

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO
SUARA SURABAYA DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSTENSI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata - I Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

RIZKI ANDIKA
NBI : 1351401029

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2018

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO
SUARA SURABAYA DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSTENSI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata -1 Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :

**RIZKI ANDIKA
NBI : 1151401028**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

2018

Tanda Persetujuan Skripsi

Nama

Rizki Andika

NBI

: 1151401028

Judul

: Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Suara Surabaya dalam Mempertahankan Eksistensi

Mengetahui,

Surabaya, 02 Agustus 2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

**Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing**

Dr. Endro Tjahjono, MM

Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Pengaji Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Univeritas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Pengaji:

1. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

Ketua

2. Dra. Hj. Sri Andayani, MM

Anggota

3. A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.sos M.Med.Kom

Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,



Dr. Endro Tjahjono, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rizki Andika
NBI : 1151401058
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Suara Surabaya Dalam mempertahankan Eksistensi

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 02 Agustus 2018

Yang membuat Pernyataan



**PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa:

Nama : RIZKI ANDIKA
Nomor Mahasiswa : 11519010 28

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul :
Strategi Komunikasi Radio Suara Surabaya dalam mempertahankan eksistensi radio

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada).

Dengan demikian saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Surabaya
Pada tanggal : 10 October 2016
Yang menyatakan



(Rizki Andika)

MOTTO DAN PERSEMPAHAN

“Semua yang terjadi adalah sebab akibat dari apa yang kita lakukan”

(Rizky Andika)

ABSTRAK

Fokus penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Suara Surabaya Dalam Mempertahankan Eksistensi. Radio Suara Surabaya adalah Radio swasta yang semua pembiayaan di dalam Radio, sepenuhnya di bayai oleh perusahaan itu sendiri, sehingga harus ada strategi baru yang di komunikasikan kepada masyarakat dan pengiklan radio, agar radio tetap terjaga eksistensinya. Rumusan Masalah penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Suara Surabaya dalam Mempertahankan Eksistensi. Tinjauan Pustaka dalam Penelitian ini adalah Komunikasi Pemasaran Terpadu, *Marketing Mix*, analisis SWOT, Media penyiaran radio dan Eksistensi Radio itu sendiri. Metode Penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, peneliti mengumpulkan data dengan wawancara yang mendalam kepada Tim Promosi dan Manajer Marketing yang ada di Radio Suara Surabaya. Hasil dari penelitian ini adalah tim promosi dan manajerial marketing ingin, mempertahankan eksistensi radio Suara Surabaya di tengah gempuran media digitalisasi dan persaingan dengan radio lain, strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh tim promosi dan Manajerial Marketing Radio Suara Surabaya adalah dengan pengiklanan, *event* dan kerjasama dengan media partner lain

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (IMC), Bauran pemasaran (*Marketing Mix*), Media Penyiaran Radio, Perilaku Konsumen, Eksistensi

ABSTRACT

The to the public and radio advertisers, so that the radio is maintained its existence. The formulation of this research problem is How Communication Strategy of Radio Marketing Suara Surabaya in Maintaining Existence. Literature review in Penelitian is Integrated Marketing Communications, Marketing Mix, SWOT analysis, radio broadcasting media and Radio Existence itself. Methods This study is a case study with a qualitative approach, the researchers collected data with in-depth interviews to the Promotion Team and Marketing Manager at Radio Suara Surabaya. The result of this research is promotion team and marketing manager wants to maintain focus of this research is Marketing Communication Strategy Suara Surabaya Radio In Maintaining Existency. Radio Suara Surabaya is a private Radio that is all financing within Radio, fully funded by the company itself, so there must be a new strategy that is communicated the existence of Suara Surabaya radio in the midst of digital media and other media competition, Marketing Communication strategy done by promotion team and Managerial Marketing Radio Suara Surabaya is with advertising, event and coopertion with order media patners

Keywords: *Integrated Marketing Communication Strategy (IMC), Marketing Mix (Marketing Mix), Radio Broadcasting Media, Consumer Behavior, Existence*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO SUARA SURABAYA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI” sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat sarjana strata 1 (S1) Pada Progam Studi Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus Surabaya.

Dalam menyusun skripsi ini penulis merasakan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak berupa pengarahan, perhatian, dan bimbingan. Oleh karena itu pada kesempatan yang baik ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Endro Tjahjono,MM, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
2. A.A.I Prihandari Satvikadewi, M.Med.Kom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakul Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku dosen pembimbing satu yang selalu sabar dan siaga memberikan saran masukan dan bimbingan dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
4. Muchamad Rizqi, S.I.Kom, M. Med.kom selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Rekan – rekan mahasiswa Ilmu Komunikasi kususnya angkatan 2014 yang selalu mendorong untuk menyelesaikan kuliah dan skripsi ini.
7. Rekan-rekan Laraan yang telah memberikan banyak pelajaran dan pengalaman bagi penulis yang tidak akan pernah hilang oleh waktu.
8. Teman – teman main malam Cak Agus, Mbak yanti dan Mbak Yayuk yang selalu menemani di saat mengerjakan skripsi ini.

- Lebih khusus ucapan terimas kasih penulis tunjukan kepada Keluarga Besar Mama Kasih dan Pak Wariadi di Kota Batu, juga saudara – saudari penulis yang senantiasa memberikan dorongan dan doa.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karean itu penulis dengan tangan terbuka mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Akhirnya, dengan segala keterbatasan, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Surabaya, 02 Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN	ii
TANDA PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
SURAT KEASLIAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Sistematika Penulisan	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Critical Review.....	7
2.3 Landasan Teori.....	9
2.3.1 Komunikasi	9
2.3.2 Manajemen Komunikasi Pemasaran.....	9
1. Teori Komunikasi Pemasaran.....	9
2. Komunikasi Pemasaran Terintergrasi (IMC)	10

3. Strategi Komunikasi Pemasaran	12
4. Teori Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	14
5. Teori Analisis Swot.....	16
2.3.3 Media penyiaran Radio	17
1. Radio.....	18
2. Tipologi Pendengar Radio	19
3. Radio Sebagai Media Massa	21
4. Audiens Penyiaran.....	22
5. <i>Positioning</i>	24
6. Progam Radio	25
2.3.4 Eksitensi	28
2.4 Kerangka Berfikir	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	31
3.2 Peran Peliti	31
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	31
3.4 Lokasi Penelitian	32
3.5 Sumber Data dan Teknik Penelitian	32
3.5.1 Sumber Data.....	32
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
1. Observasi Partisipan	33
2. Wawancara Mendalam	33
3. Dokumentasi	34

3.6 Teknik Analisis Data	34
BAB IV DISKRIPSI, PENYAJIAN DATA & PEMBAHASAN	
4.1 Diskripsi Objek	35
4.1.1 Profil dan Sejarah Radio Suara Surabaya.....	35
4.1.2 Logo Perusahaan	35
4.1.3 Media Sosial Radio Suara Surabaya	36
4.1.4 Tarif Iklan Radio Suara Surabaya	40
4.1.5 Visi dan Misi.....	40
4.1.6 Strukture Organisasi.....	41
4.2 Penyajian Data	41
4.2.1 Hasil Wawancara	41
4.2.2 Analisis Wawancara.....	44
4.3 Analisis Berdasarkan Teori.....	45
4.3.1 Analisis Teori Komunikasi Pemasaran Terintergrasi (IMC)	45
4.3.2 Analisis SWOT	47
4.4 Pembahasan	48
4.4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Radio SS	48
4.5 Hasil Penelitian	54
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Rekomendari	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik Penelitian Terdahulu	5
Tabel 2.2 Format Siaran	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	29
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	36
Gambar 4.2 Tampilan Facebook Radio SS	36
Gambar 4.3 Tampilan Twitter Radio SS.....	37
Gambar 4.4 Tampilan Website Radio SS.....	37
Gambar 4.5 Tampilan youtube Radio SS.....	38
Gambar 4.6 Tampilan Aplikasi dan Instagram Radio SS	39
Gambar 4.7 Tarif Iklan Radio SS	40
Gambar 4.8 Struktur Organisasi	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Interview Guide	61
Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara	62
Lampiran 3 : Acara Off Air Radio Suara Surabaya.....	63