



Judul Skripsi:

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO PELITA
KASIH DALAM UPAYA MENARIK MINAT PENGIKLAN DI ERA
INDUSTRI 4.0**

Nama : Reynaldi Renoanantyo

NIM : 1610411198

Konsentrasi : Periklanan



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

2020

Kupersembahkan Skripsi ini untuk orang tercinta dan tersayang.

Alm Ayah, Ibunda Tercinta , dan kedua Abang.

Terimakasih atas energi positif dan semangat yang tidak ada hentinya
diberikan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini .

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Reynaldi Renoanantyo

NIM : 1610411198

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 23 juni 2020

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 6000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem, the text 'METERAI TEMPEL', the serial number '71AHP633801417', and the value '6000 ENAM RIBU RUPIAH'.

Reynaldi Renoanantyo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh

Nama : Reynaldi Renoanantyo

NIM : 1610411198

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN RADIO PELITA KASIH DALAM
UPAYA MENARIK MINAT PENGIKLAN DI ERA
INDUSTRI 4.0.

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

Pembimbing Utama



(Windhi T.Saputra, M.Si)

Pembimbing Pendamping



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

Ketua Program Studi



(Intan Putri Cahyani, M.I.Kom.)

Ditetapkan : Jakarta

Tanggal Ujian : 23 Juni 2020.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Reynaldi Renoanantyo

NIM : 1610411198

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

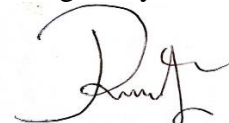
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO PELITA KASIH DALAM UPAYA MENARIK MINAT PENGIKLAN DI ERA INDUSTRI 4.0.**

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 pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 23 Juni 2020

Yang menyatakan,



Reynaldi Renoanantyo

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO PELITA KASIH DALAM UPAYA MENARIK MINAT PENGIKLAN DI ERA INDUSTRI 4.0

REYNALDI RENOANANTYO

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai upaya untuk menarik minat pengiklan di radio pada era 4.0 melalui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh radio Pelita Kasih, mengingat jumlah pendengar yang menurun radio memiliki tantangan untuk tetap mempertahankan keberadaannya di mata para pengiklan. Hal ini lah yang membuat peneliti tertarik untuk mencari tahu mengenai strategi yang diterapkan oleh Radio Pelita Kasih, karena berdasarkan laporan tim marketing pada tahun 2019 nilai belanja iklan meningkat. Dalam penelitian ini peneliti melalui metode kualitatif melakukan wawancara mendalam dengan beberapa nara sumber, yaitu *general manager, program manager, marketing manager*. Hal ini menunjukkan bahwa upaya Radio Pelita Kasih dalam menarik minat pengiklan melalui 6 upaya promosi menjadi factor yaitu *advertising, personal selling, sales promotion, direct selling, public relation, internet marketing* dengan menggunakan komunikasi pemasaran terpadu *IMC* dalam sistem *marketing* radio ini. Melalui penelitian ini, peneliti mengetahui bentuk bentuk strategi yang dilakukan dari berbagai macam elemen komunikasi pemasaran terpadu serta bentuk upaya *multimediality* terkait era 4.0, saling mendukung dan bekerjasama satu dengan upaya yang lainnya, karena semuanya saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu dijalankan secara optimal walaupun dengan berbagai hambatan dan tantangan keterbatasan sumber daya manusia, sehingga perlu ada perhatian guna peningkatan kualitas sumber daya manusia yang optimal.

Kata Kunci : strategi komunikasi pemasaran, stasiun radio.

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO PELITA KASIH
DALAM UPAYA MENARIK MINAT PENGIKLAN DI ERA INDUSTRI 4.0**

REYNALDI RENOANANTYO

Abstract

This study discusses efforts to attract advertisers' interest in radio in the 4.0 era through marketing communication strategies adopted by Pelita Kasih radio, considering the declining number of listeners that radio has the challenge of maintaining its presence in the eyes of advertisers. This is what made researchers interested in finding out about the strategy adopted by Radio Pelita Kasih, because based on the marketing team's report in 2019 the value of advertising spending increased. In this study researchers through qualitative methods conducted in-depth interviews with several informants, namely general manager, program manager, marketing manager. This shows that Radio Pelita Kasih's efforts in attracting advertisers' interest through 6 promotional efforts are factors namely advertising, personal selling, sales promotion, direct selling, public relations, internet marketing by using IMC integrated marketing communication in this radio marketing system. Through this research, researchers know the forms of strategies carried out from various elements of integrated marketing communication as well as forms of multimediality efforts related to the 4.0 era, mutually supporting and cooperating with one another, because all are interrelated and inseparable. The implementation of an integrated marketing communication strategy is run optimally even with various obstacles and challenges of limited human resources, so there needs to be attention in order to improve the quality of optimal human resources.

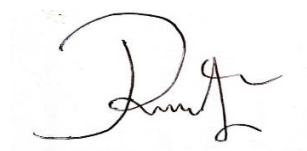
Keywords : *marketing communication strategy, radio station.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Pelita Kasih Dalam Upaya Menarik Minat Pengiklan Di Era Industri 4.0.” Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak tidak akan selesai. Maka dari itu dalam kesempatan ini mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayah dan Ibu yang telah memberikan semangat dan Doa.
2. Windhi Tia Saputra, M.Si. dan Ratu Nadya W, S.Ikom,MM. Dosen Pembimbing Skripsi, telah membimbing penelilti dalam penulisan Skripsi ini dari mulai awal sampai akhir penelitian.
3. Maria Febiana Christanti, M.Si , Ketua program studi Ilmu Komunikasi.
4. Dr. R. Dudy Heryadi, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang memfasilitasi dengan kebijakan-kebijakannya.
5. Radio Pelita Kasih yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi kepada peneliti.
6. Serta semua pihak yang telah terlibat dan tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala doa dan bantuannya kepada peneliti.

Jakarta, Juni 2020



Peneliti

Reynaldi Renoanantyo

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Signifikansi Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Konsep Penelitian.....	14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.3 Minat Pengiklan.....	20
2.2.4 Revolusi Industri 4.0.....	21
2.2.5 Media Baru.....	23

2.3 Teori Penelitian.....	25
2.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	26
2.3.2 Model Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	26
2.4 Kerangka Berfikir.....	29
BAB III.....	30
METODELOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.2 Penentuan Informan.....	31
3.3 Teknik Analisis Data.....	32
3.4 Teknik Keabsahaab#n Data.....	34
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	35
BAB IV.....	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah Radio Pelita Kasih.....	37
4.1.2 Profil Radio Pelita Kasih.....	38
4.1.3 Visi dan Misi Radio Pelita Kasih.....	38
4.1.4 Motto Perusahaan.....	39
4.1.5 Segmentasi Pengiklan.....	39
4.1.6 Program Radio.....	40
4.1.7 Program Acara Terbaru.....	40
4.1.8 Struktur Organisasi.....	44
4.2 Hasil Peneliitian.....	45
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Pelita Kasih Dalam Upaya Menarik Minat Pengiklan Di Era Industri 4.0.....	46
4.2.2 Hambatan dan Tantangan.....	49
4.2.3 Strategi di Era Industri 4.0 dan Terkait Media Baru.....	55
4.2.4 Pengembangan Strategi Komunikasi Pemasaraan Yang dilakukan Radio Pelita Kasih.....	58

4.3 Pembahasan.....	72
4.3.1 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran yang Dijalankan Radio Pelita Kasih.....	72
4.3.2 Implementasi Model Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	78
BAB V.....	83
PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	11
Table 2. Informan Peneiltian.....	30
Tabel 3. Tahap Pembuatan Proposal dan Penelitian Skripsi.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Hubungan antar Tiga komponen sikap.....	17
Gambar 2. Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 3 . <i>Interaksi Model of Analysis</i>	32
Gambar 4. Logo Radio Pelita Kasih.....	36
Gambar 5. Waktu,Presentase Materi siaran Lokal dan asing dan Materi Program.....	38
Gambar 6. Struktur Organisasi radio Pelita Kasih.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A

From A.2.....	88
From A.5.....	89
Surat Persetujuan riset.....	90

Lampiran B

Transkrip Wawancara	91
---------------------------	----

Lampiran C

Riwayat Hidup.....	116
--------------------	-----

Lampiran D

Dokumentasi Penelitian.....	117
-----------------------------	-----

Lampiran E

Toefl.....	118
Turnitin.....	119
Sertifikat.....	120