

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO MASPERO FM  
BELITANG OKU TIMUR SUMATERA SELATAN DALAM  
MENDAPATKAN IKLAN DI TAHUN 2019**

**Skripsi**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi: Penyiaran



**Disusun oleh:**

**MUHAMMAD MALIK**

**07031181621010**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2020**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Maspero FM Belitang Oku Timur Sumatera Selatan Dalam Mendapatkan Iklan Di Tahun 2019”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh**

**Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

**Muhammad Malik**

**07031181621010**

Pembimbing I

1. Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si  
NIP. 196010021992032001

Tanda Tangan



Tanggal

16 Oktober 2020

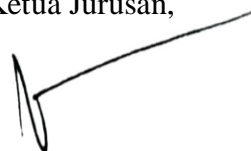
Pembimbing II

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



21 Oktober 2020

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



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

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF





**“Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Maspero FM Belitang OKU  
Timur Sumatera Selatan Dalam Mendapatkan Iklan Di Tahun 2019”**

**Skripsi**


**Oleh :**

**Muhammad Malik  
07031181621010**

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


Pembimbing :	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si NIP. 196010021992032001	 -----	23 November 2020 -----
2. Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 199205312019032018	 -----	23 November 2020 -----
Penguji :	Tanda Tangan	Tanggal
1. Hoirun Nisyak, S.P.d., M,Pd NIP. 197803022002122002	 -----	19 November 2020 -----
2. Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si NIP. 199309052019032019	 -----	19 November 2020 -----

Dekan FISIP UNSRI,

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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

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

## **MOTTO**

**“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak” (Ralph Waldo Emerson)**

**Skripsi ini kupersembahkan kepada:**

- 1. Kedua orang tuaku tercinta yaitu Bapak Lasiman dan Ibu Painem**
- 2. Saudara-saudaraku tersayang, Elviati dan Suhenik**
- 3. Almamaterku Universitas Sriwijaya.**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Malik  
NIM : 07031181621010  
Tempat dan Tanggal Lahir : Sukadana, 27 September 1995  
Program Studi/Jurusan : Fisip/Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Maspero FM Belitang Oku Timur Sumatera Selatan Dalam Mendapatkan Iklan di Tahun 2019

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.

Palembang,  
Yang membuat pernyataan,



**Muhammad Malik**  
NIM. 07031181621010

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho dan hidayahnya-NYA sehingga penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Maspéro FM Belitang Oku Timur Sumatera Selatan Dalam Mendapatkan Iklan di Tahun 2019” dapat tersusun hingga selesai. Penelitian ini telah disusun dengan maksimal dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar penelitian ini untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Selama penelitian dan penyusunan proposal skripsi ini, peneliti telah dibantu, dibimbing dan diberi semangat oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Lasiman dan Ibu Painem, terimakasih atas segala dukungannya selama ini, dari dukungan moral dan finansial yang tak henti-hentinya diberikan agar saya selalu semangat menempuh pendidikan, dukungan dalam menyemangati 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 Saggaff, MSCE. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Sc selaku Dekan Fisip Unsri.
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 Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si selaku sebagai Pembimbing Utama yang selalu memberikan arahan, saran dan motivasi sertya dukungan dalam menyelesaikan proposal skripsi.

6. Ibu Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku sebagai Pembimbing Kedua yang selalu memberikan arahan, saran dan motivasi serta dukungan dalam menyelesaikan proposal skripsi.
7. Ibu Febri Marani Malinda, S.Sos, MA selaku sebagai Pembimbing Akademik yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan saran selama masa perkuliahan.
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. Seluruh kru dari Radio Maspero FM Belitang Oku Timur Sumatera Selatan yang telah membantu penelitian ini berjalan lancar dengan kerjasamanya dalam memberikan data dan informasi yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi
10. Saudara-saudaraku yang sangat berharga. Mbak-ku tersayang Elviati dan Suhenik yang selalu membantu, mendukung, dan memotivasi untuk terus berusaha, berjuang dan menjadi contoh terbaik buat saya serta keponakan tersayang Lutfy Rayhan Saputra dan Azizatul An-nabila yang telah ikut membantu menyemangati saya agar semangat dalam menyelesaikan skripsi. Dan seluruh keluarga besarku yang selalu menyemangati dan mendoakan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi.
11. Untuk sahabatku Utriani Syaury terima kasih sudah menemaniku selama kuliah yang selalu memberiku motivasi dan terimakasih atas kenangan indahny.
12. Kepada sahabat setiaku semasa hidup diperantauan, Imam Prayoga, Marcelino Budi Kurnia, Septa Nadia Putri, Ayu Dwi Septi, Bernadetha Saptarini, Christina Vivid, Lucia Regina Caeli dan Nicholas Wimarda. Terimakasih atas dukungan, doa dan kerjasamanya selama ini.
13. Keluarga kedua saya Letting 53 di Organisasi Resimen Mahasiswa Universitas Sriwijaya yang sangat saya sayangi, Ute, Mbak Wa, Mbak May, Bundadari, Mbak Kik, Ujik, Santi, Nada, Mas Rendi, Mas Ray, Mas Amar, Fanny, Om Mahmal,

dan Pipul yang telah menjadi tempat mencurahkan keluh kesah baik suka maupun duka, yang selalu ada buat saya dan mengajarkan arti kebersamaan.

14. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya angkatan 2016 terutama teman-teman konsentrasi Penyiaran terimakasih atas semangat dan kerjasamanya selama ini.

Indralaya, November 2020

Penulis



## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Maspero FM Belintang Oku Timur Sumatera Selatan Dalam Mendapatkan Iklan di Tahun 2019**”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Radio Maspero FM Belintang Oku Timur Sumatera Selatan dalam mendapatkan iklan di tahun 2019. Penelitian ini menggunakan teori Strategi *Marketing Public Relations* dan metode deskriptif kualitatif dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan tiga informan utama dan satu orang informan tambahan, observasi, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Radio Maspero FM dalam mendapatkan iklan telah memenuhi *Three Ways Strategy* dalam proses strategi komunikasi pemasaran. Pertama *Pull Strategy* yaitu strategi menarik dengan melakukan pemetaan terhadap calon pengiklan potensial yang ada di wilayah Belintang Oku Timur maupun skala nasional. Para pengiklan akan diberikan surat penawaran, *company profile* kerjasama serta penjelasan terkait keuntungan ketika beriklan di Radio Maspero FM. Kedua *Push Strategy* yaitu strategi mendorong, dimana para pengiklan akan diberikan motivasi untuk beriklan di Radio Maspero FM dan akan di dorong untuk bisa terus memasang iklannya. Strategi ini dilakukan dengan cara negoisasi harga yang bisa disesuaikan dengan *budget* pengiklan, para pengiklan juga akan diberikan gratis revisi iklan dan berbagai bonus tambahan slot iklan. Ketiga *Pass Strategy* yaitu strategi memperluas pemasaran dan menjaga hubungan baik, dimana didalam proses ini radio tidak lagi mengutamakan *profit*, akan tetapi lebih menciptakan opini publik yang baik dan terus membangun citra positif agar mendapatkan *value* lebih dengan para pengiklan dan pendengar.

**Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Radio Maspero FM, Three Ways Strategy, Iklan**

**Pembimbing I**



**Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si**  
**NIP. 196010021992032001**

**Pembimbing II**



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

**Indralaya, 24 November 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 is about “Marketing Communication Strategy for Maspero FM Radio in Belitang Oku Timur, South Sumatra in Getting Ads in 2019”. This research aims to find out Maspero FM Belitang Oku Timur Radio's marketing communication strategy in South Sumatra in getting ads in 2019. This study uses the theory of marketing public relations strategies and descriptive qualitative methods with data obtained from exhaustive interviews with three main informants and one additional informant, observation, literature study, and documentation. The results of this study show that the marketing communication strategy carried out by Maspero FM Radio in getting advertisements has fulfilled the three ways strategy in the marketing communication strategy process. The first is the pull strategy, which is an interesting strategy by mapping potential advertisers in Belitang Oku Timur area and on national scale. The advertisers will be given an offer letter, a cooperation company profile and an explanation about the benefits of advertising on Maspero FM Radio. The second is the push strategy, where the advertisers will be motivated to advertise on Maspero FM Radio and will be pushed to be able to continue placing their advertisements. This strategy is carried out by negotiating prices that can be adjusted to the advertiser's budget, advertisers will also be given free ad revisions and various additional ad slot bonuses. The third is the pass strategy, which is a strategy to expand marketing and take care of good relations, where in this process radio not prioritizing profit, but makes good public opinion and build a positive image in order to get more value with advertisers and listeners.*

**Key Words : Marketing Communication Strategy, Maspero FM Radio, Three Ways Strategy, Advertising**

**Thesis Adviser I**



**Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si  
NIP. 196010021992032001**

**Thesis Adviser II**



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

**Indralaya, 24 November 2020  
Head of Departement Communication Sciences  
Faculty of Social and Political Sciences  
Sriwijaya University**



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

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iiiv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1.Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4.Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9

### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Landasan Teori.....	10
2.2. Strategi.....	10
2.2.1. Pengertian Strategi.....	10
2.2.2. Strategi Komunikasi .....	11
2.2.3. Strategi Pemasaran .....	13
2.2.4. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	18
2.3. Media Massa .....	23

2.4. Radio .....	25
2.5. Iklan.....	29
2.6. Berbagai Teori Tentang Komunikasi Pemasaran.....	31
2.6.1. Teori Komunikasi Pemasaran Kotler .....	31
2.6.2. Teori AIDA Menurut Elmo Lewis .....	34
2.6.3. Teori Strategi Marketing Public Relations .....	36
2.7. Teori Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini.....	37
2.8. Kerangka Teori .....	39
2.9. Kerangka Pemikiran .....	40
2.10. Penelitian Terdahulu.....	43

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1. Rancangan Penelitian .....	46
3.2. Definisi Konsep.....	46
3.3. Fokus Penelitian .....	48
3.4. Unit Analisis Data .....	50
3.5. Key Informant & Informan Pendukung.....	50
3.5.1. Key Informant .....	51
3.5.2. Informan Pendukung .....	51
3.6. Data dan Sumber Data.....	51
3.6.1. Data.....	51
3.6.1. Sumber Data.....	51
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.8. Teknik Keabsahan Data.....	55
3.9. Teknik Analisis Data .....	56

### **BAB IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

4.1. Sejarah Perkembangan Radio Maspéro FM.....	57
4.2. Profil Radio Maspéro FM.....	58
4.3. Visi dan Misi Radio Maspéro FM.....	60
4.3.1. Visi .....	60
4.3.2. Misi.....	61

4.4. Logo dan Arti Radio Maspero FM.....	61
4.5. Struktur Organisasi.....	62

**BAB V. HASIL DAN ANALISIS**

5.1. Hasil Penelitian .....	65
5.1.1. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	65
5.1.1.1. Tipe Pengiklan .....	67
5.1.1.2. Bentuk-Bentuk Kerjasama.....	73
5.1.2. Pull Strategy (Strategi Menarik).....	75
5.1.3. Push Strategy (Strategi Mendorong).....	91
5.1.4. Pass Strategy (Strategi Memperluas Pemasaran dan Menciptakan Opini Publik).....	102

**BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1. Kesimpulan .....	115
6.2. Saran.....	116

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>118</b>
-----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>121</b>
-----------------------	------------

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Jumlah Stasiun Radio di 17 Kabupaten Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2019.....	2
Tabel 1.2. Wilayah Jangkauan Siaran Radio Maspero FM .....	4
Tabel 1.3. Jumlah Pengiklan Radio Maspero FM.....	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3.1. Fokus Penelitian.....	49
Tabel 4.1. Jadwal Harian Radio Maspero FM.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi Laswell.....	12
Gambar 2.2. 4P+2 P Menurut Kotler.....	32
Gambar 2.3. Alur Pemikiran.....	42
Gambar 4.1. Logo Radio Maspéro FM.....	61
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Radio Maspéro FM.....	62
Gambar 5.1. Surat Penawaran Iklan Radio Maspéro FM.....	75
Gambar 5.2. Talkshow Penerimaan Anggota Polri bersama Wakapolres Oku Timur dengan Radio Maspéro FM.....	81
Gambar 5.3. Tarif Harga Iklan Radio Maspéro FM.....	88
Gambar 5.4. Pengiklan Baru Lokal dan Nasional Radio Maspéro FM.....	93
Gambar 5.5. Pengiklan Lama Lokal dan Nasional Radio Maspéro FM.....	97

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Dewasa ini pesatnya perkembangan teknologi mendorong kebutuhan akan informasi yang sangat penting bagi masyarakat. Teknologi itu sendiri merupakan induk dari lahirnya media massa, sehingga masyarakat sangat bergantung pada media massa untuk memenuhi kebutuhan akan sebuah informasi. Media massa saat ini menjadi salah satu industri besar yang sangat menjanjikan bagi industri komersil. Oleh karena itu perkembangan teknologi yang semakin maju, media massa pun turut berkembang. Media massa kini bermunculan dan mulai menjamur di tengah masyarakat, hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi dan hiburan. Jenis dari media massa ini pun semakin hari semakin sangat beragam, seperti radio, televisi, internet dan juga media cetak.

Dalam hal ini, penulis memilih radio sebagai objek penelitian. Radio seringkali diasumsikan sebagai media yang berfungsi utama sebagai media pemberi berbagai informasi. Selain menyajikan berbagai hiburan guna menarik perhatian khalayak, radio juga merupakan salah satu media massa elektronik yang sangat efisien, murah, merakyat, dan bisa dibawa atau didengarkan dimana-mana. Radio memiliki karakteristik yang khas diantaranya adalah memiliki daya tarik untuk imajinasi, memiliki kecepatan yang tidak dapat dibandingkan dan alat komunikasi yang efisien dalam informasi serta radio lebih mudah dibawa (Morissan,2009)

Maspero FM adalah salah satu radio swasta niaga di Oku Timur khususnya terletak di Belitang. Radio hingga saat ini masih sangat dipercayai menjadi sebuah media informasi dan komunikasi yang sangat digemari oleh lapisan masyarakat karena media itu sendiri mempunyai peran yang sangat penting dalam proses penyebaran informasi yang setimpal dan seimbang di kalangan masyarakat, serta memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya yakni sebagai sebuah media informasi, kontrol, pendidikan, hiburan, dan perekat sosial.



Radio di Sumatera Selatan pun sangat beragam dan hingga kini masih aktif bersiaran menyapa pendengarnya selain itu tentunya setiap radio memiliki ciri khas masing-masing. Berdasarkan data yang diperoleh penulis, jumlah stasiun Radio yang ada di Provinsi Sumatera Selatan yang terdapat di 17 Kabupaten di tahun 2019 (Lihat tabel 1.1).

**Tabel 1.1.**

**Jumlah Stasiun Radio di 17 Kabupaten Provinsi Sumatera Selatan  
Tahun 2019**

No.	Kabupaten	Jumlah Stasiun Radio Tahun 2019
1.	Palembang	33 Radio
2.	Banyuasin	5 Radio
3.	Empat Lawang	1 Radio
4.	Lahat	3 Radio
5.	Muara Enim	3 Radio
6.	Musi Banyuasin	3 Radio
7.	Musi Rawas	1 Radio
8.	Musi Rawas Utara	-
9.	Ogan Ilir	1 Radio
10.	OKI	1 Radio
11.	OKU (Baturaja)	8 Radio
12.	OKU Selatan	1 Radio
13.	OKU Timur	3 Radio
14.	Pali	1 Radio
15.	Lubuk Linggau	4 Radio
16.	Pagar Alam	2 Radio
17.	Prabumulih	8 Radio

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

Dari data diatas, setiap Kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan tahun 2019 memiliki jumlah stasiun Radio yang berbeda, dapat kita lihat di Palembang sangat mendominasi dengan memiliki stasiun radio paling banyak diantara Kabupaten yang lainnya. Dapat dilihat dengan seiring berkembangnya teknologi namun radio

masih tetap bisa bertahan dihati pendengarnya dengan data diatas bahwa disetiap Kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan tahun 2019 masih memiliki stasiun Radio yang masih aktif untuk melakukan siaran.

Selain itu dengan daya jangkau yang luas dan kemampuan menyatu yang unik dengan masyarakat, media radio menjadi media yang sudah cukup lama eksis dan bertahan diantara perkembangan informasi lainnya yang semakin canggih dan beragam. Radio juga bisa dinikmati kapan saja dan di mana saja tanpa memerlukan peralatan yang canggih dan mahal harganya, radio kini juga banyak terdapat pada aplikasi-aplikasi yang mudah didapat, yakni pada *handphone*, *radio portable*, dan radio pada kendaraan bahkan radio pada televisi.

Dari 17 Kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan dengan berbagai stasiun Radio yang tentunya memiliki ciri khas dan keunggulan masing-masing dari radio yang satu dengan radio yang lainnya dalam melakukan siaran. Selain itu setiap stasiun tentunya mempunyai tingkat persaingan yang berbeda-beda dalam menjaga eksistensi dan menarik jumlah pendengar sebanyak-banyaknya untuk menarik minat calon pengiklan. Namun persaingan radio di Oku Timur khususnya Belitang itu sendiri berlangsung begitu sangat pesat. Salah satunya yakni radio Maspero FM yang berani untuk bersaing dalam merebutkan segmen pasar dan calon pengiklan tersebut ialah radio Maspero FM. Dari tahun ke tahun radio Maspero FM terus menyusun sebuah strategi guna untuk meningkatkan pendapatan iklan dan pendengar radio. Berikut ini merupakan beberapa alasan penulis memilih judul penelitian “Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Maspero FM Belitang Oku Timur Sumatera Selatan Dalam Mendapatkan Iklan Di Tahun 2019”

#### **1.1.1. Radio Maspero FM mempunyai jangkauan siaran yang luas**

Radio Maspero FM merupakan salah satu radio swasta di Kabupaten Oku Timur dengan pendengar yang cukup banyak, bisa dilihat dari jangkauan siaran yang sangat luas (lihat tabel 1.2).

**Tabel 1.2.**  
**Wilayah Jangkauan Siaran Radio Maspero FM**

No.	Wilayah	Jangkauan Siaran
1.	Oku Timur	Belitang, Buay Madang, Cempaka dan Martapura
2.	Ogan Komering Ulu (OKU)	Baturaja dan Batumarta
3.	Oku Selatan	Muara Dua
4.	Ogan Komering Ilir (OKI)	Pematang Panggang (lintas timur) dan Tugu Mulyo
5.	Bengkulu	Bengkulu Selatan
6.	Lampung	Lampung Barat (liwa) dan Lampung Utara

Sumber: Radio Maspero FM

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa jangkauan siaran dari Radio Maspero FM sangat luas, dengan jangkauan siaran yang luas maka tidak dipungkiri pendengar dari Radio Maspero FM sangatlah banyak. Pendengar merupakan sebuah aset bagi radio, karena jika sebuah stasiun radio mempunyai banyak pendengar maka para calon pengiklan pun akan berdatangan untuk memasang iklan seperti produk-produk, jasa, ataupun lembaga terkait kepada stasiun radio tersebut. Jika dilihat dari sudut pandang pengiklan, calon pengiklan yang memasang iklan pada sebuah stasiun radio yang mempunyai banyak pendengarnya, itu berarti calon pengiklan bisa mempromosikan produk-produknya ke lebih banyak pendengar sekaligus calon konsumen yang sangat bermanfaat bagi mereka.

### **1.1.2. Jumlah Pengiklan Radio Maspero FM tetap stabil**

Dalam dunia radio, suatu hubungan yang penting tidak hanya terjadi kepada pihak dari stasiun radio dan pendengar saja, melainkan terdapat pihak lain yang menjadi unsur penting bagi stasiun radio yaitu pengiklan. Pengiklan merupakan peran penting bagi sebuah stasiun radio, terutama radio swasta. Bahkan bisa

dikatakan bahwa pengiklan merupakan nyawa bagi stasiun radio, hidup matinya sebuah stasiun radio tergantung dari jumlah pengiklan ke radio tersebut, karena pengiklan mempunyai fungsi sebagai pemberi modal bagi berjalannya kegiatan operasional radio tersebut. Seperti halnya Radio Maspero FM yang dari tahun ke tahun terus mengatur strategi menarik guna untuk mendapatkan iklan, terbukti dengan jumlah pengiklan yang masuk di Radio Maspero FM dari bulan januari hingga desember tahun 2017-2019 tetap stabil dan diminati oleh para pengiklan baik itu pengiklan baru maupun pengiklan yang lama, ini tidak luput dari peran penting pihak Radio Maspero FM dalam melakukan strategi untuk mendapatkan pengiklan. Berikut jumlah pengiklan Radio Maspero FM dari tahun 2017-2019 (lihat tabel 1.3).

**Tabel 1.3.**

**Jumlah Pengiklan Radio Maspero FM Tahun 2017-2019**

<b>No.</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengiklan Tahun 2017</b>
1.	Januari	17 Pengiklan
2.	Februari	16 Pengiklan
3.	Maret	15 Pengiklan
4.	April	15 Pengiklan
5.	Mei	18 Pengiklan
6.	Juni	14 Pengiklan
7.	Juli	17 Pengiklan
8.	Agustus	16 Pengiklan
9.	September	19 Pengiklan
10.	Oktober	14 Pengiklan
11.	November	16 Pengiklan
12.	Desember	15 Pengiklan

No.	Bulan	Jumlah Pengiklan Tahun 2018
1.	Januari	15 Pengiklan
2.	Februari	17 Pengiklan
3.	Maret	14 Pengiklan
4.	April	16 Pengiklan
5.	Mei	16 Pengiklan
6.	Juni	15 Pengiklan
7.	Juli	14 Pengiklan
8.	Agustus	18 Pengiklan
9.	September	15 Pengiklan
10.	Oktober	17 Pengiklan
11.	November	15 Pengiklan
12.	Desember	14 Pengiklan

No.	Bulan	Jumlah Pengiklan Tahun 2019
1.	Januari	16 Pengiklan
2.	Februari	16 Pengiklan
3.	Maret	15 Pengiklan
4.	April	14 Pengiklan
5.	Mei	17 Pengiklan
6.	Juni	19 Pengiklan
7.	Juli	16 Pengiklan
8.	Agustus	16 Pengiklan
9.	September	17 Pengiklan
10.	Oktober	14 Pengiklan
11.	November	14 Pengiklan
12.	Desember	13 Pengiklan

Sumber: Radio Maspero FM

Dari data diatas menunjukkan bahwa pengiklan di Radio Maspero FM dari tahun 2017 sampai tahun 2019 bisa dikatakan stabil, karena pengiklan yang masuk tidak terjadi penurunan atau peningkatan yang signifikan. Maspero FM merupakan salah satu radio swasta di Kabupaten Oku Timur yang hingga saat ini masih terus eksis menyapa pendengar setianya, ini tidak terlepas dari pemasangan iklan yang tetap setia menjadi klien pengiklan di Radio Maspero FM.

Sangat jarang bahkan hampir tidak ada sebuah stasiun radio swasta yang mampu bertahan tanpa adanya pengiklan. Dengan banyaknya pengiklan yang memasang iklan di radio tersebut, maka akan menambah pemasukan untuk membiayai kegiatan operasional yang juga dapat meningkatkan kredibilitas dan juga tingkat kepercayaan klien terhadap stasiun radio tersebut. Semakin banyak pengiklan yang memasang iklan di radio tersebut maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan klien terhadap stasiun radio tersebut.

### **1.1.3. Radio Maspero FM menerapkan sistem “*All Crew is All Sales*” yang berbeda dengan radio lain di OKU Timur**

Radio Maspero FM menerapkan sistem “*All Crew is All Sales*” yang berbeda dari kebanyakan stasiun radio yang lainnya khususnya radio di Kabupaten Oku Timur yang dimana sistem pemasarannya hanya di atur oleh bagian atau departemen khusus yang menangani semua hal yang berhubungan dengan pemasaran. Namun di Maspero FM sendiri dengan mengusung sistem “*All Crew is All Sales*” di mana semua *crew* mendapat kesempatan yang sama untuk berperan sebagai “*sales marketing*” guna untuk mendapatkan calon pengiklan. Jadi setiap *crew* mendapat tugas untuk ikut serta membantu menjadi bagian dari kegiatan *marketing*. Kebanyakan stasiun radio tidak terlalu aktif dalam mendapatkan calon pengiklan dengan menawarkan kerja sama secara langsung, bahkan terkadang hanya menunggu pengiklan berdatangan untuk memasang iklan di radio tersebut. Radio Maspero FM merupakan radio lokal yang ingin memberikan kesempatan kepada calon pengiklan kelas menengah atau bahkan pengiklan yang merupakan sebagai pengusaha daerah untuk mengiklankan produknya melalui radio Maspero FM.

Disini pihak *marketing* Radio Maspero FM turun langsung untuk melakukan penawaran atau bisa disebut dengan istilah “menjemput bola”. Karena strategi calon pengiklan dari kalangan kelas menengah atau usaha kecil dengan pengiklan besar yang sudah terbiasa dengan memasang iklan di media akan sangat berbeda. Maka dari itu pihak *marketing* Radio Maspero FM harus mempunyai strategi yang bagus guna untuk menarik calon pengiklan dari semua kalangan.

Meskipun terkadang mengalami kesulitan untuk menarik calon pemasang iklan, namun semua *crew* Radio Maspero FM dengan strategi yang menarik tidak menutup kemungkinan untuk bisa meyakinkan kepada masyarakat, bahwa beriklan di stasiun radio itu tidak mahal dan dapat memperluas publikasi dan promosi suatu produk, jasa atau perusahaan secara cepat dan praktis untuk dikenal masyarakat luas. Bisa dilihat dari pengiklan yang memasang iklan di Radio Maspero FM seperti perusahaan besar maupun perusahaan lokal kelas menengah. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Radio Maspero FM dalam mendapatkan calon pengiklan baik dari kalangan perusahaan besar maupun perusahaan lokal kelas menengah.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti yang merupakan salah satu pendengar setia Radio Maspero FM, merasa tertarik untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi pemasaran Radio Maspero FM dalam mendapatkan iklan di tahun 2019.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *Pull Strategy* (strategi menarik) yang dilakukan Radio Maspero FM dalam mendapatkan pengiklan?
2. Bagaimana *Push Strategy* (strategi mendorong) yang dilakukan Radio Maspero FM dalam mendapatkan pengiklan?
3. Bagaimana *Pass Strategy* (strategi untuk memperluas pemasaran dan menciptakan opini publik) yang dilakukan Radio Maspero FM dalam mendapatkan pengiklan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *Pull Strategy* (strategi menarik) yang dilakukan Radio Mapero FM dalam mendapatkan pengiklan?
2. Untuk mengetahui *Push Strategy* (strategi mendorong) yang dilakukan Radio Maspero FM dalam mendapatkan pengiklan?
3. Untuk Mengetahui *Pass Strategy* (strategi memperluas pemasaran dan menciptakan opini publik) yang dilakukan Radio Maspero FM dalam mendapatkan pengiklan?

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran dan memperkaya perbendaharaan kepustakaan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bagi jurusan Ilmu Komunikasi khususnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran radio Maspero FM dalam mendapatkan iklan, serta sebagai masukan pada peneliti mendatang.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat dimana hasil ini dapat berguna sebagai bahan informasi masyarakat mengenai Radio.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- \_\_\_\_\_. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Graffindo
- \_\_\_\_\_. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Gunawan, I. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Husein, Umar. 2001. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Gramedia Pustaka Utama
- Juni, Donni Priansa, S.Pd., S.E., M.M., QWP, Adi, Lili Wibowo, Dr, S.Pd., S.Sos., M.M. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Kustiawan, Usep. 2016. *Pengembangan Media Pembelajaran Usia Dini*. Malang: Gunung Samudra
- Mahfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Proffesional*. Yogyakarta: LkiS
- \_\_\_\_\_. 2006. *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LkiS
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group
- \_\_\_\_\_. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia

- Panuju, Redi, Dr, M.Si. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Prisgunanto. 2006. *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Romli, Asep Syamsul M. 2004. *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter, dan Scriptwriter*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Rahanatha, Bayu. 2008. *Skema Pembentukan Positioning Terhadap Pendengar Dari Sebuah Stasiun Radio*. Jakarta: Visuo
- Soemanagara. 2012. *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Statistik untuk Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remana Rosdakarya

## **B. Karya Ilmiah**

- Syukron, Muhammad Amien Abdul Kariem. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Duis FM Indragiri Hulu Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan. Riau. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Eng, Richard. 2011. *TV Ratings Non Accurate Gauge of Popularity*. Las Vegas Review Journal. Volume 3, no.2
- Nofianti, Rosa. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Pass FM Cilegon Dalam Mendapatkan Iklan. Serang. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.
- Gusti, Mega Helina. 2012. Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Paranti 105,6 FM Pandeglang Dalam Mendapatkan Iklan. Serang. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.
- Rahman, Chairunnisa. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Bugis WaterPark Adventure dalam Menarik Jumlah Pengiklan. Makassar. Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin.
- Adytya, Ditta. 2012. Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Delta FM dalam Bertahan di Era Media Online. Medan. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara. Vol. 1 Nomor. 1 Tahun 2012.

Susriyanti. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran (*Public Relations*) Radio Pronews 90 FM Padang Dalam Mendapatkan Iklan. Bandung. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, UPI YPTB Bandung. Vol. 3 Nomor. 2 Tahun 2018.

Fitrah, Maria. 2015. Strategi Komunikasi Pemasaran *Jungleland Adventure Theme Park* Bogor Dalam Upaya Menarik Pengunjung. Bogor. Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Juanda Bogor. Vol. 1 Nomor. 1 Tahun 2015

### **C. Internet**

Kominfo. 2019. *Jumlah Stasiun Radio di 17 Kabupaten Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2019*. (<https://e-penyiaran.kominfo.go.id/>) di akses pada tanggal 10 Desember 2019

Oku Timur. 2017. *Stasiun Radio FM di Oku Timur tahun 2019* (<http://okutimurnews.id/>) diakses pada tanggal 13 November 2019