



**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI BENS RADIO DEMI
MEMPERTAHANKAN PENDENGAR DI ERA DIGITAL**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Dimas Handy Wibisana

NIM: 1810411061



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan kebenarannya.

Nama : Dimas Handy Wibisana

NIM : 1810411061

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bila mana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 01 Mei 2023

Yang menyatakan,



Dimas Handy Wibisana

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Handy Wibisana
NIM : 1810411061
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI BENS RADIO DEMI
MEMPERTAHANKAN PENDENGAR DI ERA DIGITAL**

Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak mengalih media/memformatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi Skripsi saya selama tetap mencantumkan saya sebagai penulis dan pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada Tanggal: 01 Mei 2023

Yang menyatakan,



Dimas Handy Wibisana

ii

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Dimas Handy Wibisana
NIM : 1810411061
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Penerapan Strategi Komunikasi Bens Radio demi Mempertahankan Pendengar di Era Digital

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dra. Siti Maryam, M.Si.)

Penguji 1



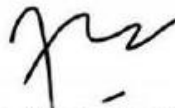
(Dr. Drina Intyaswati)

Penguji 2



(Dr. Priyono Sadjijo)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Dr. Fitria Ayuningstyas S.Sos. M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 19 Mei 2023

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul *Penerapan Strategi Komunikasi Bens Radio demi Mempertahankan Pendengar di Era Digital* dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian skripsi ini dibuat guna sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil. Pada kesempatan ini dengan segala hormat, perkenankan peneliti untuk mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung proses penyelesaian penelitian ini, pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Dra. Siti Maryam, M.Si. selaku Dosen Pembimbing 1 yang membantu meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan arahan yang membangun untuk peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Priyono Sadjjo, M.Si., selaku Dosen Pembimbing 2 yang senantiasa memberikan kritik, masukan, dan saran yang membangun serta bermanfaat dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Kusumajanti, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Ibu, Ayah, Mba Ajeng, dan Mas Chandra yang selalu memberikan semangat , dukungan, dan doa yang tidak pernah putus selama peneliti menyusun skripsi ini.
6. Teman-teman yang telah menemani dari semester 1 hingga sekarang yaitu Ariq Fauzan, Muhammad Fachry, dan Achmad Septian. Sahabat yang selalu menjadi

tempat cerita, selalu ada untuk bertukar pikiran, saling mendukung dan memberikan semangat hingga penelitian ini dapat terselesaikan.

7. Bens Radio yang telah mengizinkan peneliti untuk menjadikannya objek penelitian, memberikan data-data pendukung, dan memberikan kemudahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Kiki Rizki Larasati selaku pendamping peneliti yang selalu hadir, memberi semangat serta dukungan penuh dan membantu peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
9. Semua orang yang terkait dengan Bidikmisi sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan S1.
10. Terakhir untuk diri sendiri, terima kasih sudah berjuang hingga akhir, sebelumnya tidak pernah terbayangkan bisa melangkah sejauh ini, dan saya bangga akan hal itu.

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah peneliti kerjakan dengan maksimal ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga nantinya dapat meningkatkan mutu penelitian ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Atas perhatiannya, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta,

PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI BENS RADIO DEMI MEMPERTAHANKAN PENDENGAR DI ERA DIGITAL

DIMAS HANDY WIBISANA

ABSTRAK

Radio merupakan komunikasi massa satu arah yang menyampaikan pesan berupa berita, informasi dan hiburan kepada khalayak yang sangat luas. Sebagai salah satu Benstuk komunikasi massa yang masih kita dengar dan nikmati, radio hadir jauh sebelum menjadi media komunikasi massa seperti sekarang ini. Dengan perkembangan tersebut, Bens Radio menjadi salah satu stasiun radio yang masih aktif membangun brand mereka di era digital. Radio Bens yang merupakan satu-satunya radio Betawi yang masih menjunjung tinggi keaslian memiliki keunikan dan cara tersendiri dalam mengembangkan komunikasi. Strategi mempertahankan pendengar di era digital.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang berfokus pada penerapan strategi komunikasi Bens Radio demi mempertahankan pendengar di era digital. Informan penelitian ini berjumlah 7 orang yang dipilih dengan kriteria tertentu. Penelitian ini menggunakan model (PESO) Paid Media, Earned Media, Shared Media, dan Owned Media. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka dalam Benstuk deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bens Radio tidak sepenuhnya menggunakan model PESO dalam mengimplementasikan strategi komunikasinya, hanya menggunakan model earned media, shared media, dan own media, sedangkan untuk media berbayar, Bens Radio tidak menggunakannya untuk komunikasi. Strategi. Selain itu, radio Bens menggunakan strategi lain sebagai pelengkap yaitu strategi *riding the wave*.

Kata Kunci: Media Radio, Strategi Komunikasi, Paid Media, Earned Media, Shared Media, Owned Media

**IMPLEMENTATION OF BENS RADIO'S COMMUNICATION
STRATEGIES FOR MAINTAINING LISTENER IN THE DIGITAL ERA**

DIMAS HANDY WIBISANA

ABSTRACT

Radio is a type of one-way mass media that reaches a very wide audience with messages in the form of news, information and entertainment. One of her mass media that we still enjoy listening to, radio has come a long way to become the mass communication medium it is today. In addition to these developments, Bens Radio is one of the radio stations that is actively building its brand in the digital age. Ben's radio, which still holds his credibility as the only Betawi radio, has its own uniqueness and the way it develops communication strategies to engage listeners. in the digital age.

The research uses a qualitative methodology with a case-study approach that focuses on Bens Radio's media communications strategy for engaging listeners in the digital age. In this survey, there were 7 informants who were selected based on specific criteria. The study uses a Paid Media Earned Media Shared Media Owned Media (PESO) model. This study will use a data collection technique of in-depth interviews, observations, and narrative literature reviews.

The study found that Bens Radio did not fully leverage the PESO model when implementing its communications strategy, using only earned, shared and owned media models, and paid It turns out that you don't use the PESO model for your media strategy. of communication. Additionally, Ben's radio has adopted another strategy as a supplement, and this one is riding the wave.

Keywords: Radio Media, Communication Strategy, Paid Media, Earned Media, Shared Media, Owned Media

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Konsep dan Teori Penelitian	12
2.1.1 Strategi Komunikasi.....	12
2.1.2 Media Massa Radio.....	16
2.1.3 Era Digital	18
2.2 Model Pes.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22

BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Objek Penelitian.....	24
3.1.1 Bens Radio	24
3.2 Jenis Penelitian.....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.1 Wawancara.....	26
3.3.2 Observasi.....	28
3.3.3 Studi Pustaka.....	29
3.4 Sumber Data.....	29
3.4.1 Data Primer	29
3.4.2 Data Sekunder.....	30
3.4.3 Subjek Penelitian	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.6 Teknik Keabsahan Data	32
3.7 Rencana Waktu Penelitian	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Sejarah Perusahaan	35
4.1.2 Logo Perusahaan	37
4.1.3 Informan.....	37
4.1.4 Deskripsi Hasil Penelitian.....	40
4.2 Pembahasan.....	44
4.2.1 Strategi Komunikasi Bens Radio sesuai Model PESO	45
4.2.1.1 Paid Media	45
4.2.1.2 Earned Media	46
4.2.1.3 Shared Media	49
4.2.1.4 Owned Media.....	55
4.2.2 Strategi alternatif	59

BAB V	62
PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Saran Praktis	64
5.2.2 Saran Teoritis	64
 DAFTAR PUSTAKA	 66
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Urutan Radio Dengan Pendengar Terbanyak Se-Jabodetabek	4
Tabel 2 Kerangka Pemikiran.....	22
Tabel 3 Waktu Penelitian	33
Tabel 4 Program Bens Radio	36
Tabel 5 Daftar Narasumber	38
Tabel 6 Sosial Media Bens Radio	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Survei Pendengar Radio di Indonesia	3
Gambar 2 Model Peso.....	19
Gambar 3 logo Bens Radio	37
Gambar 4 Berita Bens Radio di CNN Indonesia	47
Gambar 5 Kerjasama Bens Radio dengan TVRI	48
Gambar 6 Instagram Bens Radio	51
Gambar 7 Twitter Bens Radio.....	52
Gambar 8 Facebook Bens Radio.....	53
Gambar 9 Youtube Bens Radio	54
Gambar 10 Website Bens Radio	56
Gambar 11 Streaming melalui Bensradio.com	57
Gambar 12 pola Model Peso Bens Radio	58
Gambar 13 Postingan Bens Radio saat Piala Dunia 2022.....	60
Gambar 14 Postingan Bens Radio menanggapi <i>app whatsapp down</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	70
Lampiran 2 Transkrip Wawancara dan Coding	72
Lampiran 3 Dokumentasi	109
Lampiran 4 Riwayat Hidup	111
Lampiran 5 Uji Turnitin	112