

## 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.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xix

## BAB. I

### PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Kerangka Teori dan Konsep.....	11
1.5.1. Teori Perencanaan Komunikasi.....	11
1.5.2. Identifikasi Segmentasi, Target, Posisi dan Pesaing Pasar.....	14
1.5.3. Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	24
1.5.4. Bauran Promosi.....	36
1.5.5. Analisis SWOT.....	47
1.5.6. Kerangka Pemikiran.....	49

## **BAB. II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	50
2.1.1. Strategi.....	50
2.1.2. Komunikasi.....	51
2.1.3. Pemasaran.....	52
2.1.4. Komunikasi dan Pemasaran.....	53
2.1.5. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	54
2.2. Analisis Strategi Pemasaran.....	56
2.2.1. Analisis Peluang Pasar.....	56
2.2.2. Analisis Kompetitif atau Pesaing.....	57
2.2.3. Analisis Perilaku Konsumen.....	59
2.3. Filosofi Periklanan.....	61
2.3.1. Tinjauan Periklanan dari Sisi Promosi dan Pemasaran.....	61
2.4. Iklan Penyiaran Radio.....	63
2.4.1. Periklanan dan Radio.....	63
2.4.2. Kekuatan dan Kelemahan Radio.....	65
2.4.2. Periklanan di Penyiaran Radio.....	70
2.4.4. Kontrak Siaran Iklan Radio.....	73
2.4.3. Jenis Iklan di Penyiaran Radio.....	75
2.4.4. Elemen Iklan Radio.....	78
2.5. Penelitian Terdahulu.....	82

## **BAB. III**

### **METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian.....	88
3.2. Lokasi Penelitian.....	90
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	90
3.4. Teknik Analisis Data.....	95
3.5. Keabsahan Data.....	98

## **BAB. IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	101
4.1.1. Sejarah Singkat dan Perkembangan <i>Rakosa Female Radio</i> .....	101
4.1.2. Lokasi <i>Rakosa Female Radio</i> .....	104
4.1.3. Visi Misi <i>Rakosa Female Radio</i> .....	105
4.1.4. Tujuan <i>Rakosa Female Radio</i> .....	106
4.1.5. Logo dan Identitas <i>Rakosa Female Radio</i> .....	106
4.1.6. Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan.....	108
4.2. Hasil Penelitian.....	113
4.2.1. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> dan Pesaing Pasar dari <i>Rakosa Female Radio</i> .....	113
4.2.1.1. Segmentasi Pasar.....	113
4.2.1.2. <i>Targeting</i> Pasar.....	114
4.2.1.3. <i>Positioning</i> Pasar.....	115
4.2.1.4. Pesaing Pasar.....	115
4.2.2. Perencanaan Komunikasi Pemasaran.....	118
4.2.2.1. Analisis Situasi.....	119
4.2.2.2. Penyusunan Progam Strategi Komunikasi Pemasaran.....	121
4.2.2.3. Penyusunan Anggaran.....	146
4.2.3. Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran.....	147
4.2.4. Proses Adminitrasi Penyiaran Iklan.....	169
4.2.5. Evaluasi Pelaksanaan.....	172
4.2.5.1. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran.....	172
4.2.5.2. Langkah-langkah dalam Menghadapi Masalah.....	180
4.3. Pembahasan.....	183

## **BAB. V**

### **PENUTUP**

5.1. Kesimpulan.....	196
----------------------	-----

5.2. Saran.....203

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

1.1. Grafik Peningkatan Pendengar <i>Radio Streaming</i> di Amerika Serikat.....	3
1.2. Diagram Data <i>Radio Consumer View</i> 2017.....	4
1.3. Diagram Data <i>Consumer Media View</i> and <i>Radio Consumer View</i> 2017.....	6
4.1. Logo <i>Rakosa Female Radio</i> .....	106
4.2. Aktivitas Siaran <i>On Air</i> Progam <i>Kreasiana</i> bersama KPU DIY.....	128
4.3. Foto Kedatangan Artis Reza Rahadian dan Ayusitha.....	130
4.4. Piagam Penghargaan MURI dan Acara Konvoi Kendaraan Berpasangan...	132
4.5. Piagam Penghargaan MURI dalam Acara Dansa Sepanjang Malioboro.....	133
4.6. Piagam Penghargaan MURI dalam Acara Pemeriksaan Anemia Terbesar..	135
4.7. Foto Kegiatan <i>Car Free Day</i> bareng <i>Rakosa Female Radio</i> .....	136
4.8. Foto Kegiatan Rebo Pon.....	137
4.9. Foto Penyelenggaran Audisi Indonesian Idol.....	138
4.10. Foto Penyelenggaraan Acara Masak Komunitas Kuliner <i>Rakosa</i> .....	139
4.11. Foto Acara Ulang Tahun Celebrity Fitnes dengan Zumba Party.....	139
4.12. <i>Live Talkshow</i> bersama DPRD Kab. Sleman.....	142
4.13. Kegiatan <i>Marketing Day</i> .....	143
4.14. Progam Sebar Serentak yang Tayang di Majalah SCH.....	149
4.15. Progam Jaring Radio.....	151
4.16. <i>Screenshot Website Rakosa Female Radio</i> .....	152
4.17. <i>Screenshot</i> Aktivitas Periklanan Melalui Instagram.....	154
4.18. Media <i>Outdoor</i> : <i>Billboard Rakosa Female Radio</i> .....	155

4.19. Aktivitas Syawalan RB Group 2019.....	161
4.20. Foto Kegiatan Sebar Serentak 2019.....	162

## DAFTAR TABEL

1.1. Data Pemasang Iklan di <i>Rakosa Female Radio</i> 2 (dua) tahun terakhir.....	8
1.2. Elemen-Elemen Promosi.....	37
4.2. Progam Acara Siaran <i>Rakosa Female Radio</i> .....	124

## DAFTAR BAGAN

1.1. Kerangka Pemikiran.....	49
2.1. Garis Besar Analisis Perilaku Konsumen.....	60
4.1. Struktur Organisasi <i>Rakosa Female Radio</i> tahun 2019.....	108
4.2. Hasil Penelitian.....	195