



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
Website: www.communication.uii.ac.id

Data Dasar :

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Swasta Lokal di Kota Kediri (Studi Perbandingan Radio Andika FM dan Radio Jayabaya FM Untuk Mendapatkan Pengiklan)
2. Peneliti : Elok Prima Widyanka
3. NIM : 05331004
4. Pembimbing : Anang Hermawan, S.Sos., M.A.
5. Sumber Penelitian : Skripsi
6. Tahun : 2010
7. Objek Analisis : Radio Andika FM dan Radio Jayabaya FM
8. Publikasi Penelitian : a. Tersimpan di Perpustakaan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
b. Tersimpan di Pusat Dokumentasi dan Media Alternatif (NADIM), Prodi Ilmu Komunikasi UII.

Ringkasan Penelitian

Pengiklan merupakan salah satu unsur terpenting dalam perkembangan keberhasilan sebuah radio. Tanpa adanya pengiklan yang tertarik untuk mengiklankan produknya, lambat laun radio tersebut akan mengalami kebangkrutan. Untuk itu radio harus pintar-pintar dalam menyajikan program semenarik mungkin untuk mengikat pendengar yang sekaligus akan menarik pengiklan. Untuk mendukung kesuksesan sebuah radio dibutuhkan suatu strategi komunikasi pemasaran yang baik karena bisa berdampak pada kesuksesan pemasaran radio yang dijalankan.

Berdasarkan kerangka pikir tersebut, penelitian ini mengambil judul: Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Swasta Lokal di Kota Kediri: Studi Perbandingan Radio *ANDIKA FM* dan Radio *JAYABAYA FM* Untuk Mendapatkan Pengiklan. Penelitian ini akan menjawab: Bagaimana mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh radio *ANDIKA FM* dan radio *JAYABAYA FM* untuk mendapatkan pengiklan. Apa saja hambatan atau kendala kendala yang dihadapi kedua radio dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran tersebut untuk menarik pengiklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran serta faktor penghambat kedua radio untuk menarik pengiklan.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif dengan beberapa langkah, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan yaitu: strategi komunikasi pemasaran yang harus dikelola dengan baik dan radio harus kreatif dan selektif dalam menyajikan program-programnya. Serta mengetahui hambatan atau kendala-kendala dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran.

Kata kunci:

Radio, pengiklan, strategi komunikasi pemasaran, Radio *ANDIKA FM*, Radio *JAYABAYA FM*, Kota Kediri.

ERROR: syntaxerror
OFFENDING COMMAND: --nostringval--

STACK:

/Title
()
/Subject
(D:20101215010258-08'00')
/ModDate
()
/Keywords
(PDFCreator Version 0.9.5)
/Creator
(D:20101215010258-08'00')
/CreationDate
(Komunikasi_UIII)
/Author
-mark-