <i>Short Movie Competition</i>	73
Gambar 3.17 Festival Rebana	73

DAFTAR TABEL

Gambar 2.1. Komposisi Program Radio Metta FM..... 42



DAFTAR BAGAN

Gambar 2.1. Komposisi Musik Radio Metta FM.....	43
Gambar 2.2. Persentase Target Pendengar Radio Metta FM.....	44



ABSTRAK

Nur Azizah Rahmawati, D0214071, STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN METTA FM SURAKARTA (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran 104,7 Radio Metta FM Solo Dalam Menjaga Eksistensi Di Tengah Persaingan Radio Di Kota Surakarta). Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, Juli 2019.

Munculnya media – media baru, membuat media komunikasi seperti radio semakin terpinggirkan. Prosentase penggunaan radio oleh masyarakat tergolong rendah dibanding media lain. Persaingan yang ketat membuat stasiun radio harus berinovasi. Metta FM, salah satu radio swasta di Surakarta terus mengoptimalkan potensi dan kegiatan pemasarannya agar meningkatkan kesadaran masyarakat dan mendengarkan siaran program di radio Metta FM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Radio Metta FM dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan radio di Kota Surakarta.

Lokasi penelitian dilakukan di Radio Metta FM, yang terletak di Kota Surakarta, Jawa Tengah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan sebagai acuan penelitian adalah teori komunikasi pemasaran oleh Soemanegara dan Kennedy. Metode penarikan sampel dilakukan menggunakan *purposive sampling*, dimana peneliti mengambil sampel dengan menetapkan kriteria khusus sesuai tujuan penelitian guna menjawab permasalahan. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi dan menggunakan dokumentasi milik perusahaan atau lokasi penelitian. Teknis analisis data dilakukan dengan mereduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan serta verifikasi.

Hasil dari penelitian ini adalah selama ini Radio Metta FM menerapkan enam tahap strategi komunikasi pemasaran, yaitu : pertama, mengkaji kegiatan pemasaran Metta FM di tahun sebelumnya. Kedua, Metta FM menyusun rencana anggaran, serta menyusun rencana kegiatan yang sesuai tujuan perusahaan. Ketiga, dilakukan pemilihan mitra kerja dan media promosi. Keempat, dilakukan eksekusi rencana kegiatan menggunakan tiga jenis bauran komunikasi, yaitu : *personal selling*, *direct marketing* dan *event*. Kelima, perusahaan melakukan *monitoring* dan analisis situasi. Keenam, dilakukan riset guna mengetahui respon konsumen dari kegiatan pemasarannya Strategi komunikasi pemasaran tersebut dinilai efektif untuk mempertahankan eksistensi Radio Metta FM.

Kata kunci : *strategi komunikasi pemasaran, radio, eksistensi.*

ABSTRACT

Nur Azizah Rahmawati, D0214071, COMMUNICATION STRATEGY OF METTA FM SURAKARTA (Qualitative Descriptive Study of 104.7 Metta FM Radio Surakarta's Marketing Communication Strategy in Maintaining Its Existence Among Radio Stations in Surakarta City), Thesis, Surakarta: Faculty of Social and Political Sciences Universitas Sebelas Maret, Surakarta, July 2019.

The emergence of new media makes communication media such as radio increasingly marginalized. The percentage of radio use by the public is relatively low compared to other media. The intense competition makes radio stations continue to innovate. Therefore, Metta FM as one of the private radios in Surakarta continues to optimize the potential and marketing activities of the company to increase public awareness and listening to broadcast programs on Metta FM radio. This study aims to determine the marketing communication strategy on Metta FM Radio to maintain its existence.

The location of the study was conducted at Metta FM Radio, located in Surakarta City, Central Java. The type of research used is descriptive qualitative research. The theory used as a research reference is marketing communication theory by Soemanegara and Kennedy. The sampling method is done using purposive sampling, where researchers take samples by setting specific criteria according to research objectives in order to answer the problem. Data retrieval is done by in-depth interviews, observations and using company-owned documentation or research locations. Technical data analysis is done by reducing data, presenting data and drawing conclusions and verifications.

The results of this study is that Metta FM Radio has implemented six stages of marketing communication strategy, namely : First, reviewing Metta FM's marketing activities in the previous year. Second, phase Metta FM prepares a budget plan, and prepares a plan of activities that is in line with company goals. Third, the selection of partners and media promotion. Fourth is executing marketing plan using three types of communication mix, namely: direct marketing and events. Fifth, the company monitors and analyzes the situation. Sixth, conducted research to determine consumer responses from marketing activities that have been executed. The communication mix was used because it proved to be the most effective way to increase public awareness and attract public interest to listen to Metta FM radio broadcasts.

Keywords: *marketing communication strategy, radio, existence.*