

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO INDRALAYA
SEBAGAI RADIO LOKAL DI KABUPATEN OGAN ILIR PROVINSI
SUMATERA SELATAN**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Strata-1 (S1)
Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Penyiaran**



Disusun Oleh:

SEPTA NADIA PUTRI

07031281621073

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Indralaya Sebagai Radio Lokal di
Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Septa Nadia Putri

07031281621073

Pembimbing I
Tanggal

Tanda Tangan

1. Mery Yanti, S. Sos., MA

NIP.197705042000122001



22/10 2020

Pembimbing II

2. Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom

. NIP.199205312019032018

- 

22/10 2020

Mengetahui,
Ketua Jurusan,



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Indralaya Sebagai Radio Lokal di
Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan”**

Skripsi

Oleh :

Septa Nadia Putri

07031281621073

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 09 November 2020**

Pembimbing :

1. Mery Yanti, S. Sos., MA
NIP.197705042000122001

2 Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP.199205312019032018

Tanda Tangan



Penguji :

1. Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd
NIP. 197803022002122002


2. Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si
NIP. 199309052019032019

Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

MOTTO

“Keajaiban adalah Nama lain dari kerja keras”

Skripsi ini ku

persembahkan kepada:

- 1. Kedua orang tuaku tercinta yaitu Alm. Bapak Sukiyo dan Ibu Siti Juariah**
- 2. Saudara-saudaraku tersayang, M. Robi Pangestu, Fenti Nadila Putri, dan Sultan Faiq Kurniawan**
- 3. Almamaterku Universitas Sriwijaya.**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Septa Nadia Putri**
NIM : **07031281621073**
Tempat dan Tanggal Lahir : Tanjung Rejo, 02 September 1998
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi komunikasi pemasaran Radio Indralaya sebagai radio lokal di kabupaten Ogan Ilir provinsi Sumatera Selatan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya, 25 Oktober 2020
saya membuat pernyataan,

Septa Nadia Putri
NIM. 07031281621073

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul Strategi komunikasi pemasaran Radio Indralaya sebagai radio lokal di kabupaten Ogan Ilir provinsi Sumatera Selatan. Proposal skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Alm. Bapak Sukiyo dan ibuku Siti Juariah, Adik-adikku M.Robi Pangestu, Fenti Nadila Putri, Sultan Faiq Kurniawan, yang selalu membuatku termotivasi untuk terus berusaha, dan berjuang. Terimakasih atas segala dukungannya selama ini, dari dukungan moral dan finansial yang tak henti-hentinya diberikan agar saya selalu semangat menempuh pendidikan dan memotivasi untuk kuat dalam menghadapi setiap kendala, serta doa yang selalu mengiringi setiap langkah saya untuk mencapai cita-cita dan keberhasilan.
2. Bapak Prof. Dr. ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Ki. M. Sobri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
4. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.Ip., M.Si dan bapak Faisal Nomani, S.Sos., M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Ibu Mery Yanti, S.Sos., MA selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan arahan, saran dan masukan dalam penyusunan proposal skripsi ini.

6. Ibu Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing kedua yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Ibu Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos.,M.Si selaku pembimbing akademik yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan saran selama masa perkuliahanku.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas segala ilmu dan dedikasinya selama perkuliahan dan para Staff Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu segala keperluan administrasi selama masa perkuliahan maupun dalam menyelesaikan skripsi
9. Pihak Radio Indralaya yang telah membantu penelitian ini berjalan lancar dengan kerjasamanya dalam memberikan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya angkatan 2016 terutama Ayudwise, Berna, Imam, Malik, terima kasih atas semangat, dukungan, nasihat, dan kerjasamanya.
11. Sahabat-sahabatku sedari bangku sekolah Elma Mujiyanti dan Desy Purna Sari yang selalu menjadi tempatku bersandar dan selalu memberi motivasi untuk terus semangat mengerjakan skripsi ini.
12. Teman dekatku di perkuliahan, Meisi Amelia dan Pandu Nariyah yang selalu menjadi tempat curhatku, memberi motivasi dan bantuan moral maupun finansial.
13. Organisasi ku tercinta yaitu BO Cogito yang telah membuatku berkembang menjadi lebih baik dan mendapatkan teman baik, Karnel, Tisya, Vinny, Apsas dan Galuh.
14. Terima kasih kepada semua konten korea yang telah memberikan hiburan dikala masa-masa sulit.

Indralaya, 05 November 2020

Septa Nadia Putri

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi komunikasi pemasaran Radio Indralaya sebagai radio lokal di kabupaten Ogan Ilir provinsi Sumatera Selatan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Radio Indralaya sebagai radio lokal di kabupaten Ogan Ilir provinsi Sumatera Selatan. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran *Integrated Marketing Communication* (IMC) oleh Wibowo dan Priansa (2017: 172) dan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan 3 informan utama dan 1 orang informan tambahan, observasi, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Radio Indralaya sebagai radio lokal telah memenuhi unsur unsur dalam *integrated marketing communication/IMC* yaitu adanya periklanan (*Advertising*), pemasaran langsung (*Direct Marketing*), promosi penjualan (*Sales Promotion*), penjualan personal (*Personal Selling*), pemasaran interaktif (*Interactive Marketing*), dan hubungan masyarakat (*Public Relations*). Strategi komunikasi pemasaran dilakukan melalui pendekatan dengan masyarakat, baik pendengar, maupun pemasang iklan dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi yaitu munculnya media sosial dan internet. Tidak membatasi jenis iklan yang disiarkan, menjalin kerjasama dengan perusahaan lain, dan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang melibatkan banyak orang untuk berinteraksi dengan masyarakat.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Radio Indralaya, Radio Lokal

Pembimbing I



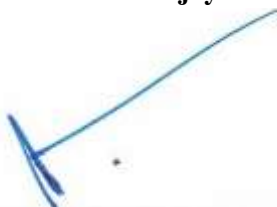
Mery Yanti, S. Sos., MA
NIP.197705042000122001

Pembimbing II



Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP.199205312019032018

Indralaya, Oktober 2020
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

This research titled "Radio Indralaya Marketing Communication Strategy in Maintaining Its Existence as Local Radio in Ogan Ilir Regency, South Sumatra Province". This research purpose is to determine the marketing communication strategy of Radio Indralaya in maintaining its existence as a local radio in Ogan Ilir Regency, South Sumatra Province. This research uses marketing communication theory Integrated Marketing Communication (IMC) by Wibowo and Priansa (2017: 172) and using descriptive qualitative methods, that the data obtained from in-deep interviews with 3 main informants and 1 additional informant, also use observations, library studies, and documentation methods. From the results of this research, it can be indicate that the marketing communication strategy carried out by Radio Indralaya as a local radio has fulfilled the elements in integrated marketing communication/ IMC, namely the existence of advertising, direct marketing, sales promotion, personal selling, interactive marketing, and public relations. The marketing communication strategy is carried out by approaching the community, both listeners and advertisers and adapting to technology developments, which is the appearance of social media and the internet. No limitation on the types of advertisements that are broadcasted, establish cooperation with other companies, and carry out activities that involve many people interact with the community.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Radio Indralaya, Local Radio*

Thesis Adviser I



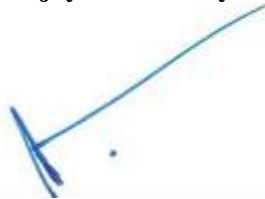
Mery Yanti, S. Sos., MA
NIP.197705042000122001

Thesis Adviser II



Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP.199205312019032018

Indralaya, October 2020
Head of Department Communication Sciences
faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF	iii
MOTTO	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Di Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, Radio Indralaya merupakan satu-satunya radio lokal di Kota Indralaya dan sudah berumur 12 tahun	7
1.1.2. Radio Indralaya sebagai radio lokal masih minim minat pendengar namun berperan dalam pembangunan daerah	9
1.2. Rumusan Masalah.....	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	15
2.2. Strategi Media	15
2.3. Komunikasi Pemasaran.....	17
2.4. Radio.....	18

2.4.1.	Pengertian Radio	18
2.4.2.	Karakteristik Radio	18
2.4.3.	Kekuatan dan Kelemahan Radio	19
2.5.	Radio Lokal	20
2.7.	Berbagai Teori tentang Strategi Komunikasi Pemasaran sebagai media lokal	21
2.7.1.	Teori Depedensi Sistem Media oleh Ball-Rockeach dan DeFleur ...	21
2.7.2.	Teori SWOT oleh Albert Humphrey (1970)	23
2.7.3.	Teori Ekologi Media John W. Dimmick dan Rohtenbuhler.....	23
2.7.4.	Teori Komunikasi Pemasaran IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>) dalam (Wibowo, 2017: 172).....	25
2.8.	Teori yang Digunakan dalam Penelitian Ini	25
2.9.	Kerangka Teori.....	28
2.10.	Kerangka Pemikiran	30
2.11.	Penelitian Terdahulu.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Rancangan Penelitian.....	37
3.2.	Definisi Konsep.....	37
3.3.	Fokus Penelitian.....	38
3.4.	Unit Analisis Data.....	41
3.5.	Key Informant & Informan Pendukung.....	41
3.6.	Sumber Data.....	42
3.7.	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.8.	Teknik Keabsahan Data	43
3.9.	Teknik Analisis Data	44

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1.	Sejarah Singkat Radio Indralaya	46
4.2.	Lokasi Siaran Dan Daya Siaran Radio Indralaya.....	47
4.3.	Visi dan Misi Radio Indralaya	48
4.4.	Program Acara siaran Radio Indralaya	48
4.4.1.	Format Program Siaran <i>Weekdays</i>	48

4.4.2.	Format Program Siaran <i>Weekdays</i>	50
4.4.3.	Waktu Siaran, Format, Presentase Acara dan Khalayak Sasaran	51
4.5.	Struktur Organisasi Radio Indralaya	53
4.5.1.	Struktur Organisasi Radio Indralaya	53
4.5.2.	Tugas dan Fungsi Struktur Organisasi Radio Indralaya	54
BAB V HASIL DAN ANALISIS		
5.1.	Hasil Penelitian	59
5.1.1.	Periklanan (<i>advertising</i>) dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Indralaya	60
5.1.2.	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>) dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Indralaya.....	68
5.1.3.	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotions</i>) dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Indralaya.....	72
5.1.4.	Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>) dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Indralaya.....	77
5.1.5.	Pemasaran interaktif (<i>Interactive Marketing</i>) dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Indralaya	80
5.1.6.	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>) dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Indralaya	85
5.2	Analisis Hasil Penelitian Keseluruhan Ditinjau Dari Aspek Komunikasi ...	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1.	Kesimpulan	94
6.2.	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		17
LAMPIRAN.....		20

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. DaftarJumlah Radio Setiap Kabupaten di Sumatera Selatan	8
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1. Fokus Penelitian.....	40
Tabel 4.1. Format Program Siaran <i>Weekdays</i> Radio Indralaya.....	50
Tabel 4.2. Format Program siaran <i>weekend</i> Radio Indralaya.....	51
Tabel 4.3. Pembagian waktu siaran, format, presentase acara dan khalayak sasaran.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hasil Survei online.....	10
Gambar 1.2. Kerjasama BNN dan Radio Indralaya.....	13
Gambar 2.1. Alur Pemikiran.....	33
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Radio Indralaya.....	54
Gambar 5.1. Website Radio Indralaya.....	71
Gambar 5.2. Promosi program Radio Indralaya di <i>insta story</i>	74
Gambar 5.3. Testimoni positif di facebook Radio Indralaya.....	76
Gambar 5.4. Radio Indralaya bertemu sponsorship agenda Liga Dangdut 2019...80	
Gambar 5.5. Sosial media <i>Facebook</i> Radio Indralaya.....	83
Gambar 5.6. Sosial media <i>Instagram</i> Radio Indralaya.....	84
Gambar 5.7. Sosial media <i>Twitter</i> Radio Indralaya.....	85
Gambar 5.8. Kegiatan lomba karaoke di indralaya 2019	87
Gambar 5.9. Publikasi kegiatan karyawan Radio Indralaya melalui facebook.....	88
Gambar 5.10. Lokasi Warung Kopi OI.....	90

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era dewasa ini untuk memenuhi kebutuhan akan informasi, komunikasi, dan hiburan, manusia menggunakan sarana media massa. Media massa merupakan bentuk hasil teknologi modern yang digunakan sebagai saluran berlangsungnya proses komunikasi massa. Sehingga media massa menjadi salah satu elemen penting dalam komunikasi massa. Media massa merupakan saluran komunikasi massa guna menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak banyak secara luas. Media massa mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya. Media massa mengumpulkan sejumlah uang untuk menyediakan informasi dan hiburan.

Berdasarkan penjelasan diatas, Saluran yang disebut media massa sangat diperlukan dalam berlangsungnya proses komunikasi massa, dan media massa terbagi atas tiga bagian utama, yaitu media cetak, elektronik, dan media luar ruang (Lamintang, 2013:21). Sebagai salah satu media massa elektronik, radio memiliki sifat-sifat yang berbeda dari media massa lain, yaitu radio bersifat langsung dan sederhana, sehingga untuk dapat di dengarkan oleh pendengar, radio tidak menggunakan cara penyampaian yang berbelit. Radio juga tidak mengenal jarak dan waktu. Sehingga seberapa jauh jarak pendengar masih dapat terjangkau sesuai dengan batas penyiaran yang diizinkan oleh pemerintah dan radio dapat di dengarkan kapanpun dimanapun.

Radio merupakan media massa yang cepat dalam menyampaikan pesan dan jangkauan luas. Hal ini berarti radio tidak mengenal tempat, waktu, ringan dan tidak memerlukan banyak konsentrasi karena radio hanya untuk didengarkan (Irwanti Said, 2012: 37). Radio adalah salah satu alat komunikasi yang sangat sederhana, murah, praktis serta dengan sifatnya yang mudah dijangkau memudahkan masyarakat masih tetap bisa mendengarkan walaupun dengan diselingi oleh beragam kegiatan maupun sambil beraktivitas. Saat ini banyak sekali berdiri stasiun radio, salah satunya yaitu dengan adanya radio di setiap

daerah baik kota maupun provinsi yang biasa disebut dengan radio lokal. Radio lokal ini sendiri dalam siarannya memiliki peran untuk selalu melestarikan budaya daerah setempat dan memberikan informasi terbaru seputar kejadian-kejadian di sekitar daerah yang di jangkau. Cara radio lokal dalam mengedepankan unsur kedaerahan dalam siarannya yaitu dengan berbagai macam program pilihan yang disuguhkan, seperti halnya program hiburan, musik, maupun berbagai program informasi berita dan iklan komersil.

Berbagai macam program yang disuguhkan membuat seluruh lapisan masyarakat dapat menikmati hiburan dan memperoleh banyak informasi dengan cepat, akurat dan mudah, tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Arti penting keberadaan radio juga diatur dalam UU Peyiaran Nomor 32 Tahun 2002. Berdasarkan Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang disebutkan, “Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.” Salah satu radio lokal di Indonesia khususnya di provinsi Sumatera Selatan yaitu Radio Indralaya yang berdiri pada tanggal 10 November 2007, dan merupakan radio pertama di kabupaten Ogan Ilir tepatnya di kota Indralaya yang berada pada frekuensi 103 FM. Radio Indralaya sudah bertahan selama 12 tahun. Radio Indralaya merupakan radio lokal swasta dan bukan milik pemerintah, sehingga dalam pengoperasiannya, Radio Indralaya tidak berdasarkan pada aturan pemerintah setempat meskipun merupakan radio lokal.

Berdirinya Radio Indralaya tersebut dimaksudkan untuk mengoptimalkan potensi sumber daya manusia, dan sumber daya alam yang ada di Kabupaten Ogan Ilir, untuk dijadikan kekuatan perubahan serta sebagai penyumbang bagi pembangunan dan kemajuan daerah. Tujuan didirikannya Radio Indralaya sendiri ialah sebagai media penyampai informasi, memberikan nilai-nilai tuntunan kepada masyarakat, sebagai media hiburan, sebagai pengembangan budaya lokal, dan mendirikan usaha profit yang dapat menjadi penggerak potensi ekonomi daerah, dan memperluas kesempatan juga peluang kerja bagi tenaga terdidik profesional. Pada pembiayaan atau modal, Radio Indralaya tidak bekerja sama dengan banyak pihak, melainkan hanya di miliki oleh satu pemegang saham atau

biasa disebut dengan pemegang saham tunggal, yang dimana pemilik saham tunggal dari Radio Indralaya berdiri hingga selama 12 tahun lamanya yaitu bapak Muslim. Namun saat ini pemilik saham Radio Indralaya telah beralih kepemilikan yaitu menjadi milik Jialyka Maharani yang merupakan anak dari Bupati Ogan Ilir, bapak H.M.Ilyas Panji Alam, SE., SH, MM. Terlepas dari siapa yang memiliki saham di Radio Indralaya, yang menjadi kekhawatiran saat ini yaitu merujuk pada perkembangan zaman yang semakin maju, maka akan memperbesar peluang bagi radio untuk dilupakan oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan semakin beraneka ragam media lain yang bermunculan. Fenomena ini dapat kita lihat dari munculnya media sesuai pada tahap perkembangan zaman. Media informasi bermula dari surat kabar, kemudian radio, lalu muncul televisi, kemudian komputer, setelah itu muncul aneka ragam telephone genggam dari yang biasa, hingga *smartphone* seperti saat ini.

Dengan aneka ragam media yang bermunculan ini, masyarakat menjadi semakin mudah dalam mengakses informasi dan berkomunikasi. Meskipun fenomena ini berdampak positif bagi masyarakat, karena semakin banyak variasi media yang bisa di jadikan pilihan sesuai selera dan kebutuhan, namun tidak bagi media itu sendiri. Contohnya yaitu radio, dalam hal ini yaitu Radio lokal di Indralaya. Saat ini kuantitas masyarakat mendengarkan radio semakin berkurang, yang disebabkan banyaknya persaingan media lain seperti televisi dan *smartphone*. Televisi dan *smartphone* memiliki kelebihan masing-masing yaitu dimana televisi memiliki kelebihan audio visual, dan *smartphone* memiliki koneksi jaringan internet yang memudahkan masyarakat mengakses segala sesuatu dengan mudah kapanpun dan dimanapun, baik audio, visual, maupun animasi yang mana hal ini tidak dimiliki oleh radio.

Radio merupakan media massa yang dalam proses penyampaiannya hanya menggunakan audio, sehingga untuk mendapatkan gambaran informasi dengan baik, masyarakat akan mendengarkan audio dari penyiar radio sambil di imajinasikan sendiri oleh pendengar gambaran seperti apa yang terjadi sesuai dari apa yang disampaikan oleh penyiar radio. Sebagai salah satu solusi dari seringnya Radio Indralaya berada pada kondisi rawan akan penutupan, Radio Indralaya pada

beberapa kurun waktu tertentu merubah tonggak kepemimpinan juga kepemilikan dan beberapa kali memperbaiki sistem sekaligus warna Radio Indralaya agar sesuai dengan segmen pasar di kalangan masyarakat Ogan Ilir khususnya. Selain itu, Pendengar adalah target utama dalam menjaga eksistensi dari suatu stasiun radio. Semakin banyak siaran radio di dengar, maka eksistensi atas radio semakin di akui oleh masyarakat. Upaya lain yang dilakukan oleh Radio Indralaya adalah dengan mencoba berdampingan dan adaptasi dengan media lain, seperti sekarang ini Radio Indralaya akan mengaktifkan kembali *streaming* yang sebelumnya fakum dikarenakan *suspend*. Sehingga nantinya seluruh pendengar Radio Indralaya bisa mendapatkan informasi dan hiburan dalam satu halaman hanya dengan mengklik www.Radioindralaya.com.

Faktor lain dari besarnya peluang radio di lupakan oleh masyarakat seiring dengan kemajuan zaman yaitu berkurangnya minat pendengar radio yang disebabkan oleh beberapa hal, seperti perspektif masyarakat yang menganggap bahwa siaran radio masih bersifat tradisional. Sedangkan faktanya untuk suatu radio tetap bisa bertahan siaran setiap harinya ditentukan oleh banyaknya jumlah pendengar. Hal ini dikarenakan Pendengar sendiri memerankan peran penting untuk menentukan apakah suatu radio mampu bertahan atau tidak khususnya di wilayah daerah siaran tersebut dalam menghadapi persaingan pasar media yang semakin sengit. Semakin banyak jumlah pendengar suatu radio, juga semakin populer radio tersebut, maka akan semakin banyak iklan masuk ke radio, yang membuat radio mendapatkan banyak pendapatan sebagai modal pembiayaan untuk tetap siaran.

Karena untuk suatu radio tetap bisa bertahan dan konsisten melakukan siaran setiap harinya, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Hal ini juga berlaku bagi Radio Indralaya. Untuk suatu radio lokal tetap bisa bertahan lama hingga 12 tahun pastinya terdapat strategi pemasaran tertentu yang menjadi pondasi berdirinya dan bertahannya suatu stasiun radio. Berbagai upaya lain yang dilakukan oleh Radio Indralaya yaitu berdasarkan informasi dari pihak Radio Indralaya, semua aliran dana yang masuk ke Radio Indralaya yang digunakan sebagai biaya operasional, semua berasal dari iklan dan beberapa pendapatan dari

pemasaran lainnya, seperti diadakannya berbagai kegiatan seperti lomba karaoke, promosi melalui sosial media Facebook, yang dimana ini bertujuan untuk mempromosikan Radio Indralaya ke masyarakat luas. Berdasarkan beberapa upaya yang telah dilakukan oleh Radio Indralaya, dengan ini selaras dengan teori komunikasi pemasaran IMC (*Integrated Marketing Communication*) seperti yang dijelaskan di Buku karya Lili Adi Wibowo dan Donni Joni Priansa (2017: 172) dengan judul “Manajemen Komunikasi dan Pemasaran”. IMC (*Integrated Marketing Communication*) merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengintegrasikan berbagai komunikasi pemasaran yang mencakup berbagai elemen promosi dan kegiatan pemasaran lainnya. Elemen-elemen dan pemasaran lainnya tersebut disebut dengan bauran komunikasi pemasaran yang terdiri dari 6 dimensi yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*)

Dalam periklanan, semua bentuk penyajian nonpersonal dan promosi ide baik barang ataupun jasa dibiayai atau dibayar yang mensponsori (suatu sponsor tertentu).

2. Pemasaran langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung memiliki hubungar yang erat dengan target *market*. Dalam pemasaran langsung terdapat berbagai media yang digunakan diantaranya surat, telepon, faksimili, e-mail, dan alat penghubung, nonpersonal lain untuk berkomunikasi secara langsung selain itu mencakup berbagai aktivitas pengolahan data, *telemarketing* dengan tujuan untuk secara langsung mendapat tanggapan dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

3. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan disini dimaksudkan bahwasanya berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Promosi disini yaitu semua alat-alat yang terdapat dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang memiliki peran untuk melakukan komunikasi bersifat membujuk. Komunikasi persuasi atau membujuk merupakan segala macam cara yang dilakukan sebagai upaya promosi

yang dirancang untuk menginformasikan produk/jasa dan mempengaruhi mereka untuk membeli atau memakai produk/jasa tersebut.

4. Penjualan personal (*Personal selling*)

Merupakan kegiatan Interaksi langsung yang dilakukan oleh satu calon penjual dan pembeli (orang / individu) dalam melakukan presentasi atau pemaparan suatu produk atau jasa termasuk dengan menjawab pertanyaan dan merespon berbagai pesanan dengan tujuan membujuk calon pembeli menggunakan atau membeli barang/jasa yang ditawarkan.

5. Pemasaran Interaktif (*Interactive marketing*)

Seiring dengan perkembangan zaman memungkinkan perusahaan untuk melakukan pemasaran dengan media massa lain yang sifatnya mandiri khususnya menggunakan internet. Pemasaran interaktif merupakan komunikasi pemasaran yang menggunakan media massa lain yang utama internet dan Media ini menjadi media interaktif yang tujuannya memungkinkan terjadinya komunikasi timbal balik sehingga pengguna dapat berpartisipasi.

6. Hubungan masyarakat dan publisitas (*Public relations*)

Hubungan masyarakat dan publisitas artinya bagaimana suatu perusahaan menjalankan humas yang meliputi mengontrol dan melindungi citra perusahaan serta melakukan publisitas. Dimana humas membantu manajemen dalam menetapkan tujuan dan menyesuaikan diri dengan lingkungan yang dinamis.

Berdasarkan latar belakang diatas, diketahui bahwasanya meskipun rawan akan penutupan karena minimnya pendengar dan banyaknya persaingan media lain, Radio mampu bertahan, dan Radio Indralaya melakukan berbagai upaya yang dimana upaya tersebut salah satunya yaitu strategi dalam mendapatkan modal pembiayaan operasional yang disebut dengan strategi komunikasi pemasaran, yang merupakan pondasi dari suatu stasiun radio tetap bisa bertahan. Mengapa strategi pemasaran yang tepat merupakan pondasi ialah karena semua biaya operasional baik gaji pegawai, biaya produksi program, biaya peralatan dan perlengkapan juga biaya tak terduga lainnya berasal dari output strategi

komunikasi pemasaran. Itulah mengapa strategi komunikasi pemasaran yang tepat menjadi kunci bagi suatu stasiun radio tetap hidup atau beroperasi. Hal ini selaras dengan teori komunikasi pemasaran yang telah dijelaskan diatas. Dan hal ini perlu diteliti lebih jauh dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan, apakah ini sudah berhasil diterapkan dan kendala apa saja yang dialami, terkait bagaimana Strategi komunikasi pemasaran Radio Indralaya sebagai radio lokal di kabupaten Ogan Ilir provinsi Sumatera Selatan. Dan berikut ini alasan penulis memilih masalah dan judul ini, yaitu:

1.1.1. Di Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, Radio Indralaya merupakan satu-satunya radio lokal di Kota Indralaya dan sudah berumur 12 tahun

Keberadaan Radio Indralaya sendiri penting selaras dengan sebagaimana tujuan utama Radio Indralaya ialah sebagai media penyampai informasi nilai-nilai dan tuntunan kepada masyarakat, sebagai media penyampai informasi dan hiburan serta pengembangan budaya lokal, yaitu berpedoman pada kecintaan dengan budaya lokal yang mulai tergerus oleh kemajuan zaman dan menunjukkan adanya lingkungan Ogan Ilir yang begitu kental dengan budaya dan adat istiadat yang sampai sekarang masih dijunjung tinggi. Salah satu tujuan adanya radio lokal di suatu daerah yaitu untuk mengeksplor beragam hal yang terdapat di suatu daerah. Seperti halnya dengan radio lokal yang terdapat di kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan, keberadaan Radio Indralaya sangatlah mendukung akan kemajuan dari kabupaten Ogan Ilir. Hal ini dikarenakan Radio Indralaya berperan dalam memberikan siaran seputar kebudayaan dan keadaan terkini di Ogan Ilir.

Sehingga masyarakat akan mengetahui budaya apa yang terdapat di Ogan Ilir serta kejadian-kejadian apa yang telah terjadi akan selalu mereka ikuti perkembangannya sesuai dengan informasi terkini yang di sampaikan oleh Radio Indralaya. Seberapa besar pengetahuan masyarakat akan Ogan Ilir menentukan seberapa dikenalnya Ogan Ilir di khalayak ramai. Tanpa media yang memberitakan dan menginformasikan keadaan terkini suatu daerah, maka ini akan mempersempit pengetahuan masyarakat memunculkan perspektif ketertinggalan media informasi akan daerah tersebut. Yang hal ini akan berdampak negatif pada

berbagai sisi. Dari sisi pariwisata, jika tidak ada radio lokal, Radio Indralaya yang memberitakan terkait keadaan dan kondisi terkini Ogan Ilir, pengunjung dan investor luar akan tertutup informasi dan tidak tertarik dengan kebudayaan pariwisata yang terdapat di Ogan Ilir, sedangkan pariwisata merupakan salah satu bentuk pengenalan daerah ke masyarakat luar. Jika semakin dikenal suatu daerah tersebut, maka daerah akan semakin maju dan tidak tertinggal.

Mendapatkan informasi seputar Ogan Ilir bisa didapatkan di media lain, namun hanya di Radio Indralaya yang secara berkala memberikan informasi terpercaya dan terkini seputar Ogan Ilir. Hal ini dikarenakan Radio Indralaya merupakan satu-satunya radio lokal yang berada di Ogan Ilir khususnya di kota Indralaya. Faktor lain mengapa Radio Indralaya dibutuhkan keberadaannya yaitu karena radio lokal yang dimiliki oleh Ogan Ilir hanyalah Radio Indralaya dan sudah bertahan selama 12 tahun sejak berdiri pada 10 November 2007. Berbeda dengan daerah lain yang berada di Sumatera Selatan memiliki lebih dari satu radio lokal. Dan berikut ini daftar jumlah radio di setiap Kabupaten yang berada di Sumatera Selatan. (Lihat tabel 1.1)

Tabel 1.1.
Daftar Jumlah Radio Setiap Kabupaten di Sumatera Selatan

No.	Nama Kabupaten	Jumlah Radio 2019
1.	Palembang	33 Radio
2.	Ogan Ilir	1 Radio
3.	Musi Banyuasin	3 Radio
4.	Lahat	3 Radio
5.	Lubuk Linggau	4 Radio
6.	Prabumulih	8 Radio
7.	Batu Raja	8 Radio
8.	Banyuasin	5 Radio
9.	Empat Lawang	1 Radio
10.	Muara Enim	3 Radio
11.	Musi Rawas	1 Radio
12.	Musi Rawas Utara	-
13.	OKI	1 Radio
14.	OKU Selatan	1 Radio
15.	OKU Timur	3 Radio
16.	Pagaralam	2 Radio
17.	Pali	1 Radio
Jumlah total		78 Radio

Sumber : <https://e-penyiaran.kominfo.go.id/>

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa di Sumatera Selatan memiliki banyak stasiun radio pada setiap daerahnya. Namun, terdapat enam kabupaten yang memiliki satu stasiun radio, yaitu Kabupaten Empat Lawang, Musi Rawas, Ogan Ilir, OKI, Oku Selatan dan Pali. Salah satu Kabupaten di Sumatera selatan, yaitu di Oku Timur, memiliki lebih dari satu radio, diantaranya Radio Maspero FM 106 Mhz, PT. Radio Dhimas Bersaudara (RDB) 106, 8 FM dan Radio BKM 100,1 FM. Apabila Radio Indralaya kita bandingkan dengan salah satunya, yaitu Maspero FM dengan frekuensi 106,0 Mhz yang merupakan salah satu radio yang hadir dengan mengajak pendengarnya untuk proaktif dengan rangkaian program yang mencakup semua aspek kehidupan masyarakat. Mulai dari info aktual regional, nasional, dan internasional, karir dan profesi, pendidikan, ekonomi, teknologi, gaya hidup, kesehatan, dan juga masalah sosial lainnya.

Keberadaan Maspero FM ini berbeda dengan Radio Indralaya. Maspero FM harus bersaing dengan dua stasiun radio lainnya, sehingga tidak bisa disebut sebagai radio lokal satu-satunya. Dikarenakan semua info dan bentuk pelestarian budaya Oku Timur berbagi dengan dua stasiun radio lainnya. Sehingga, meskipun salah satu dari tiga radio tersebut ditutup, masih ada dua radio lainnya yang menjadi sumber informasi terkini, hiburan, komunikasi sekaligus pelestarian budaya dari Oku Timur. Berbeda dengan Maspero FM, jika Radio Indralaya tidak mampu untuk bertahan hidup maka Ogan Ilir tidak akan memiliki Radio lokal yang menyebabkan tidak ada akses untuk pelestarian budaya lokal dan informasi terkait kabar terbaru kejadian-kejadian yang ada di Ogan Ilir. Karena meskipun ada televisi dan Internet, tidak ada jaminan setiap harinya akan ada informasi terbaru terkait dengan Ogan Ilir.

1.1.2. Radio Indralaya sebagai radio lokal masih minim minat pendengar namun berperan dalam pembangunan daerah

Alasan kedua adalah banyak masyarakat didalam maupun diluar kota Indralaya, Kabupaten Ogan Ilir yang tidak mendengarkan Radio Indralaya meskipun mereka berada di dalam kota Indralaya. Padahal jika kita lihat berdasarkan alasan pertama diatas, Radio Indralaya penting keberadaannya karena

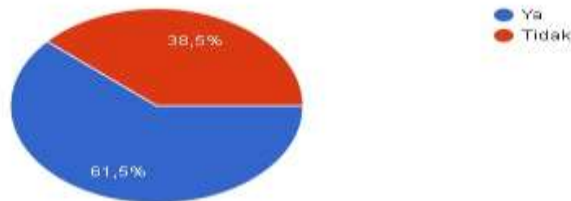
hanya satu-satunya radio lokal yang terdapat di Ogan Ilir dan berperan sebagai fasilitator penyebar informasi budaya dan edukasi di Ogan Ilir. Seberapa besar pengetahuan masyarakat akan Radio Indralaya sebagai radio lokal, dan minat dengar Radio Indralaya ini dapat diketahui melalui survei online yang telah penulis lakukan kepada 143 responden acak. Dan berikut ini hasil survei tersebut pada gambar 1.1

Gambar 1.1
Hasil Survei online

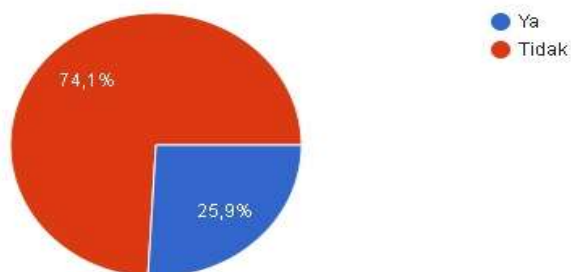
Domisili
143 tanggapan



Apakah anda mengetahui adanya 103 FM Radio Indralaya?
143 tanggapan



Apakah Anda mendengarkan 103 FM Radio Indralaya?
143 tanggapan



Sumber : Survei Online oleh Penulis

Berdasarkan gambar diatas, untuk mengetahui seberapa besar pengetahuan masyarakat terhadap Radio Indralaya sebagai radio lokal, penulis melakukan survei online kepada 143 responden acak yang mewakili masyarakat di Ogan Ilir. Hasil dari survei online ini dapat diketahui dari 143 responden yang menjawab pertanyaan dari survei yang telah dilakukan oleh penulis. Terdapat tiga pertanyaan yang diajukan yaitu pertama, dimana domisili atau tempat tinggal responden, pilihannya yaitu apakah berada di dalam atau di luar kota Indralaya Kabupaten Ogan Ilir. Tujuan pertanyaan ini adalah untuk mengetahui dimana domisili atau tempat tinggal responden. Pertanyaan Kedua yaitu apakah responden mengetahui adanya Radio Indralaya di Ogan Ilir, dan pertanyaan ini bertujuan untuk mengukur seberapa banyak responden yang mengetahui Radio Indralaya, sehingga dapat diketahui apakah keberadaan Radio Indralaya dikenal dan diketahui oleh masyarakat.

Pertanyaan ketiga yaitu apakah responden mendengarkan Radio Indralaya. Tujuan dari pertanyaan ini yaitu untuk mengetahui apakah semua responden yang mengetahui keberadaan Radio Indralaya juga mendengarkan siaran radio atau hanya tahu keberadaannya saja namun tidak mendengarkan. Berdasarkan hasil dari survei online yang telah dilakukan, pada pertanyaan pertama, sebanyak 49% atau sekitar 70 responden berdomisili di dalam kota Indralaya, dan sebanyak 51% atau sekitar 72 responden berdomisili diluar kota Indralaya namun tetap berada di kabupaten Ogan Ilir. Artinya, hampir setengah dari seluruh jumlah responden merupakan mereka yang berdomisili di Indralaya.

Pertanyaan kedua, sebanyak 38,5% atau sekitar 55 responden dari total 143 responden menjawab bahwa mereka tidak mengetahui akan keberadaan Radio Indralaya. Sedangkan sebanyak 61,5% atau sekitar 88 responden menjawab bahwasanya mereka mengetahui akan adanya Radio Indralaya di kabupaten Ogan Ilir. Dan pada pertanyaan terakhir, terdapat 74,1% atau sekitar 105 responden dari total 143 responden tidak mendengarkan Radio Indralaya. Dan sebanyak 25,9% atau sekitar 37 responden mendengarkan Radio Indralaya. Dan hal ini menunjukkan bahwasanya dari 143 responden hanya 37 responden yang mendengarkan dan ini menunjukkan bahwa masih minim minat masyarakat

mendengarkan Radio Indralaya. Dari data di atas, dapat diketahui bahwa seluruh total seluruh responden adalah 143 responden, dan 51% (73 responden) mereka yang berdomisili di kota Indralaya, dan memiliki peluang tinggi untuk mengetahui dan mendengarkan Radio Indralaya karena domisili mereka yang dekat dengan Radio Indralaya, dibandingkan dengan 49% (71 responden) lainnya bagi mereka berada di luar kota Indralaya namun masih berada di dalam kabupaten Ogan Ilir. Berdasarkan hasil yang diperoleh, banyaknya masyarakat yang memang mengetahui adanya Radio Indralaya sebanyak 61,5% atau sekitar 88 responden yang mengetahui adanya Radio Indralaya yang artinya jumlah ini melebihi dari jumlah responden yang berada di indralaya, dan menunjukkan bahwa banyak masyarakat di luar kota Indralaya yang juga mengetahui akan adanya Radio Indralaya.

Diketahui banyak masyarakat yang mengetahui akan adanya Radio Indralaya, namun masih banyak juga masyarakat yang tidak mendengarkan Radio Indralaya. Ini terlihat bahwa dari total 143 responden yang menjawab pertanyaan, dan khususnya terdapat 73 responden yang berdomisili di Indralaya, hanya 37 responden atau sekitar 25,9% masyarakat yang mendengarkan Radio Indralaya. Hal ini menunjukkan bahwa minat pendengar masyarakat masih minim untuk mendengarkan siaran Radio Indralaya. Meskipun demikian, perlu diperhatikan bahwasanya Radio Indralaya memiliki peran sebagai pembangunan daerah yang dikarenakan Radio Indralaya merupakan satu-satunya radio lokal di Ogan Ilir.

Sebagaimana diketahui bahwasanya media menjadi salah satu elemen penyumbang pembangunan daerah melalui penyampaian informasi tentang daerah tersebut, khususnya dalam hal ini yaitu kabupaten Ogan Ilir. Informasi yang disampaikan bermaksud untuk memberikan pengetahuan sekaligus memperkenalkan Ogan Ilir kepada masyarakat dan khalayak luas baik dari segi budaya, adat istiadat, kebiasaan, informasi kejadian terkini dan perkembangan kemajuan yang ada di Ogan Ilir. Radio Indralaya menjadi penyumbang pembangunan daerah yaitu, salah satunya dengan adanya kerjasama yang terjalin antara pihak BNN Ogan Ilir dengan Radio Indralaya yang bertujuan memberikan edukasi seputar pencegahan dan pemberantasan narkoba di wilayah Ogan ilir, dan

juga karena lokasi stasiun Radio Indralaya berdekatan dengan kampus utama Universitas Sriwijaya yang dengan jumlah mahasiswa puluhan ribu yang rentan akan narkoba, maka radio memiliki peran penting untuk ikut andil dalam memberikan informasi dan mensukseskan semua program BNN dalam upaya pencegahan narkoba. Dokumentasi ketika pihak BNN bekerja sama dengan Radio Indralaya terdapat pada gambar 1.2 di bawah ini.

Gambar 1.2

Kerjasama BNN dan Radio Indralaya



Sumber: Dokumentasi Radio Indralaya Kabupaten Ogan Ilir tahun 2019

Kemajuan dari lembaga pendidikan di suatu daerah akan menentukan keberhasilan pembangunan daerah itu sendiri. Radio Indralaya yang merupakan satu-satunya radio lokal di Ogan Ilir akan membantu memfasilitasi dan menyediakan informasi terkini bagi para calon mahasiswa maupun yang telah menjadi mahasiswa di Universitas Sriwijaya di Ogan Ilir guna meningkatkan pengetahuan mereka terkait daerah tempat mereka menempuh pendidikan. Dan ini membuat Radio Indralaya berperan dalam pembangunan daerah. Sehingga meskipun dengan minat dengar yang minim, fungsi dari keberadaan Radio Indralaya ini memiliki pengaruh besar di Ogan Ilir. Tolak ukur untuk suatu radio agar tetap dapat bertahan hidup selain berasal dari sumber pendanaan modal operasional juga salah satunya yaitu banyaknya pendengar dari radio itu sendiri yang nantinya akan berdampak pada banyaknya iklan masuk guna memberikan pendapatan tambahan bagi radio itu sendiri.

Berdasarkan data diatas diketahui kurangnya minat pendengar Radio Indralaya, hal ini tidak membuat Radio Indralaya berhenti siaran. Radio Indralaya tetap melakukan siaran sejak berdiri hingga saat ini yang sudah terhitung sekitar 12 tahun lamanya. Sehingga berdasarkan uraian diatas penulis akan meneliti bagaimana strategi pemasaran yang di lakukan oleh Radio Indralaya sebagai radio lokal di tengah-tengah ketatnya persaingan media lain dan minimnya minat pendengar Radio Indralaya itu sendiri melalui penelitian ini yang berjudul “Strategi komunikasi pemasaran Radio Indralaya sebagai radio lokal di kabupaten Ogan Ilir provinsi Sumatera Selatan”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini, yaitu bagaimana strategi komunikasi pemasaran Radio Indralaya sebagai radio lokal di kabupaten Ogan Ilir provinsi Sumatera Selatan?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah, maka didapatkan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Radio Indralaya sebagai radio lokal di kabupaten Ogan Ilir provinsi Sumatera Selatan.

1.4.Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang akan didapatkan dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam pengayaan ilmu dibidang komunikasi baik secara umum maupun secara khusus yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran pada Radio lokal bagi pembacanya seperti mahasiswa dan akademisi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang akan didapatkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran serta pedoman umum bagi pelaku bisnis yang ingin terjun ke dalam industri radio lokal, mengenai strategi-strategi dalam mempertahankan dan mengembangkan sebuah radio lokal. Serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan dorongan bagi industri radio lokal mengenai bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan ditengah persaingan media yang begitu ketat.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Agus, Hermawan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana
- Arifin. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Richard I. 2011. *Learning To Teach*. New York: McGraw Hill
- Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung : CV. Linda Karya
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Hafied. 2015. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Fendi, S dan Tukiran. 2014. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi
- Khomsahrial, Romli. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo
- Kriyantono, Rahmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Lamintang, Franciscus Theo Junior. 2013. *Pengantar Ilmu Broadcasting dan Cinemathography*. Jakarta: In media
- Mukarom, Zainal dan Muhibudin Wijaya Laksana. 2015. *Manajemen Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia
- Prasetyo, Putranto Ade. 2020. *Manajemen Media Massa*. Jakarta: Pustaka Baru Press
- Prof.Dr.Khomsahrial Romli, M. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT.Grasindo
- Santi, Indra Astuti. 2017. *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet

- Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Undang-Undang No. 32 Tahun 2002. *Tentang Penyiaran*. Jakarta: Sekretariat Negara RI
- Usman Effendi. 2014. *Asas Manajemen cetakan Ke 2*. Jakarta: Rajawali Pers
- Wibowo, Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan pemasaran*. Jakarta: Alfabeta

B. Skripsi dan Jurnal

- Ernis, Suryani Taufli. 2014. *Strategi Padang TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal*. Padang: Universitas Andalas
- Pramasdino, Syafri. 2019. *Strategi Riau Televisi (Riau TV) Menghadapi Persaingan dengan TV Nasional untuk Tetap Eksis Sebagai TV Lokal*. Jurnal Ilmiah London School Of Public Relations
- Pramitasari, Dinda. 2013. *Strategi Komunikasi Radio Komunitas Angkringan 107,8 FM dalam Mempertahankan Eksistensi*. Jawa Tengah: Universitas Kristen Satya Wacana
- Prasetya, L. 2011. *Kompetisi Surat Kabar Lokal Yogyakarta Berdasarkan Tingkat Kepuasan Biro Iklan Pada Layanan Jasa Media surat Kabar*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Ummul Fauziah Rahmah. 2013. *Strategi Komunikasi Stasiun Televisi Lokal Dalam Meningkatkan Eksistensi (Studi pada Cahaya Televisi (CTV) Banten)*. Banten: UIN Syarif Hidayatullah

C. Internet

- <http://www.radioindralaya.com/> diakses pada hari Kamis tanggal 14 November 2019, pukul 20.00 Wib
- www.eJournal.Uajy.Ac.Id/1481/1/0kom02720.Pdf diakses pada hari Senin tanggal 24 November 2019, pukul 19.00 Wib
- <https://e-penyiaran.kominfo.go.id/> diakses pada hari Rabu tanggal 11 Desember 2019, pukul 21.00 Wib