

PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RRI SURABAYA

SKRIPSI

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



OLEH:

DODO WEAH SAPUTRA
1151401009

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2019**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Dodo Weah Saputra**

NPM : 1151401009

Judul : PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RRI
SURABAYA

Mengetahui:

Surabaya, 25 Juli 2019

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

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, MM.

Dra. Sri Andayani, MM

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

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

25 Juli 2019

Dewan Penguji :

1. Dra. Sri Andayani, MM ()
Ketua
2. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.sos.,Med.Kom ()
Anggota
3. Afifatur Rohimah, S.AB.,M.I.Kom ()
Anggota

Mengesahkan

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
Dekan,**

Dr. Endro Tjahjono, MM

SURAT PERNYATAAN ORSINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dodo Weah Saputra

NBI : 1151401009

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran RRI Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan dari 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 dalam 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 dalam 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 tersadar-sadarnya.

Surabaya, 25 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,

Dodo Weah Saputra

ABSTRAK

Media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, yaitu setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan menjadi dua macam, yakni media cetak dan elektronik. Pada masa sekarang, perkembangan media massa telah berkembang dengan cepat, khususnya media komunikasi massa elektronik. Salah satu bentuk media komunikasi adalah radio. Sebagai radio tertua di Indonesia, tentunya RRI Surabaya harus berkembang dengan mengikuti perkembangan zaman. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara RRI bertahan dan berkembang dalam mengikuti perkembangan teknologi dalam masa kini dan juga mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh RRI Surabaya dalam menarik minat masyarakat. Penelitian ini merupakan deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang mengorganisir sesuai data wawancara dan observasi kemudian memilahnya menjadi satu, sehingga dapat dilakukan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan kegiatan Komunikasi Pemasaran yang terdiri dari Iklan, Pemasaran Langsung, Promosi Penjualan, Pemasaran Interaktif, Penjualan Personal, Hubungan Masyarakat. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa dalam meningkatkan minat pendengar RRI Surabaya menggunakan Komunikasi Pemasaran. Informasi yang diciptakan melalui media sosial, *event*, maupun yang terdapat dalam strategi komunikasi pemasaran menjadikan RRI Surabaya diminati pendengar sehingga hal ini dapat menarik minat masyarakat.

Kata kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Minat.

ABSTRACT

Media is an open tool that can connect between sources and recipients that are open, that is, everyone can see, read and hear it. Media in mass communication can be divided into two types, namely print and electronic media. At present, the development of mass media has developed rapidly, especially in electronic communication media. One of communication media is radio. As the oldest radio in Indonesia, of course RRI Surabaya must develop in line with the times. This research was conducted to find out how RRI survives and develops in following technological developments in the present and also knows what strategies are carried out by RRI Surabaya in attracting public interest. This research is described by using a qualitative approach that organizes according to interview data and observation and then sorts it into one, so the conclusions can be made. This research uses Marketing Communication activities which consist of Advertising, Direct Marketing, Sales Promotion, Interactive Marketing, Personal Sales and Public Relations. The results of this study are to increase listeners' interest RRI Surabaya uses the Marketing Communication. Information that was created through social media, event, as well as contained in the marketing communication strategy made RRI Surabaya interested in listeners so that this could attract the interest of the public.

Keywords: Strategy, Marketing Communication, Interest.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran RRI Surabaya”**

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Komunikasi (S.I.Kom) bagi mahasiswa program studi S-1 di program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak yang terkait demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidaklah mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.sos,M.Med.Kom selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Sri Andayani, MM selaku dosen pembimbing 1 saya yang telah memberikan bimbingan serta kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku dosen pembimbing 2 saya yang telah memberikan bimbingan serta kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Noorshanti Sumarah, M.I.Kom selaku dosen wali saya.
7. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas ilmu dan bimbingannya sampai dengan terselesaikan skripsi ini.

8. Mas Yulius Adi Puguh Widodo dan Pak Sulistiyo Hadi yang telah menjadi Narasumberku.
9. Orangtuaku, Pak Triwahyono dan Ibu Nurhayati, Kakakku Abd. Rozack, Adikku Cleopatra Besari dan seluruh keluarga besarku yang telah memberikan semangat, motivasi dan dukungannya serta doa yang tiada henti.
10. Rizky Maulidya yang telah memberikan semangat yang tiada henti serta memberikan motivasi dan doa.
11. Ayu, Ghesya, Nanda, Nopek, Yunus, Bagas, Farida, Yunda, Astrid, Dika, Niken terima kasih temanku telah memberikan keceriaan disaat aku suntuk.
12. Terakhir untuk Keluarga besar KKP Surabaya yang telah memberikan sarkasme yang menarik sehingga memotivasi untuk menyelesaikan studi saya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia komunikasi.

Surabaya, Juli 2019
Yang membuat pernyataan,

Dodo Weah Saputra

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Orsinalitas.....	iv
Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Fokus Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Critical Review	11
2.3 Landasan Teori.....	13
2.3.1 Radio Komunikasi Massa	13
2.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	19
2.3.2.1 Pengertian Strategi	19
2.3.2.2 Komunikasi Pemasaran	20

2.3	Kerangka Berpikir	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Teknik Penentuan Informan	26
3.3	Lokasi Penelitian	27
3.4	Peran Peneliti	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.1	Observasi	28
3.5.2	Wawancara Mendalam	28
3.5.3	Teknik Dokumentasi	28
3.6	Jenis Data	29
3.6.1	Data Pimer	29
3.6.2	Data Sekunder	30
3.7	Analisa Data	31
BAB IV DESKRIPSI OBYEK DAN HASIL PENELITIAN		33
4.1	Gambaran Umum	33
4.1.1	Profil Perusahaan	33
4.1.2	Logo	35
4.1.3	Visi dan Misi	35
4.1.4	Tugas Pokok	36
4.1.5	Peran Siaran	37
4.1.6	Struktural Perusahaan	39
4.1.7	Deskripsi Program	40
4.1.8	Data Informan	42
4.2	Deskripsi Data	43
4.3	Penyajian data, Analisa dan Pembahasan	45
4.3.1	Hasil Wawancara	45
4.4	Analisa Data dan Pembahasan	50
4.4.1	Strategi	51
4.4.2	Analisa Pembahasan	54

BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Rekomendasi	64
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	9
---------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1.	Total Respon Pendengar Per Programa	3
Grafik 1.2.	Demografi Pendengar RRI	4
Gambar 4.1	Demografi Pendengar	34
Gambar 4.2	Logo RRI	35
Gambar 4.3	UU no 9 tahun 2018 pasal 1	55
Gambar 4.4	<i>Instagram @pro2rrisby</i>	56
Gambar 4.5	<i>Instagram @pro2rrisby</i>	57
Gambar 4.6	Kegiatan Donor Darah.....	58
Gambar 4.7	Kegiatan Donor Darah.....	58
Gambar 4.8	<i>Instagram @bintangradiosby</i>	59
Gambar 4.9	<i>Instagram @rrisurabaya</i>	60
Gambar 4.10	<i>Instagram @rrisurabaya</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

1. Jadwal Acara	68
2. Rate Iklan	69
3. Total Respon Per Acara	70
4. Demografi Pendengar	71
5. Total Respon Per Programa	72
6. Pendengar Teraktif	73
7. Media Interaksi Terpopuler	74
8. Media Mendengarkan Terpopuler	75
9. Total Respon Per Klasifikasi Acara	76
10. Total Respon Per Acara	77
11. Interview guide	78

