

**STUDI KOMUNIKASI PEMASARAN STASIUN RADIO DAMASHINTA
97.1 FM PEKALONGAN DALAM MENDAPATKAN PENGIKLAN**

SKRIPSI



Oleh:

Risqi Rosalina

NIM. 153.060.017

Diajukan

**Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Yogyakarta**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STUDI KOMUNIKASI PEMASARAN STASIUN RADIO DAMASIHINTA
97.1 FM PEKALONGAN DALAM MENDAPATKAN PENGIRIAN

Dianutun Oleh :

Risap Rosalima
Nim 153060017

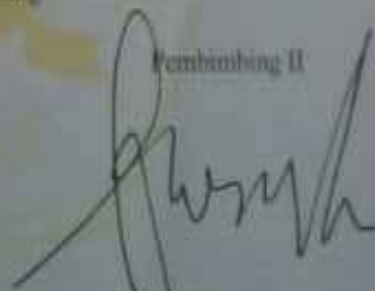
Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Retno Hendariningrum, M.Si
NPY 269069600641

Pembimbing II



Dr. Rusuki Agus S, M.Si
NPY 271059701751

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Studi Komunikasi Pemasaran Stasiun Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan Dalam Mendapatkan Pengiklan", merupakan karya tulis ilmiah yang saya susun sendiri dan tidak ada dalam karya tulisan ilmiah sebelumnya kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Yogyakarta, 1 Juni 2012

Penulis



Risqi Rosalina

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah disaji dan dibacakan lisan di hadapan tim penguji skripsi pada :

Hari/Tanggal : Jumat / 1 Juni 2012

Judul skripsi : Studi Komunikasi Pemasaran Stasiun Radio Damsuhinta 97.1 FM
Pekalongan Dalam mendapatkan Pengiklan

Penyusun : Rizqi Rosalina

NIM : 133060017

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas : Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

Tim Penguji :

1. Rena Hendariningrum, M.Si
NPY. 269069600641
Pembimbing I/ Penguji I
2. Dr. Haniki Agus S, M.Si
NPY. 271059701751
Pembimbing II/ Penguji II
3. Dra. Rr. Susilastuti DN, M.Si
NPY. 264028500221 / Penelaah
4. Ibhandi, M.Si
NIP. 197107141991031001 / Penelaah

Tanda Tangan:



MOTTO

*Tidak Semua MIMPI kita akan menjadi KENYATAAN.
Tapi tanpa bermimpi, kita tidak akan meraih apa-apa.*

*Saya tidak bangga karena kesalahan saya,
Tapi saya bangga karena saya dapat belajar dari kesalahan saya.*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebuah karya kecil ini aku persembahkan untuk:

Papa dan Mama,
thanks for your patience, this is the beginning of my journey to make you proud
of me,,
I do love you

My Hunny
Thanks for all your love and your support, I Love You hun,,

KATA PENGANTAR

Pertama-tama puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas menyusun skripsi dengan judul “Kompetisi Media Radio Di Pekalongan (Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Stasiun Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan Dalam Mendapatkan Pengiklan)” dengan baik dan benar. Skripsi merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran “ Yogyakarta.

Tak lupa juga ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dari awal hingga selesainya penyusunan laporan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Yth. Bapak Basuki Agus, selaku dosen wali penulis selama menjalankan studi di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
2. Yth. Ibu Retno, selaku dosen pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini, yang telah memberikan pengarahan, dukungan dan semangat sehingga laporan ini dapat terselesaikan.
3. Yth. Bapak Basuki Agus, selaku dosen pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini, yang telah memberikan semangat dan nasehat sehingga laporan penelitian ini dapat terselesaikan.

4. Yth. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, terimakasih atas ilmu dan pengalaman.
5. Mama dan papa, yang selalu support dan mendoakan aku selama mengerjakan penelitian ini. Kalian orang yang paling mengerti keadaan dan perjuangan ku disini. Lov u,,,
6. Dhika mahendra, huny ku, yang selalu cerewet dan selalu nasehatin buat fokus skripsi, akhirnya selesai juga hun. Terimakasih huny.
7. Terimakasih buat mas niar dan mbak ajeng, pertanyaan kalian memotivasi aq untuk menyelesaikan penelitian ini. De fayya yang lagi lucu-lucunya, akhirnya tante kelar juga, yipiii,,
8. Buat indah, motivator tentang hidupku. Banyak pelajaran tentang hidup yang aq pelajari dari ibu yang satu ini. Moga jadi nikah tahun ini ya buk,, hehe
9. Teman-teman ku, keluarga kowawa, buat sisri, tejo, yanti, pasa, uc, edot. Ga ada loe ga rame sob,,,
10. Teman-temanku kerja, keluarga 9com dan BSN, terimakasih buat pengalamannya dan diberi kesempatan untuk belajar disiplin dan kerja keras serta menjadi bagian keluarga kalian.
11. Teman-temanku komunikasi yang belum lulus, ayo buruan, waktu kontrak kita di kampus udah ga lama lagi. Semangat!

12. Kota Jogja, kota yang telah membuatku mandiri karena di kota ini aku menemukan ilmu, bertemu banyak teman, mempelajari arti hidup. Kota kenangan yang tak terlupakan...

Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dan semoga skripsi dapat digunakan dan bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, Juni 2012

Penulis

Risqi Rosalina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1. Tujuan Penelitian	8
1.3.2. Manfaat Penelitian	9
1.4. Kerangka Pemikiran dan Teori	9
1.4.1. Niche (Ekologi Media)	9
1.4.2. Komunikasi Pemasaran	12

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1. Komunikasi Pemasaran	21
2.1.1. Pengertian Komunikasi	21
2.1.2. Pengertian Pemasaran	22
2.1.3. Pengertian Komunikasi Pemasaran	25
2.2. Radio	34
2.2.1. Struktur Radio	36
2.2.2. Karakteristik Radio	36
2.2.3. Kekuatan dan Kelemahan Radio	37
BAB III. METODE PENELITIAN	41
3.1. Jenis Penelitian	41
3.2. Objek Penelitian	42
3.3. Sumber Data	42
3.4. Teknik Pengumpulan Data	43
3.5. Validitas	43
3.6. Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Hasil Penelitian	47
4.1.1. Sejarah Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan	47
4.1.2. Visi dan Misi Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan	49
4.1.2.1. Visi Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan	49
4.1.2.2. Misi Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan	49
4.1.3. Struktur Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan	49

4.1.4. Profil Pendengar Radio Damashinta 97.1 FM	
Pekalongan	56
4.1.4.1. Pendengar Radio Damashinta	
Berdasarkan Usia...	56
4.1.4.2. Pendengar Radio Damashinta Berdasarkan	
Status Ekonomi Sosial	56
4.1.4.3. Pendengar Radio Damashinta Berdasarkan	
Gender	57
4.1.5. Filosofi Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan	57
4.1.6. Musik / Lagu Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan..	58
4.1.7. Penyiar / Disc Jockey (DJ) Radio Damashinta	
97.1 FM Pekalongan	58
4.1.8. Format Acara Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan..	59
4.1.9. Kelebihan Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan	63
4.1.10. Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Damashinta	
97.1 FM Pekalongan	65
4.2. Pembahasan.....	102
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1. Kesimpulan	105
5.2. Saran	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Model Komunikasi Pemasaran	14
Gambar 4.1.3. Struktur Radio Damashinta 97,1 FM Pekalongan.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perbedaan Antar Radio Yang Ada Di Pekalongan	83
--------------------------------------------------------------	----

ABSTRAK

Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan, sebagai radio lokal yang ada di Pekalongan, menghadapi persaingan dalam memperebutkan pendengar dengan radio lokal lainnya. Sehingga radio Damashinta memerlukan komunikasi yang strategis untuk dapat dapat bersaing dalam memperebutkan pendengar dan perusahaan iklan. Peneliti memilih Radio Damashinta Pekalongan, karena radio ini mempunyai banyak pendengar atau fans setia yang berjumlah 336.500 pendengar. Radio Damashinta memiliki gelombang 97.1 MHz yang memiliki slogan “Radionya Pekalongan, *a cool station*”. Untuk menjaga para fans setianya, radio Damashinta sering mengadakan suatu perkumpulan sesuai dengan minat pendengar, seperti para slankers dan godam (goyang damashinta). Tujuannya agar tidak ada jarak antara pendengar dan penyiar. Tujuan ini dilakukan oleh radio Damashinta sebagai salah satu usaha dalam menghadapi persaingan antar radio yang ada di Pekalongan. Fenomena ini menimbulkan terjadinya persaingan antar radio lokal dalam mendapatkan pendengar maupun pengiklan. Perkembangan radio di Pekalongan yang banyak bermunculan mengakibatkan adanya persaingan yang ketat diantara stasiun-stasiun radio itu sendiri. Persaingan ketat terjadi karena adanya perebutan pangsa pendengar khususnya di Pekalongan sendiri.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif tentang strategi komunikasi pemasaran Radio Damashinta 97,1 FM Pekalongan yang bertujuan mengupayakan suatu penelitian dengan cara menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dari suatu peristiwa serta sifat-sifat tertentu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, Observasi dan studi pustaka.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah bahwa radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan berkompetisi antar radio di Pekalongan dalam mendapatkan pengiklan yaitu dengan menyiarkan program-program acara sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pendengar berusia 10-24 tahun yang menarik agar banyak didengar dan memperoleh rating tinggi sehingga pengiklan mau mengiklankan produknya di radio. Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan melakukan strategi komunikasi pemasaran yang terdiri dari periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan radio Damashinta dan penjualan personal. Upaya yang diterapkan Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan dalam menghadapi persaingan dengan radio kompetitor lain yang ada di Pekalongan yaitu dengan melakukan survei trend pendengar, kondisi persaingan radio, Item program yang sudah ada di Pekalongan dan menyesuaikan program kampanye produk pengiklan.

ABSTRACT

Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan is a local radio in Pekalongan, competition to get the listener to other local radio on the same segment in Pekalongan. Radio Damashinta need a strategic communication to be able to become a winner in competition getting the audience and advertising companies. Researchers choose Radio Damashinta Pekalongan, because radio has a lot of loyal listeners or fans which amounts to 336.500 listeners. Radio waves of 97.1 MHz Damashinta have the slogan "The radio Pekalongan, a cool station". To keep his loyal fans, radio Damashinta associations often hold a hearing in accordance with the interests, such as the slankers and godam (goyang damashinta). The goal is that there is no distance between the listener and the broadcaster. This objective is carried out by radio Damashinta as one business in the competition among radio in Pekalongan. These phenomena lead to a competition among local radio listeners and advertisers get. The development of radio in many emerging Pekalongan result of intense competition among radio stations themselves. Intense competition is due to the seizure of audience share, especially in Pekalongan.

This study is a qualitative descriptive on marketing communications strategies Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan pursue a study aimed at describing with systematic, factual and accurate information on the facts. Data collection techniques in the study conducted by interview, observation and literature study.

The results obtained are that the radio Damashinta 97.1 FM in Pekalongan competing inter Pekalongan in getting advertisers to broadcast the ceremony programs according to the needs and desires of listeners aged 10-24 years who attracted so much to hear and get a high rating so that advertisers want to advertise products on the radio Damashinta. Radio Damashinta 97.1 FM Pekalongan perform marketing communication strategy consisting of advertising, direct marketing, sales promotion, public relations and publicity, a variety of programs designed to promote Damashinta radio and personal selling. The effort applied Damashinta Radio 97.1 FM Pekalongan in competition with other existing radio competitors in Pekalongan is conducting a survey audience trends, competitive conditions radio, program items that are already in Pekalongan and adjust advertiser's product campaign program.