

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
RADIO GITA FM JOMBANG DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

HAFIZA HIKMATUL KHOIROH

933505918

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN KEDIRI)**

2022

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO GITA FM
JOMBANG DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI
MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Pengajuan Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

OLEH:

HAFIZA HIKMATUL KHOIROH

933505918

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO GITA FM
JOMBANG DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI
MASA PANDEMI COVID-19**

HAFIZA HIKMATUL KHOIROH

NIM. 933505918

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Siti Amanah, M. Si
NIP. 197912122011012005

Pembimbing II



Saiful Mujab, MA
NIDN. 2026068901

NOTA DINAS

Kediri, 18 Oktober 2022

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada

Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07, Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa yang ada di bawah ini:

Nama : Hafiza Hikmatul Khoiroh
NIM : 933505918
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gita FM Jombang dalam Mempertahankan Eksistensi di Masa Pandemi Covid-19


Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1)

Bersama dengan ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian nota dinas dibuat, mohon maklumi dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.


Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Siti Amanah, M. Si
NIP. 197912122011012005

Pembimbing II



Saiful Mujab, MA
NIDN. 2026068901

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO GITA FM JOMBANG
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI MASA PANDEMI
COVID-19**

**HAFIZA HIKMATUL KHOIROH
9.335.059.18**

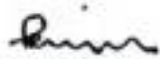
Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Kediri pada tanggal 17 Januari 2023

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M. Si

NIP. 198010142009122002


(.....)

2. Penguji I

Siti Amanah, M. Si

NIP. 197912122011012005


(.....)

3. Penguji II

Saiful Mujah, MA

NIDN. 2026068901


(.....)

Kediri, 20 Januari 2023

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah




Dr. A. Halil Thahir, M.HI.

NIP. 19711121200501 1 006

HALAMAN MOTTO

**"Pemasaran bukan lagi tentang barang yang kamu buat,
tetapi tentang cerita yang kamu ceritakan"**

(Seth Godin)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Pertama, penulis tidak henti-hentinya berucap syukur kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini dengan lancar dan berkah. Sholawat dan salam penulis sampaikan kepada yang tercinta Nabi Muhammad SAW yang selalu dinanti syafaat-Nya.
2. Orang tuaku, suami tercinta, saudara-saudara, mertua, anak yang masih dalam kandungan yang menjadi salah satu alasan terbesarku untuk cepat lulus dan menjadi manusia yang berguna bagi sekitar.
3. Radio Gita FM dan segenap orang-orangnya. Direktur Dra. Nur Aini, *Head Marketing* Rusna Haryati, Admin Dian Safitri, Penyiar Wahyu Zhafira dan Ziyadatul Imaniyah.
4. Siti Amanah, M. Si, dan Saiful Mujab, MA selaku dosen pembimbing yang luar biasa sabar menuntun dan selalu memacu untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Teman-teman Prodi KPI IAIN Kediri angkatan 2018 dan teman dekatku Fahriza Viyana, yang membantu dalam ketenangan pikiran.
6. Pembaca yang budiman.

ABSTRAK

HAFIZA HIKMATUL KHOIROH, 933505918, *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gita FM dalam Mempertahankan Eksistensi di Masa Pandemi Covid-19*, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri 2022, Dosen Pembimbing I Siti Amanah, M.Si. Dosen Pembimbing II Saiful Mujab, MA.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Radio Gita FM, Eksistensi, Pandemi Covid-19.

Pandemi Covid-19 adalah epidemi penyakit yang disebabkan oleh virus penyebab infeksi saluran pernapasan. Covid-19 dapat menyebabkan isolasi bagi yang terpapar bahkan dapat menyebabkan kematian. Covid-19 berdampak pada berbagai bidang. Bidang penyiaran pun terkena dampaknya seperti yang terjadi pada Radio Gita FM. Adapun tujuan penelitian ini adalah mendalami strategi komunikasi pemasaran Radio Gita FM dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi Covid-19 serta menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Subjek dari penelitian ini adalah pihak Radio Gita FM yaitu Direktur, *Head Marketing*, Admin serta 2 Penyiar Radio Gita FM Jombang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti mengacu pada teori *Integrated Marketing Communication* (IMC).

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Radio Gita FM melakukan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC). *Advertising* melakukan strategi dengan iklan di media pribadi dan memasang iklan. *Public relations* Radio Gita FM melakukan peran dan fungsi *public relations* oleh admin, *marketing*, dan *program director*. *Public relations* sangat memanfaatkan peran media sosial untuk menambah relasi, dan memberikan CSR pada acara bakti sosial. *Event sponsorship* dengan menjalin kerja sama dengan klien, dan menjadi *media partner* pada suatu *event*. Radio Gita FM melakukan *sales promotion* dengan menggunakan metode kontes atau kuis berhadiah dengan menjalin kerja sama dengan *brand* tertentu, dan melakukan *door to door* dengan bertemu langsung dengan klien. *Personal selling* promosinya dengan pendekatan kepada klien secara langsung, dan melakukan pertemuan langsung dengan klien untuk merundingkan keinginan dari klien. Faktor yang memengaruhi strategi dalam mempertahankan eksistensi Radio Gita FM yaitu faktor pendukung meliputi: adanya aplikasi OnEars, memanfaatkan sosial media, tergabung pada keanggotaan. Faktor penghambat meliputi: kurangnya sumber daya manusia, majunya perkembangan sosial media, sulitnya berkembang, dan kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap radio.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufik, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga Allah senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat di dunia maupun akhirat, amin. Sholawat serta salam senantiasa selalu tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, berkat beliaulah kita dapat hijrah dari zaman kegelapan ke zaman terang benderang. Tidak lupa, penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Dr. Wahidul Anam, M. Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
2. Dr. Halil Thahir, M.HI. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
3. Siti Amanah, M. Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
4. Siti Amanah, M. Si selaku dosen pembimbing I dan Saiful Mujab, MA selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya skripsi ini
5. Orang tua, suami tercinta, calon bayi dalam kandungan dan segenap keluarga serta orang-orang yang senantiasa mendoakan, menyayangi, membantu, dan memotivasi hingga penulis dapat menyelesaikan studi.

6. Para informan Radio Gita FM yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih atas kesediaan waktunya untuk memberikan informasi.
7. Teman-teman mahasiswa IAIN Kediri, khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2018. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT, Amin.

Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis berharap kepada semua pihak yang membaca agar memberikan saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Aamiin.

Kediri, 18 Oktober 2022

Hafiza Hikmatul Khoiroh

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafiza Hikmatul Khoiroh
NIM : 933505918
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO GITA FM JOMBANG DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI MASA PANDEMI COVID-19”** adalah hasil karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 18 Oktober 2022
membuat pernyataan



Hafiza Hikmatul Khoiroh
933505918

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULISAN	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Penelitian Terdahulu	8

BAB II : LANDASAN TEORI	13
A. Kajian Teori	13
1. Strategi	13
2. Komunikasi	15
3. Komunikasi Pemasaran	16
4. <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	19
a. <i>Advertising</i>	22
b. <i>Public Relations</i>	22
c. <i>Event Sponsorship</i>	24
d. <i>Sales Promotion</i>	24
e. <i>Personal Selling</i>	25
5. Radio	25
6. Eksistensi	30
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B. Kehadiran Peneliti	33
C. Lokasi Penelitian	33
D. Sumber Data	34
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis Data	38
G. Pengecekan Keabsahan Data	40
H. Tahap-tahap Penelitian	41

BAB IV: PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	43
A. Gambaran Umum.....	43
1. Radio Gita FM	43
a. Sejarah Radio Gita FM	43
b. Profil Radio Gita FM	45
c. Logo Radio Gita FM.....	46
d. Visi Misi Radio Gita FM	47
e. Program Siaran Radio Gita FM	47
f. Segmentasi Target	49
g. Tarif Iklan.....	50
B. Profil Subjek Penelitian	50
C. Paparan Data.....	53
1. Strategi Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan Radio Gita FM melalui <i>Integrated Marketing Communication</i> (<i>Advertising, Public Relations, Event Sponsorship, Sales</i> <i>Promotion, Personal Selling</i>)	53
a. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Advertising</i>	53
b. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Public Relations</i>	56
c. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Event Sponsorship</i>	59
d. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Sales Promotion</i>	62

e. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui	
<i>Personal Selling</i>	65
2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Melaksanakan	
Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Radio Gita FM	68
a. Faktor Pendukung dalam Melaksanakan Strategi	
Komunikasi Pemasaran.....	68
b. Faktor Penghambat dalam Mempertahankan Eksistensi	
di Masa Pandemi Covid-19.....	71
D. Temuan Penelitian.....	75
1. Strategi Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan Radio Gita	
FM melalui <i>Integrated Marketing Communication</i>	
(<i>Advertising, Public Relations, Event Sponsorship, Sales</i>	
<i>Promotion, Personal Selling</i>)	75
2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Melaksanakan	
Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Radio Gita FM	78
BAB V PEMBAHASAN	80
A. Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gita FM dalam	
Mempertahankan Eksistensi di Masa Pandemi Covid-19.....	80
1. <i>Advertising</i> atau Periklanan.....	81
2. <i>Public Relations</i>	85
3. <i>Event Sponsorship</i>	87
4. <i>Sales Promotion</i>	90
5. <i>Personal Selling</i>	94

B. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Melaksanakan Strategi	
Komunikasi Pemasaran oleh Radio Gita FM.....	96
1. Faktor Pendukung	96
2. Faktor Penghambat.....	100
BAB VI PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar harga iklan di Radio Gita FM Jombang	50
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Radio Gita FM Jombang.....	46
Gambar 5.1 Penerapan Logo Gita FM di Salah Satu Poster Iklan.....	83
Gambar 5.2 Radio Gita FM Menjadi Media <i>Partner</i> pada <i>Event</i> Feskom 20’21	84
Gambar 5.3 Radio Gita FM Menjadi Media <i>Partner</i> pada <i>Event</i> <i>Grand Opening 3Second</i>	85
Gambar 5.4 Iklan PMB Universitas Hangtuh di Instagram Radio Gita FM	91
Gambar 5.5 <i>Sales Promotion</i> Radio Gita FM Jombang dalam Kreasi Pantun Bersama Gajah Duduk	93
Gambar 5.6 <i>Sales Promotion</i> Radio Gita FM Jombang dalam Lomba Karaoke Gita Kenangan	93
Gambar 5.7 Aplikasi <i>OnEars</i> Radio Gita FM Jombang	97
Gambar 5.8 Facebook Radio Gita FM Jombang.....	98
Gambar 5.9 Instagram Radio Gita FM Jombang	99