

ABSTRAK

Persaingan radio tidak hanya di kota-kota besar di Indonesia tetapi juga di kota kecil seperti Magelang. Radio Merapi Indah Magelang menerapkan berbagai strategi untuk bersaing dalam mendapatkan pengiklan, yang menjadi pesaing yaitu radio CBS FM karena memiliki sasaran pasar dan program siaran yang hampir sama dengan radio Merapi Indah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh radio Merapi Indah Magelang dalam meningkatkan jumlah pemasang iklan beserta faktor penghambat dan pendukungnya. Metode penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya radio Merapi Indah Magelang dalam meningkatkan jumlah pemasang iklan melalui lima elemen strategi komunikasi pemasaran yaitu periklanan, penjualan langsung, promosi penjualan, publisitas dan *public relations*, dan pemasaran langsung. Strategi lain yaitu dengan *service spreading* yang merupakan layanan kepada pemasang iklan dalam membantu menjualkan produknya ke warung-warung. Penelitian ini juga menemukan beberapa faktor pendukung serta penghambat strategi komunikasi pemasaran yang telah direncanakan. Faktor pendukung antara lain kredibilitas yang dibangun selama 20 tahun, mempunyai pendengar yang loyal, memiliki *service spreading* pemerataan produk dari klien, mempunyai berbagai macam produk jasa yang di tawarkan, positioning yang mampu menarik perhatian klien, promosi yang efektif dan efisien, dan peralatan yang lengkap untuk mendukung aktivitas promosi. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu SDM (Sumber Daya Manusia) yang kurang profesional karena keterbatasannya jumlah karyawan dan masalah persaingan harga.

Kata Kunci : Strategi komunikasi pemasaran, radio, *service spreading*

ABSTRACT

The competitions of radio not only happen in the big city in indonesia, but also in small town in indonesia such as in Magelang. Merapi indah radio apply some strategies to compete to get advertisers. CBS FM radio become competitor because it has a target and broadcast programs similar to merapi indah radio. The purpose of this study is To determine marketing communication strategy undertaken by Merapi indah radio to increase the number of advertisers and enabling and inhibiting factors. This research method is descriptive qualitative method . Data collection techniques obtained from interviews , observation , and documentation . The result of shows indicate that the efforts of Merapi indah radio in increasing the number of advertisers through advertising , direct sales , sales promotion , publicity and public relations , and direct marketing. The other strategies are service spreading that is serves to the advertiser to help sell their product to the shops. retain clients advertisers for long-term cooperation. This study also found several supporting and inhibiting factors of marketing communications strategy that has been planned . Supporting factors , they are the credibility that was built for 20 years , has a loyal listener , have service spreading equity products from clients , have some products on offer services , positioning that is able to attract the attention of clients , effective promotion and efficient , and complete equipment to support promotional activities . Meanwhile, the inhibiting factor is the human resources which is low professional work , because its number of employes and the problem of price competition.

Keyword : Marketing communications strategy, radio, service spreading