



**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA**  
**PROGRAM STUDI: ILMU KOMUNIKASI**

KONSENTRASI: JURNALISTIK, PUBLIC RELATIONS, MANAJEMEN MEDIA, BROADCASTING  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia; Jl. Kaliurang Km. 14,5 Yogyakarta 55584  
Telp. (0274) 7483050; Fax 898444 Psw. 3267 <http://www.uii.ac.id>; email; [komunikasiuii@yahoo.co.id](mailto:komunikasiuii@yahoo.co.id)

### Data Dasar Penelitian

- |                               |                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Judul                      | : Manajemen Pemasaran Radio Swasta di Boyolali<br>(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Strategi Manajemen Pemasaran Radio CJDW dan Karysma dalam Menarik Pengiklan dan Pendengar) |
| 2. Peneliti                   | : Anik Astuti                                                                                                                                                                     |
| 3. NIM                        | : 05331133                                                                                                                                                                        |
| 4. Pembimbing                 | : Masduki, S.Ag., M.Si                                                                                                                                                            |
| 5. Sumber Penelitian          | : Skripsi                                                                                                                                                                         |
| 6. Tahun                      | : 2009                                                                                                                                                                            |
| 7. Objek Analisis             | : Radio CJDW dan Radio Karysma Boyolali                                                                                                                                           |
| 8. Publikasi Hasil Penelitian | : a. Tersimpan di Perpustakaan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, UII.<br>b. Tersimpan di Pusat Dokumentasi Media Alternatif UII.                                         |

### Ringkasan Penelitian

Radio telah menjadi alat promosi yang dinilai efektif dalam menyampaikan pesan. Hal tersebut menjadikan radio sebagai salah satu media yang diperhitungkan pengiklan untuk keperluan promosinya. Radio juga harus mengoptimalkan pemasarannya supaya lebih dikenal. Manajemen pemasaran merupakan unsur penting yang turut menentukan keberhasilan pemasaran dalam meraih pendengar dan pengiklan, sehingga rumusan masalahnya: 1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Radio CJDW dan Karysma untuk menarik pendengar? 2) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Radio CJDW dan Karysma untuk menarik pengiklan? 3) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan kedua strategi pemasaran di kedua radio tersebut.

Paradigma yang digunakan yaitu konstruktivisme dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian yaitu di Radio CJDW dan karysma Boyolali. Narasumbernya yaitu Direktur Operasional radio CJDW, Direktur Operasional radio Karysma, staff bagian pemasaran. Dalam pemilihan narasumber ini, peneliti menggunakan model *snowball sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan wawancara. Teknik pengumpulan data dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Temuan Penelitian ini adalah: 1) Strategi menarik pendengar & pengiklan Radio CJDW: mengadakan *event* dan kegiatan CSR, dan kunjungan artis, dengan pelayanan dan hubungan yang baik, pengadaan *off air*, mengoptimalkan pemasaran (4P). 2) Strategi menarik pendengar & pengiklan Radio Karysma yaitu sesuai segmen, kunjungan artis, pengadaan *event* dan kegiatan CSR, dengan menggunakan pemasaran dan promosi, memadukan *on air* dan *off air*, bergabung dengan organisasi radio/*marketing*. 3) Faktor pendukung di Radio CJDW: kecakapan AE dalam berhubungan dan menjalin relasi, pelayanan yang diberikan dan hubungan berkelanjutan yang terus terjalin. Faktor penghambat yaitu kesalahpahaman yang sering terjadi dengan pengiklan, persaingan dengan media lain, harga, situasi ekonomi. 4) Faktor Pendukung di Radio Karysma: AE dan SDM yang handal dan produktif, program yang menarik dan inovatif, data-data statistik yang akurat, riset yang signifikan, faktor penghambatnya perang tarif pesaing yang menjatuhkan harga sehingga merusak pasar, kompetitor yang tidak kreatif. Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian serupa dan pendalaman strategi *pop marketing*, dan pemilihan narasumber yang lebih lengkap secara demografi.