

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO EL JOHN 95.9 FM
SEBAGAI RADIO PARIWISATA DI KOTA PALEMBANG**

Skripsi

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh Derajat
Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Penyiaran**



**Diajukan Oleh:
WINDA AGUSTINA
07031281621055**

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

2022

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO EL JOHN 95.9 FM
SEBAGAI RADIO PARIWISATA DI KOTA PALEMBANG”**

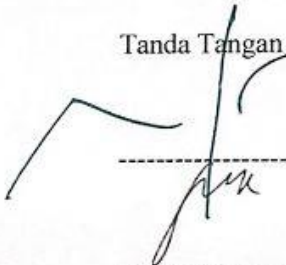
Skripsi
Oleh :
WINDA AGUSTINA
07031281621055

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 27 September 2022

Pembimbing :

1. Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001
2. Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199208222018031001

Tanda Tangan



Penguji :

1. Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001
2. Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Winda Agustina
NIM : 07031281621055
Tempat dan Tanggal Lahir : Bukit Kemuning, 02 Agustus 1998
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Radio
El John 95.9 FM Sebagai Radio
Pariwisata di Kota Palembang

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, 09 Agustus 2022



menbuat pernyataan,

Agustina

NIM. 07031281621055

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu”

–Ali bin Abi Thalib

“Jangan kalah pada rasa takutmu. Hanya ada satu hal yang membuat mimpi tak mungkin diraih : Perasaan takut gagal”

–Paulo Coelho, “*The Alkemis*”

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku Papa Lahmudin dan Mama Erza tercinta
2. Kakak, adik dan keluargaku
3. Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi
4. Teman-teman seperjuanganku
5. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah swt. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta nikmat kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik untuk melengkapi syarat wajib yang harus ditempuh dalam program studi.

Dalam proses penulisan skripsi ini penulis tentu mendapatkan hambatan dan masalah baik secara teknis dan non-teknis yang dihadapi, namun berkat doa, usaha, serta dukungan dan bimbingan yang diberikan oleh pembimbing, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Radio El John 95.9 FM Palembang Sebagai Radio Pariwisata di Kota Palembang”**.

Penulis menyadari keberhasilan untuk menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itulah dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah swt. yang telah memberukan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya dan saudara/l saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi baik secara moral, material, dan spiritual.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Si., selaku dosen pembimbing I skripsi saya yang telah sabar membimbing selama pembuatan skripsi.
7. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom, M.Si., selaku dosen pembimbing II skripsi saya yang telah sabar membimbing dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh Bapak/Ibu dosen, staff dan admin jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
9. Seluruh karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Seluruh staff dan karyawan Radio El John 95.9 FM Palembang yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi kita semua. Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kekeliruan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran oleh pembaca agar menunjang kesempurnaan hasil penelitian di masa akan datang. Hal ini disebabkan karena masih terbatasnya kemampuan dan ilmu yang penulis miliki.

Indralaya, Oktober 2022

Penulis,

Winda Agustina

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah.....	251
1.3 Tujuan Penelitian.....	251
1.4 Manfaat Penelitian.....	25
1.4.1 Manfaat Teoritis	25
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Strategi.....	13
2.2 Komunikasi.....	14
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	14
2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi.....	14
2.2.3 Model Komunikasi	15
2.2.4 Fungsi Komunikasi.....	16
2.3 Strategi Komunikasi	17
2.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi	17
2.3.2 Fungsi Strategi Komunikasi	18
2.3.3 Tujuan Strategi Komunikasi.....	18
2.3.4 Tahap dan Proses Strategi Komunikasi	19

2.4	Pengertian Radio.....	20
2.4.1	Karakteristik Radio Sebagai Media Massa	20
2.4.2	Kelebihan dan Kelemahan Radio.....	22
2.5	Pariwisata.....	23
2.6	Berbagai Teori Strategi Komunikasi	24
2.6.1	Teori Strategi Komunikasi Menurut Schramm	24
2.6.2	Teori Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>) Menurut Kotler dan Armstrong.....	25
2.6.3	Teori Strategi Komunikasi Pemasaran menurut Paul R. Smith	26
2.7	Teori Strategi Komunikasi Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini	27
2.8	Kerangka Teori	29
2.9	Kerangka Pemikiran	33
2.10	Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Definisi Konsep	38
3.3	Fokus Penelitian.....	39
3.4	Unit Analisis Data.....	42
3.5	Key Informant.....	42
3.6	Sumber Data	43
3.7	Teknik Pengumpulan Data	43
3.8	Teknik Analisis Data	44
3.9	Teknik Keabsahan Data.....	45
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		46
4.1	Sejarah Perkembangan Radio El John FM Palembang	46
4.2	Visi dan Misi	46
4.2.1	Visi.....	46
4.2.2	Misi.....	46
4.3	Profil Radio El John FM Palembang	47
4.4	Logo Radio El John FM Palembang.....	47
4.5	Struktur Organisasi Radio El John FM Palembang	48

4.6	Program Acara Radio El John FM Palembang.....	48
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		53
5.1	Hasil Penelitian.....	53
5.2	Pembahasan	84
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		93
6.1	Kesimpulan.....	93
6.2	Saran	95
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN.....		100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Radio El John memenangkan nominasi presenter pada acara Anugerah Gemilang Penyiaran Sumatera Selatan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)	4
Gambar 1.2	Iklan Acara <i>Sixerion</i> 2021 yang ditampilkan Radio El John 95.9 FM	5
Gambar 1.3	Iklan McD yang ditampilkan Radio El John 95.9 FM	6
Gambar 1.4	<i>Talkshow Community Zone</i> Radio El John 95.9 FM.....	8
Gambar 1.5	<i>Talkshow Elducation</i> Radio El John 95.9 FM	8
Gambar 1.6	Program Acara Radio El John 95.9 FM	10
Gambar 4.1	Logo Radio El John 95.9 FM Palembang	47
Gambar 5.1	Iklan yang disebar oleh Radio El John FM Palembang	56
Gambar 5.2	Radio El John FM Palembang Dalam <i>Event</i> Sungai Sekanak Lambidaro.....	61
Gambar 5.3	Radio El John FM Palembang sebagai Media Partner	62
Gambar 5.4	Laman <i>Website</i> Radio El John FM Palembang	66
Gambar 5.5	Akun <i>Instagram</i> Radio El John FM Palembang	68
Gambar 5.6	Akun <i>Twitter</i> Radio El John FM Palembang	68
Gambar 5.7	<i>Platform Streaming</i> Radio El John FM Palembang	69
Gambar 5.8	Iklan Promosi Berhadiah Radio El John FM Palembang.....	73
Gambar 5.9	Slogan Radio El John FM Palembang	75
Gambar 5.10	<i>Talkshow</i> CEO El John Indonesia dengan Kepala Dinas Pariwisata Sumsel.....	79
Gambar 5.11	Ruang Siaran Radio El John FM Palembang	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar jumlah pengiklan yang ada di radio El Joh 95.9 FM Palembang (Selama Pandemi 2019-2021).....	6
Tabel 1.2	Daftar <i>Event Off Air</i> yang Telah di Selenggarakan.....	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	Fokus Penelitian.....	39
Tabel 4.1	Program Acara Radio El John 95.9 FM Palembang	48
Tabel 5.1	<i>Rate Card</i> Radio El John 95.9 FM Palembang.....	57
Tabel 5.2	Perubahan <i>Tagline</i> El John 95.9 FM Palembang.....	60
Tabel 5.3	Jenis Media El John 95.9 FM Palembang.....	65

DAFTAR BAGAN

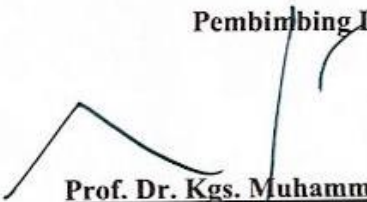
Bagan 2.1 Model Komunikasi Menurut Harold Lasswell.....	16
Bagan 2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Radio El John 95.9 FM.....	34

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Radio El John 95.9 FM Sebagai Radio Pariwisata di Kota Palembang”. Radio El John Palembang menjadi radio yang informatif, mendidik, menghibur, dan memajukan seni budaya yang memiliki potensial bagi masyarakat maupun pemerintah dalam memfokuskan pada industri pariwisata serta memberi peluang yang lebih besar terhadap kepariwisataan di kota Palembang melalui segmen khusus di radio tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran radio El John 95.9 FM Palembang sebagai radio pariwisata di kota Palembang dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio pariwisata di Palembang. Teori yang digunakan adalah teori bauran promosi atau *Promotion Mix*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi, dan wawancara pada 5 informan yang berkaitan dengan Radio El John 95.9 FM. Teknik analisis data terdiri dari kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio pariwisata di Palembang, radio El John 95.9 FM melakukan beberapa strategi komunikasi pemasaran yaitu melalui periklanan, penjualan personal, pemasaran langsung, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Strategi dari bauran promosi tersebut membantu radio El John 95.9 dalam mempertahankan meningkatkan jumlah pengunjung, pengiklan, mempromosikan produk radio termasuk perihal pengembangan pariwisata, serta mempertahankan eksistensi dari radio di hati pendengar dan pengiklan.

Kata Kunci: Strategi, Strategi Komunikasi, Pemasaran, Radio, Bauran Promosi, Pariwisata.

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.
NIP.199208222018031001



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

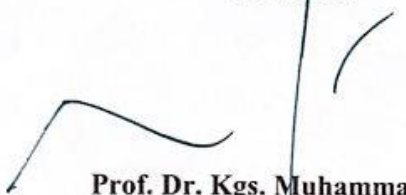
Dr. M. Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

This research is entitled "El John 95.9 FM Radio Marketing Communication Strategy as Tourism Radio in Palembang City". El John Palembang Radio is a radio that is informative, educating, entertaining, and promoting arts and culture that has potential for the community and the government to focus on the tourism industry and provide greater opportunities for tourism in the city of Palembang through a special segment on the radio. The purpose of this study was to determine the marketing communication strategy of El John 95.9 FM Palembang radio as a tourism radio in the city of Palembang in maintaining its existence as a tourism radio in Palembang. The theory used is the theory of the promotion mix or Promotion Mix. The method used in this study is a qualitative research with a descriptive approach. Data was collected by observing, documenting, and interviewing 5 informants related to Radio El John 95.9 FM. Data analysis techniques consist of data condensation, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that in maintaining its existence as a tourism radio in Palembang, El John 95.9 FM radio performs several marketing communication strategies, namely through advertising, personal selling, direct marketing, sales promotion, and public relations. The strategy of the promotion mix helps El John 95.9 radio in maintaining an increasing number of visitors, advertisers, promoting radio products including tourism development, and maintaining the existence of radio in the hearts of listeners and advertisers.

Keywords: *Strategy, Communication Strategy, Marketing, Radio, Promotional Mix, Tourism.*

Advisor I



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

Advisor II



Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.
NIP.199208222018031001

Head Of Communication Science Program



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia terdapat berbagai jenis stasiun penyiaran radio yang tersebar di banyak wilayah, stasiun tersebut diklasifikasikan menjadi empat, diantaranya: stasiun publik, stasiun radio swasta, stasiun berlangganan, dan stasiun komunitas. Semakin banyaknya jenis-jenis radio yang ada sudah pasti memiliki strategi komunikasi pemasaran yang berbeda dalam menarik minat pendengar. Tak hanya itu, radio juga menyuguhkan berbagai macam program acara dalam siarannya seperti halnya musik, hiburan, berita maupun iklan komersil lainnya. (Morissan, 2008:85).

Radio telah menjadi media massa yang tersedia pada setiap tempat dan disepanjang waktu. Namun, sebagai suatu industri tentunya diikuti dengan berbagai tanda yang cukup menggelisahkan. Adapun fungsi dari radio yaitu sebagai media komunikasi masa yang mampu menyiarkan informasi berupa audio. Seiring berjalannya waktu, namun radio mampu mempertahankan eksistensinya.

Radio El Jhon Indonesia sebagai radio berbasis Streaming Indonesia dengan topik yang berfokus pada *Tourism, Trade, dan Investment*. Dengan slogan **“Yang Pertama dan Satu-satunya Radio Pariwisata di Palembang”** menjadikan radio ini sebagai salah satu media yang fokus pada bidang pariwisata. Radio El John Group mulai didirikan pada 1972, sementara Radio El John Enes didirikan pada 10 Mei 2004.

Berbeda dengan beberapa radio pesaingnya di kota Palembang seperti Radio 95.1 Trax FM, Radio Play 97.5 FM Palembang, Radio Momea 104.2 FM yang memiliki keunikannya masing-masing. Radio El John sendiri merupakan radio yang sebagian besar program acara yang bertema pariwisata seperti *Travel Club, Tourism Chanel, Zona Indonesia, dan El Morning*.

Pariwisata menurut Hunziger dan Krapt adalah keseluruhan jaringan dan gejala-gejala berkaitan dengan adanya orang asing yang tinggal di suatu tempat dengan syarat orang tersebut tidak melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan permanen maupun sementara (Isdarmanto, 2017). Beberapa kota besar yang ada di Indonesia pun sedang gencar mempromosikan pariwisata yang ada di daerahnya, seperti

Bali, Jakarta, Yogyakarta dan Palembang. Sebagai salah satu kota tertua, maka Palembang sendiri terus berupaya untuk membangkitkan sektor pembangunan pariwisatanya, hal ini tercantum dalam berita Tribun Sumsel pada tanggal 18 Juni 2018. Kota Palembang termasuk ke dalam lima target wisata utama di Indonesia yang harus dipromosikan.

Masyarakat yang majemuk dengan keanekaragaman budayanya merupakan potensi pariwisata yang dimiliki oleh Provinsi Sumatera Selatan, begitu pula dengan Kota Palembang yang juga memiliki nilai historis perpaduan berbagai budaya dan perkembangan agama merupakan daya tarik wisatawan yang harus dapat dikelola dan dikemas dengan baik.

Palembang merupakan ibukota dari Provinsi Sumatera Selatan yang menempati posisi kedua sebagai kota terbesar di Sumatera setelah Medan. (Ismail, 2012) menjelaskan bahwa Palembang mempunyai banyak nilai jual dibidang pariwisata. Seperti salah satu destinasi wisata yang populer di Kota Palembang adalah Jembatan Ampera yang merupakan icon Kota Palembang yang berfungsi sebagai penghubung seberang ilir di bagian utara dan seberang ulu di bagian selatan.

Radio El John 95.9 FM Palembang yang berbasis *Trade, Investment, dan Tourism* tak hanya terpaku pada program acara yang disediakan serta iklan dalam promosi pariwisata. Radio El John 95.9 FM juga memiliki beberapa cara tersendiri dalam mempertahankan eksistensi di kalangan pendengarnya melalui iklan ataupun kegiatan promosi lainnya.

Radio El John 95.9 FM menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan melalui bagian marketing. Pemasaran menggunakan iklan, pemasaran langsung, publisitas, promosi penjualan, dan penjualan langsung untuk memberikan informasi yang mereka harapkan dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler (2007) bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok, untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menyikapi hal ini, selain dengan memperkuat pemilihan strategi komunikasi pemasaran yang tepat, strategi tersebut juga harus mampu membangun *relationship* yang baik dengan konsumen. Interaksi yang baik dengan konsumen menjadi syarat mutlak untuk mempertahankan tujuan yang telah dicapai. Radio El John 95.9 FM dalam kegiatan promosi

pariwisatanya memiliki beberapa media komunikasi yang seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* dan media massa lainnya untuk menarik minat konsumen atau pendengar.

Radio El John 95.9 FM yang bersifat komersil juga menyajikan berbagai jenis program, penayangan iklan dan *event off air* maupun *event on air* yang bekerja sama dengan perusahaan lain untuk membiayai kegiatan operasional radio. Radio El John juga mengadakan program acara *talk show* dengan mengundang narasumber tertentu.

Strategi pemasaran adalah hal penting bagi pihak perusahaan yang dimana strategi pemasaran dijadikan sebagai upaya dalam mencapai tujuan. Pada proses memasarkan produk atau program ke pasar sasaran, tema dan isi pesan harus sangat diperhatikan oleh pemasar agar dapat menarik minat pelanggan. Hal demikian ini dianggap vital karena berkaitan dengan cara perusahaan ketika menempatkan produk ataupun program di telinga setiap pendengarnya. Strategi pemasaran menjadi hal yang sangat diperlukan dalam rangka meminimalisir penurunan jumlah pelanggan dan merosotnya daya saing suatu produk. (Hermawan, 2017:34)

Berikut ini beberapa kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh radio El Jhon 95. 9 FM Palembang sebagai penelitian.

Gambar 1.1

Radio El John memenangkan nominasi presenter pada acara Anugerah Gemilang Penyiaran Sumatera Selatan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)



(Sumber: Instagram eljohnfm.palembang)

Meskipun bersaing dengan stasiun radio lainnya, radio El John 95.9 FM Palembang memiliki berbagai pencapaian membanggakan. Berikut merupakan daftar penghargaan yang diraih oleh radio El John dalam kurun waktu tertentu:

- Anugerah Gemilang Penyiaran Sumatera Selatan (Presenter Terbaik 2015)
- Anugerah Gemilang Penyiaran Sumatera Selatan (Presenter Terbaik 2018)
- Anugerah Gemilang Penyiaran Sumatera Selatan (Presenter Terbaik 2020)

Gambar 1.2

Iklan Acara *Sixterion* 2021 yang ditampilkan Radio El John



(Sumber: Instagram eljohnfm.palembang)

Selain dikenal sebagai radio pariwisata di Palembang, radio ini juga memanfaatkan berbagai macam media sosial bagi sarana promosinya, dimulai dari penayangan iklan-iklan. Iklan yang di tampilkan oleh radio El John FM biasanya langsung disiarkan di sela-sela saat program acara sedang berlangsung atau ditampilkan melalui media sosial yang dimiliki oleh radio El John FM salah satunya *instagram*.

Gambar 1.3

Iklan yang ditampilkan Radio El John



(Sumber: Instagram eljohnfm.palembang)

Dari gambar di atas radio El John FM juga bekerja sama dengan beberapa perusahaan yang telah memasang iklan pada radio El John, beberapa perusahaan tersebut diantaranya, ialah:

Tabel 1.1

Daftar jumlah pengiklan yang terdapat di radio El Joh 95. 9 FM (Selama Pandemi 2019-2021)

Pt. Tedmon Indonesia	Pt. Rinnai Indonesia
Binus University	Beras Kencur
Universitas PGRI Palembang	Pt. Yakult Indonesia
President University	Bank Sumsel Babel
Rsi. Siti Khadijah	Pantene Shampoo
Harper Hotel	Universitas Muhammadiyah Palembang
Aston Hotel	Biznet
Fave Hotel	Bank Rakyat Indonesia (Bri)
101 Hotel	Poltekpar Palembang

Ayola Hotel	Supermie
Arista Hotel	Sirup Kurnia
Batiqa Hotel	Djp Sumsel Babel
Azza Hotel	Pt. Lucky Politank
Tribun Sumsel	Wuling Motors
Sumatera Ekspres	Bakso Trisno
Pt. Telkom Indonesia	Pt. Aneka Tambang

(Sumber: Arsip radio El Jhon 95. 9FM Palembang)

Selain iklan, bentuk kerjasama yang lainnya adalah dengan pemasangan iklan dengan format *spot* ataupun *adlib*. Tidak hanya iklan, radio El John 95.9 FM juga memanfaatkan kerjasama berupa promosi *event-even*, *talkshowt* dan sponsor program yang dapat menguntungkan kedua belah pihak.

Sebagai radio yang mengusung *tagline* “*Tourism, Bussiness, Investment*”, radio El John 95.9 FM Palembang juga sering menjadi media partner bagi beberapa perusahaan ataupun instansi pendidikan. Hal ini merupakan bentuk pendekatan dan salah satu cara radio untuk menarik minat dari audiens. Semakin sering radio menjadi media partner bagi instansi maka semakin tinggi pula daya saing yang ditimbulkan. Radio El John memiliki beberapa *highlight talkshow* sebagai program acara unggulannya, seperti *Talkshow Community Zone*, *Talkshow Elducation*, dan *talkshow* interaktif menarik lainnya.

Gambar 1.4

Talkshow Community Zone Radio El John 95.9 FM



(Sumber: Instagram eljohnfm.palembang)

Gambar 1.5

Talkshow Elducation Radio El John 95.9 FM



(Sumber: Instagram eljohnfm.palembang)

Biaya operasional yang tidak sedikit ditanggung oleh perusahaan, untuk memenuhi biaya operasional tersebut didapatkan dari jumlah pemasukan iklan dan dari berbagai event

off air yang telah diselenggarakan. *El John Off Air Division* menawarkan berbagai promo berupa *Road Show* dan Event-Event yang keberadaannya dibutuhkan oleh para produsen. Event-Event yang kerjakan tersebut antara lain:

Tabel 1.2

Daftar *Event Off Air* yang Telah di Selenggarakan

Event	Tahun	Lokasi
Event Festival Sungai Sekanak Lambidaro	5 – 6 Februari 2022	Sungai Sekanak Lambidaro
Event Susu Frisian Flag	31 Oktober – 3 Desember 2017	4 Pasar & Residensial
Wonder Kids	5 – 4 Mei 2017	Palembang Square Mall (PSM)
Ultah El John ke-44	10 – 13 Mei 2016	10 Titik Pasar di Kota Palembang
Hari AIDS Sedunia	Desember 2013	MONPERA
El John Bazaar Berbagi Kasih	23 Juni 2012	Wisma El John
Pet Lovers	8 – 4 Maret 2012	Palembang Square Mall (PSM)
Bukan Wanita Biasa	13-22 April 2012	Palembang Square Mall (PSM)
Gebyar Imlek Naga Air 2563	29 Januari 2012	Citra Grand City
Event Undian Toshiba	11 November 2011	Kantor Toshiba
School Holidays	5 Juli 2011	Palembang Square Mall (PSM)
Eksis with El John FM 95.9 Palembang (Axis)	1 Januari 2011	Palembang Square Mall (PSM)
Imlek Romance	19 April 2010	Palembang Square Mall (PSM)

(Sumber: Arsip Radio El John 95.9 FM Palembang)

Berdasarkan tabel 1.2, ada 14 (empat belas) *event off air* yang telah diselenggarakan oleh radio El John Palembang hampir setiap tahunnya. Dengan menerapkan promosi melalui *event off air* untuk meningkatkan *brand image* serta menarik minat para pendengar untuk terus mendengarkan radio El John 95.9 FM Palembang. Swastha (2002: 222) menjelaskan bahwa promosi merupakan arus informasi yang dibentuk dengan tujuan memberikan informasi satu arah dalam menciptakan rasa sadar, menyediakan informasi serta menjadikan konsumen merasa tertarik.

Gambar 1.6
Program Acara Radio El John 95.9 FM



(Sumber: Instagram *eljohnfm.palembang*)

Melalui akun instagramnya radio El John 95.9 FM juga membagikan informasi jadwal tayang program acara yang disiarkan pada hari tertentu. Hal ini dikemas semenarik mungkin agar menarik para audien untuk kembali mendengarkan radio dan juga audiens dapat dengan mudah mengingat program acara akan disiarkan.

Dari daftar program acara yang ada, radio El John 95.9 FM Palembang lebih memfokuskan pemutaran lagu-lagu mancanegara. Radio El John 95.9 FM Palembang juga melakukan

promosi pariwisata melalui siaran radio yang disajikan dalam bentuk program acara khusus pariwisata yaitu *Travel Club* sebagai salah satu cara mempromosikan pariwisata. Program ini memberikan informasi seputar destinasi, budaya dan kuliner suatu daerah tertentu khususnya di Sumatera Selatan. Beberapa program yang juga disiarkan seperti, *Tourism Channel*, *Zona Indonesia*, dan *El Morning*. Hal ini membuktikan bahwa radio El John 95.9 FM Palembang yang tidak hanya fokus pada kegiatan promosi pariwisata, namun juga di bidang bisnis serta pemasaran.

Berkaitan dengan penjabaran sebelumnya, maka peneliti mulai tertarik untuk memahami tentang “Bagaimanakah Strategi Komunikasi Pemasaran Radio El John 95.9 FM Palembang dalam mempromosikan Pariwisata di Kota Palembang di tengah maraknya radio-radio swasta lainnya, maka dari itu penulis meneliti dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Radio El John 95. 9FM Palembang Sebagai Radio Pariwisata di Kota Palembang”**”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimanakah strategi komunikasi pemasaran pada Radio El John 95. 9 FM dalam mempertahankan eksistensinya sebagai Radio Pariwisata di kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk memahami bagaimanakah strategi komunikasi pemasaran pada Radio El John 95.9 FM sebagai Radio Pariwisata di Palembang dalam mempertahankan eksistensinya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembacanya dan menjadi referensi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya Prodi Ilmu Komunikasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan konsep dan teori yang ada serta dapat memberikan sumbangsih serta meningkatkan keilmuan baik bagi penulis dan mahasiswa

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan dekripsi terkait bagaimanakah Strategi Komunikasi Pemasaran Radio El John 95. 9FM Palembang sebagai Radio Pariwisata di Kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Argenti, Paul. A. 2007. *Komunikasi Korporat*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Arifin, Anwar. 2011. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta
- Effendy. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip. 1986. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta. PT Midas Surya Grafindo.
- Miles, Mattew B. A. Michael Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif, buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta. Universitas Indonesia Press
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelolan Radio dan Televisi*. Jakarta. Kencana Pranada Media Group.
- Muljadi. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Onong Uhjana Effendy. 1981. *Dimensi - Dimensi Komunikasi*. Bandung. Percetakan Offset Alumni.
- Quinn, B.C & H. Mintzberg. 1991. *The Strategy Concepts, Contents, Cases, 2 ed.* New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta. PT. Grasindo.

Suryadana, Liga M. 2015. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung. Alfabeta.

Yoety, A. Oka. 2013. *Komersialisasi Seni Budaya dan Pariwisata*. Bandung. CV Angkasa.

Jurnal:

A. Hartono. 2018. *Speaking Berbasis Folklor untuk Pengembangan Pariwisata Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol 2(1).

Anastasia, H. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Maros FM dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar*. *Journal of Communication Sciences*, 2(2), 71-79.

Anggi Herlangga. 2016. *Strategi Public Relation Radio 96.7 Hitz FM Dalam Membangun Citra Positif*. UIN Syarif Hidayatullah.

Ayu Mahendra. 2018. *Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Terhadap Volume Penjualan Pada PT. LA Genius Internasional Group Cabang Medan*. UIN Sumatera Utara.

Dwi Ajeng Oklande. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Marketing Executive Hotel Santika Radial Palembang dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Universitas Sriwijaya.

Farid, Rusdi. 2011. *Strategi Komunikasi Pemasaran Program Interaktif Di Media Radio*. Vol 1, No.1, Juli.

Kariem, M. S. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Duis FM Indragiri Hulu Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan*. *JOM FISIP*, 5(1), 1-15

Liana, Wendy. 2017. *Pengembangan Pemasaran Sektor Kepariwisataaan Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palembang*. Vol. 16, No. 1, April.

Luthfiyyah Ayu Lestari. 2017. *Strategi Radio El John Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kota Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.

Maulidina Atikah Rahmawati. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Radio Swaragama FM Dalam Menarik Minat Pendengar Yogyakarta*. 2020. Universitas Islam Indonesia.

Mega Gustia Helina. *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Paranti 105.6 FM*

- Pandeglang Dalam Mendapatkan Iklan*. 2012. Universitas Ageng Tirtayasa.
- Muhammad Zul Khairi. 2017. *Strategi Positioning Radio Kiss FM dalam Mempertahankan Pendengar di Kota Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Qonnita Putri Mulia, Gallang Yudana (2018). *Analisi Pengembangan Potensi Kawasan Wisata Sungai Musi Sebagai Tujuan Wisata Di Kota Palembang*. Universitas Sebelas Maret. Jurnal Cakra Wisata, Vol. 19 Jilid 2.
- Rizki Amaliyah. 2013. *Startegi Komunikasi Pemasaran Radio Fajar FM Makassar dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan*. Universitas Hasanuddin.
- Rusnawati, Ummi Habibah. (2017). *Talkshow Rado Sebagai Program Favorit Pendengar (Studi erhadap Program “Friday Talkshow”) pada Radio Siaran Rumoh PMI*. UIN Ar-Raniry, Vol. 23, No. 2, 162 - 175.
- Siti Walimah, Desita Rahayu, Sisca Noprilia (2021). *Tata Kelola Pariwisata Global Di Kota Palembang*. STIA Bengkulu, Vol. 20 No 1.
- Sutrisno. 2017. *Implementasi Pemasaran Langsung (Direct Marketing) Batik Tuban Pada UD. Sekar Ayu Wilujeng Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban*. Universitas Jember.
- Syauqi, M. R. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio TOP FM Cilegon dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan*. Serang: Untirta.
- Tarmedi Eded, Dina Mustika Sarie. 2008. *Pengaruh Efektivitas Iklan Melalui Media Radio Terhadap Tingkat Keputusan Pembelian Produk Obat Flu Merek Mixagrip (Survei pada Masyarakat Pendengar Radio Kelurahan Keraton, Pandeglang, Banten)*. Universitas Pendidikan Indonesia
- Vandri Ubat Halomoan Sitorus. 2019. *Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kota Palembang (Studi Terhadap Dinas Pariwisata Kota Palembang Tahun 2018)*. Universitas Sriwijaya.
- Vitridzky, S. (2017). *Strategi Bauran Pemasaran 99ers 100.0 FM Dalam Mempertahankan Rating Top Radio Remaja*. Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, 1(2), 142-152.
- Wiwik Ismi Witarti. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Salma 103.3 FM Klaten Dalam Meningkatkan Iklan*. IAIN Surakarta.

Yunita, R. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Dangdut Terdepan di Jakarta*. Jurnal komunikasi, 8(1), 24-32

Internet:

<https://eljohndm.blogspot.com/>

Palembang.co.id

Sumsel.voi.id

Eljohn.media