



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PENDENGAR: STUDI KASUS
PROGRAM 'KIS IN THE MORNING'**

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

Nama : Yudhistira Akbar HK

NIM : 2110411065



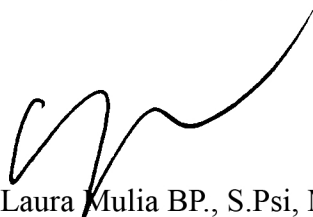
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL VETERAN JAKARTA**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Yudhistira Akbar HK
NIM : 2110411065
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar: Studi Kasus Program 'KIS in the Morning

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



(Ratu Laura Mulia BP., S.Psi, M.Sc)

Penguji 1



(Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si.)

Penguji 2



(Ratu Nadya W., S.Ikom., MM.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 19 Januari 2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Yudhistira Akbar Heidar Kemalsyah

NIM : 2110411065

Program Studi : SI Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Desember 2025

Yang menyatakan,



Yudhistira Akbar Heidar K

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Yudhistira Akbar Heidar Kemalsyah
NIM : 2110411065
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : SI 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:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS PENDENGAR: STUDI KASUS PROGRAM 'KIS IN THE
MORNING'**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 19 Desember
2025

Yang menyatakan,


Yudhistira Akbar Heidar K

Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas

Pendengar: Studi Kasus Program 'KIS in the Morning'

ABSTRAK

Industri penyiaran radio tengah menghadapi tantangan yang akhirnya memaksa adaptasi strategi untuk mempertahankan eksistensi dan loyalitas pendengar lewat digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Radio KIS 95.1 FM melalui program unggulannya, KIS in the Morning, dalam upaya meningkatkan loyalitas pendengar di tengah persaingan media yang ketat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan penyiar, tim manajemen, dan pendengar, serta didukung oleh observasi partisipatif dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan kerangka teori Integrated Marketing Communication (IMC) dan konsep Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa KIS 95.1 FM menerapkan strategi komunikasi pemasaran terintegrasi yang bertumpu pada empat pilar utama. Pertama, efektivitas personal selling melalui karakter penyiar yang membangun hubungan emosional berbasis "persahabatan" dan autentisitas. Kedua, penerapan interactive marketing yang inklusif melalui pemanfaatan teknologi digital (voice notes dan media sosial) untuk meningkatkan keterlibatan pendengar. Ketiga, konsistensi pesan dan branding yang dijaga ketat melalui sinergi manajerial untuk menciptakan brand identity yang solid sesuai tagline #EmbraceTheWomanInYou. Keempat, transformasi loyalitas melalui pengelolaan komunitas yang mengubah pendengar pasif menjadi partisipan aktif lewat validasi acara off-air dan strategi retensi di grup komunitas digital. Kesimpulannya, sinergi antara pendekatan humanis penyiar dan strategi IMC yang terstruktur efektif menciptakan ikatan emosional yang kuat dan meningkatkan loyalitas pendengar KIS 95.1 FM.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Pemasaran, Integrated Marketing Communication (IMC), Loyalitas Pendengar, Radio, Personal Selling.*

***Marketing Communication Strategy for Enhancing Listener
Loyalty: A Case Study of the 'KIS in the Morning' Program***

ABSTRACT

The radio broadcasting industry currently faces challenges of digital disruption, demanding strategic adaptation to maintain existence and listener loyalty. This study aims to analyze the marketing communication strategy implemented by Radio KIS 95.1 FM through its flagship program, KIS in the Morning, in an effort to increase listener loyalty amidst intense media competition. This research employs a descriptive qualitative method with a case study approach. Data collection was conducted through in-depth interviews with announcers, the management team, and listeners, supported by participatory observation and documentation. Data analysis was performed using the Integrated Marketing Communication (IMC) theoretical framework and Customer Loyalty concepts.

The results show that KIS 95.1 FM implements an integrated marketing communication strategy resting on four main pillars. First, the effectiveness of personal selling through announcer characters that build emotional relationships based on "friendship" and authenticity. Second, the implementation of inclusive interactive marketing through the utilization of digital technology (voice notes and social media) to enhance listener engagement. Third, consistency of message and branding, strictly maintained through managerial synergy to create a solid brand identity in accordance with the tagline #EmbraceTheWomanInYou. Fourth, loyalty transformation through community management that converts passive listeners into active participants via off-air event validation and retention strategies in digital community groups. In conclusion, the synergy between the announcers' humanist approach and a structured IMC strategy effectively creates strong emotional bonds and increases the loyalty of KIS 95.1 FM listeners.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Integrated Marketing Communication (IMC), Listener Loyalty, Radio, Personal Selling.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT lagi Maha Kaya Ilmu-Nya, yang telah memberikan limpahan barokah ilmu dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar: Studi Kasus Program 'KIS in the Morning'”**. Shalawat dan berkah salam semoga selalu terlimpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Adapun ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan serta doa dalam penyusunan karya ilmiah ini, secara khusus kepada:

1. Untuk Dr. S. Bekti Istiyanto, M.Si Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPNVJ atas fasilitas kampus yang diberikan selama proses penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan.
2. Untuk Uljanatunnisa, S.Sos.MA Selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi atas ketersediaan waktu yang diberikan selama proses penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan
3. Ratu Laura Mulia BP., S.Psi, M.Sc. Selaku dosen pembimbing skripsi atas bimbingan, arahan, serta saran selama proses penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan.
4. Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si. dan Ratu Nadya W., S.Ikom., MM. Selaku dosen penguji yang telah memberikan ilmu, kritik, dan masukan yang membangun untuk skripsi ini.
5. Untuk Abah Udjo, Uni Ivy, Kak Sasha, Kak Vega, Bang Ken, Kak Fikong, dan KIS 95.1 FM yang telah memberikan berbagai fasilitas yang dibutuhkan bagi penulis.
6. Untuk Mamaku tercinta, Almh Ninies Roesilawati S.H yang sering berkunjung di mimpi pada proses penyusunan skripsi ini. Semangat dan keras nya kasih sayangmu yang membuat ini semua bisa selesai.
7. Untuk Papaku tersayang, Alm Iswahyudi S.H yang sudah mengajarkan bagaimana menjadi laki-laki. Terbayang selalu candaan dan nasihat baik semasa papa masih ada didunia.
8. Untuk Mba Prima, Mas Kiki, Mas Ikang, Mas Erwin, Mba Ayu, Raina, Ranu, Barra, dan Belva. Yang selalu bersedia untuk membantu, mendengar,

dan memberikan dorongan selama proses skripsi ini disusun ataupun saat masa pendewasaan Penulis.

9. Untuk Fadhil, Abi, Tristan, Nabel, Angga, Zq, Abed, Farel, Fio, Sadam, Rean, Apis, Kariesya, dan Dysha yang selalu menemani sedari masa sekolah sampai saat masa sulit pada proses penulisan skripsi.
10. Untuk Sekar, Ila, Adan, Fazila, Nidi, Cici, dan terkhusus Ade Fitria yang sudah membantu dan menemani penulis sedari awal perkuliahan hingga dipenghujung akhir masa perkuliahan ini.
11. Untuk Aqsha, Tedi, Nafira, Ara, Puti, Rai, Roro, Caca, dan Jeki yang telah berproses dan terus membersamai penulis.
12. Untuk Khailla Difaria Khansa yang pernah menjadi motivasi dan semangat dalam proses menyusun skripsi. Untuk Segala perubahan dan ketidakpastian ini semoga aku, dan kamu selalu diberikan kelancaran dan kebahagiaan.
13. Untuk Fourtyfive Radio batch XIII terkhusus PLAYHITZ batch 13 Farida dan Hafa yang sudah mau berproses selama masa perkuliahan penulis.
14. Untuk Bucky seekor anjing French Bulldog yang selalu ada menunggu, menemani, menghibur, dan mendengar keluh kesah selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
15. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa laporan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, meskipun penulis sudah berusaha sebaik mungkin. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Tiada awal tanpa akhir, maka penulis cukupkan prakata dalam laporan Skripsi ini, dan penulis berharap semoga bermanfaat.

Jakarta, 20 Desember 2025

Yudhistira Akbar HK

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Teoritis.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Praktis.....	11
1.4.2 Manfaat Akademis.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian terdahulu.....	13
2.2 Tinjauan Pustaka.....	28
2.2.1 Landasan Teori.....	28
2.2.2 Konsep Penelitian.....	28
2.2.2.1 Komunikasi Massa.....	28
2.2.2.2 Strategi Komunikasi.....	30
2.2.2.3 Radio.....	33
2.2.2.4 Penyiar.....	37
2.2.2.5 Pendengar Radio.....	39
2.2.2.6 Loyalitas.....	41
2.2.2.7 Marketing Communication Mix.....	44
2.3 Kerangka berpikir.....	45
BAB III	
METODE PENELITIAN	47
3.1 Objek Penelitian.....	47
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	48
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	48
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	49
3.4 Sumber Data Penelitian.....	49

3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Uji Keabsahan Data	54
3.6.1 Triangulasi Sumber	54
3.6.2 Triangulasi Teknik	56
BAB IV	58
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	58
4.1.1. Profil Radio KIS 95.1 FM.....	58
4.1.2. Target Audiens dan Positioning.....	59
4.1.3. Profil Program 'KIS in the Morning'	60
4.1.4. Profil Penyiar.....	63
4.2. Analisis Penelitian	64
4.2.1. Periklanan (Advertising)	67
4.2.2. Promosi Penjualan	69
4.2.3. Acara dan Experience	71
4.2.4. Pemasaran Interaktif	73
4.2.5 Pemasaran Langsung	75
4.2.6 Personal Selling	76
4.3. Pembahasan.....	78
4.3.1 Makes Regular Repeat Purchases	78
4.3.2 Purchases Across Products and Lines	80
4.3.3 Refers Others.....	81
4.3.4 Demonstrates Immunity to the Pull of the Competition	82
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
Kesimpulan	85
Saran Akademis.....	86
Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Mahaka Radio Integra.....	5
---	---

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	46
Tabel 4.1 Matriks Ringkasan Temuan Penelitian Strategi IMC	66
Tabel 4.2. Matriks Capaian Indikator Loyalitas Pendengar	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Informan	101
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara.....	124