

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
RADIO SWARA KONCO TANI 702 AM YOGYAKARTA  
DALAM MENARIK MINAT PENGIKLAN**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :  
Tri Hatmoko Yuhantomo  
(153060108)**

Diajukan  
Untuk Memenuhi Persyaratan Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Yogyakarta

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

**2011**

## ABSTRAK

Radio siaran seperti halnya media lainnya, hidup dan berkembang dari aktifitas periklanan. Pengiklan kini semakin selektif dalam menentukan media mana yang akan digunakan. Yogyakarta sebagai kota yang terus berkembang dikatakan memiliki potensi besar dalam berbagai hal termasuk dalam industri radio. Berbagai stasiun radio mulai tumbuh, diantaranya Radio Swara Konco Tani dengan segmentasi Melestarikan dan mempertahankan budaya Jawa, dengan program siaran yang 90% menggunakan bahasa Jawa serta program musik, hiburan dan informasi yang sangat kental dengan budaya Jawa. Segmentasi tersebut akan menjadi daya tarik tersendiri bagi radio Swara Konco Tani dalam menarik minat pengiklan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui berbagai strategi komunikasi pemasaran Radio Swara Konco Tani Yogyakarta untuk menarik minat pengiklan. Upaya-upaya yang dilakukan Radio Swara Konco Tani dalam menghadapi persaingan antara radio *competitor*, faktor penentu keberhasilan Radio Swara Konco Tani dalam menarik klien dan hambatan-hambatan yang dialami dalam melaksanakan strategi tersebut. Teknik pengumpulan data dengan melakukan *interview* kepada Bagian Direktur Operasional, Bagian Marketing Radio Swara Konco Tani dan klien. Peneliti juga melakukan observasi serta didukung dengan dokumen dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian ini lebih mengarah pada metode deskriptif yaitu penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh Radio Swara Konco Tani dalam usaha menarik minat pengiklan. Dari hasil penelitian yang dilakukan Radio Swara Konco Tani menggunakan komunikasi pemasaran yang ada dalam bauran promosi yaitu : periklanan, promosi penjualan, *Personal selling*, *Public relation* dan *Direct marketing*. Namun yang menjadi perhatian utama dan sering mereka terapkan dalam menjalankan strategi tersebut yaitu periklanan dan Promosi penjualan mereka menganggap strategi tersebut lebih efektif dan efisien dalam membidik calon konsumen meski dalam pelaksanaannya semua saling melengkapi. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Radio Swara Konco Tani cenderung konsentrasi mereka pada periklanan dan Promosi Penjualan untuk menarik minat pengiklan, karena lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan strategi yang lain. Periklanan merupakan langkah yang tepat untuk membantu memperlancar jalannya komunikasi pemasaran meski biaya yang dikeluarkan tidak sedikit, namun Radio memiliki kerjasama dengan media lain dengan system barter dalam kegiatan periklanan. Efektifitasnya kegiatan periklanan dirasa lebih terasa dibandingkan dengan strategi promosi lain. Sedangkan untuk Promosi penjualan menggunakan kegiatan *On air* dan *off air* kegiatan tersebut untuk meningkatkan minat pendengar Radio Swara Konco Tani dengan tujuan menarik pengiklan.

## **ABSTRACT**

Radio broadcasts as well as other media, live and thrive from advertising activities. Advertisers are now increasingly selective in deciding which media to use. Yogyakarta as a city that continues to evolve is said to have great potential in a variety of things including the radio industry. Various radio stations began to grow, including Radio Swara Konco Tani Preserve and maintain the segmentation of Javanese culture, with 90% of broadcast programs using the Java language and music programs, entertainment and information that is very thick with Javanese culture. Segmentation will be the main attraction for Radio Swara Konco Tani in attracting advertisers. The purpose of this research is to find a variety of marketing communications strategies Radio Swara Konco Tani of Yogyakarta to attract advertisers. The efforts undertaken Radio Swara Konco Tani in the face of competition between radio competitor, critical success factors in Radio Swara Konco Tani attract clients and the constraints experienced in implementing the strategy. Data collection techniques by conducting interviews to The Director of Operations, The Marketing Radio Swara Konco Tani and clients. Researchers also observed and supported by documents and literature study. This study uses a qualitative research method research that generates data in the form of words written or oral from the people and the observed behavior. This study led to the descriptive method of research that aims to understand the phenomenon of what is experienced by the Radio Swara Konco Tani in an effort to attract advertisers. From the results of research conducted using the Radio Swara Konco Tani existing marketing communication in the promotion mix: advertising, sales promotion, personal selling, public relations and direct marketing. But of major concern and often they apply in the strategy of advertising and sales promotion strategies they deem it more effective and efficient in targeting potential customers in its implementation despite all complement each other. Based on this can be concluded that the marketing communication strategy implemented Radio Swara Konco Tani tend their concentrations have on advertising and sales promotion to attract advertisers, because it is more effective and efficient compared with other strategies. Advertising is the right step to help facilitate the marketing communications nets although no small cost, but radio has cooperation with other media with a barter system in advertising activities. Perceived effectiveness of advertising activity more pronounced than with any other promotion strategies. As for the use of sales promotion activities On the water and off water activities to increase interest Radio Swara Konco Tani listeners in order attract advertisers.