

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR DI RADIO
SALSABILA FM SAMPANG**

SKRIPSI

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



OLEH :

MABRUR

NBI : 1151501230

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MABRUR

NBI : 1151501230

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Menarik Minat Pendengar Di Radio Salsabila FM Sampang

Mengetahui :

Surabaya , 16 Juli 2019

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

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, M

Dr. Ayun Maduwinarti, MP

LEMBAR 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

DewanPenguji :

1. Dr Ayun Maduwinarti, MP ()
Ketua
2. Hamim, S.Sos, M.I.Kom ()
Anggota
3. Fitri Norhabiba, S.I.Kom.,M.I.Kom ()
Anggota

Mengesahkan

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

Dekan,

Dr. EndroTjahjono, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : MABRUR

NBI : 1151501230

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Radio Dalam Menarik Minat Pendengar Di Radio Salsabila FM Sampang

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 dalam Daftar Pustaka
3. Apabila dikemudian 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 sesadar-sadarnya.

Surabaya, 16 juli 2019
Yang Membuat Pernyataan,

MABRUR

MOTTO

“ Dalam setiap peristiwa, Hikmah itu selalu ada. ”

(Maburr)

ABSTRAK

Radio merupakan media massa yang menyampaikan isi pesannya berupa informasi, berita, hiburan dan pendidikan dengan cara audio. Radio yang baik ialah radio yang keberadaannya dapat diterima dan disukai oleh masyarakat dan khususnya pendengar. Dalam hal ini Radio Salsabila FM Sampang harus melakukan strategi untuk meningkatkan jumlah pendengar agar bisa bertahan didalam persaingan industri yang semakin berkembang. Radio Salsabila FM sampang melakukan strategi komunikasi pemasaran terpadu untuk menarik minat pendengar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh Radio Salsabila FM. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan peneliti yaitu teori IMC (*Integrated Marketing Communication*) dan minat pendengar. Narasumber dari penelitian ini adalah direktur utama, marketing, dan dua pendengar Radio Salsabila FM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Salsabila FM menerapkan konsep-konsep komunikasi pemasaran terpadu yaitu, periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan pemasaran interaktif dengan memanfaatkan media antara lain media sosial, media audio dan media elektronik. Semua dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan dan menarik minat pendengar.

Kata kunci: komunikasi pemasaran terpadu, minat pendengar

ABSTRACT

Radio is a media information about the message that consist of information, news, entertainment and education by audio. Good radio is radio who can be accepted and liked by listeners. In this case Mentari FM Solo Radio have to do implement a strategy to increase of listeners so that they can survive in the improving competitive industry. Mentari FM Solo Radio carries out an integrated marketing communication strategy to attract listeners. The purpose of this study was to find out the integrated marketing communication strategy carried out by Mentari FM Radio. This research used descriptive qualitative method, by collecting data through interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques through reduction data, presentation data and conclusion drawing. The theory used by researchers is the theory of IMC (Integrated Marketing Communication) and the interest of listeners. The speakers from this study were consisted of the managing director, marketing, and two listeners of Mentari FM Radio. The results of this study indicated that Mentari FM apply integrated marketing communication concepts, namely, advertising, sales promotion, personal sales, public relations, direct marketing and interactive marketing by utilizing media including social media, audio media and electronic media. Every to dothe improve and interest of listeners.

Keywords: *integrated marketing communication, interest listeners*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya kepada kita, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu, yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Menarik Minat Pendengar Di Radio Salsabila FM Sampang. Skripsi yang peneliti ajukan ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam prosesnya, peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala. Namun berkat dukungan dan bimbingan dari begitu banyak pihak dan karunia yang diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa, maka kendala yang peneliti hadapi dapat teratasi. Pada kesempatan ini pula peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Peneliti 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 Dr. Rachmawati Novaria, MM., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu A.A.I Prihandari Satvikadewi, M.Med.Kom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi yang penulis hormati.
5. Dr. Ayun Maduwinarti, MP selaku dosen wali dan dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan beserta semangat dalam menyelesaikan skripsi peneliti.
6. Afifatur Rohimah, S.AB.,M.I.Kom selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu dan memberikan refrensi kepada peneliti.
7. Dosen pengajar prodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas refrensi tentang materi penelitian dan motivasinya yang membuat peneliti terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh staff Tata Usaha yang telah membantu dalam administrasi dari awal hingga akhir perkuliahan.
9. Bapak-bapak Staff perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang ikut membantu kelancaran proses penulisan skripsi.

10. Abah dan Ummi tercinta H. Moh Miskah dan Hj. Juhairiyah yang tak lelah mendidik dan membiayai kuliah hingga saat ini, serta selalu memberikan motivasi dan kasih sayang yang tidak akan bisa tergantikan.
11. Wiwik Suhartatik, Ratih Galuh Pradewi dan Hilmatul Hijroh yang telah mendukung, memberikan semangat serta memberi masukan dan membantu banyak hal dalam penulisan skripsi.
12. Teman-teman seperjuangan diantaranya, Vicky Rahmawati, Winda Prameswara, Rizki Fadila Amini, Aulia Nurul Fadzila, Detty, Maulina, Yuni, Almira Mirsanti setiawan dan Umar beserta seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015 yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan semangatnya.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karenanya, peneliti mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi almamater tercinta.

Surabaya, 16 Juli 2019

MABRUR

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Pengesahaan Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Motto	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Manfaat Penelitian	4
1.4 Sistematika Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Critical Review	8
2.3 Landasan Teori	8
2.3.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu	13
2.4 Definisi Konsep	13
2.4.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.4.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	17
2.4.3 Minat Pendengar	17
2.4.3.1 Pengertian Minat	18
2.4.3.2 Pengertian Pendengar	20
2.5 Kerangka Dasar Berpikir	
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Lokasi Penelitian	22
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	

3.5 Teknik Analisi Data	24
3.6 Teknik Keabsahan Data	26
BAB IV DESKRIPSI OBJEK, PENYAJIAN DATA, PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Diskripsi Objek	27
4.1.1 Profil Radio Salsabila FM	27
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	28
4.1.3 Program Radio Salsabila FM	29
4.1.4 Lokasi Perusahaan	30
4.1.5 Struktural Perusahaan	31
4.1.6 Profil Informan	32
4.2 Penyajian Data	33
4.2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	33
4.2.2 Minat Pendengar	37
4.3 Pembahasan dan Analisis	39
4.3.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	39
4.3.2 Minat Pendengar	43
4.4 Hasil Penelitian	44
4.4.1 Hasil Penelitian Berdasarkan Wawancara	44
4.4.2 Hasil Penelitian Berdasarkan Teori	45
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Program Siaran <i>on air</i> Harian	29
Tabel 4.2 Program Siaran <i>on air</i> Mingguan	30
Tabel 4.3 Profil Informan	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4.1 Logo Radio Salsabila FM Sampang	27
Gambar 4.2 Lokasi Radio Salsabila FM Sampang	30
Gambar 4.3 Struktur Pengurus PT. Radio Pas Navaka (Salsabila FM)	31

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Intervie Guide

LAMPIRAN 2 Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 3 Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 4 Uji Turnitin