

**KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO GERONIMO FM YOGYAKARTA  
DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR DAN MINAT  
PENGIKLAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Aldrian Junikaldris

18.96.0871

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2023**

**KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO GERONIMO FM YOGYAKARTA  
DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR DAN MINAT  
PENGIKLAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Aldrian Junikaldris

18.96.0871

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO GERONIMO FM  
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT  
PENDENGAR DAN MINAT PENGIKLAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Aldrian Junikaldris**

**18.96.0871**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 8 Juni 2023

Dosen Pembimbing

  
**Nurfian Yudhisjira, S.I.Kom, M.A**

**Nik. 190302435**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO GERONIMO FM  
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT  
PENDENGAR DAN MINAT PENGIKLAN**

Yang disusun oleh  
**Aldrian Junikaldris**  
18.96.0871

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 23 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Nurfian Yudhistira, S.I.Kom., M.A**

**Nik. 190302435**

**Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A**

**Nik. 190302445**

**Audith M. Turmudhi, Drs., MM**

**NIK : 190302358**

**Tanda Tangan**


Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal 23 Juni 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthi, S. T., M. Kom**

**Nik. 190302125**

## PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 14 April 2023

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp is purple and yellow, with the number '10000' and the text 'METERAI TEMPEL' and 'E723FAKX541106108' visible.

Aldrian Junikaldris  
Nim. 18.96.0871

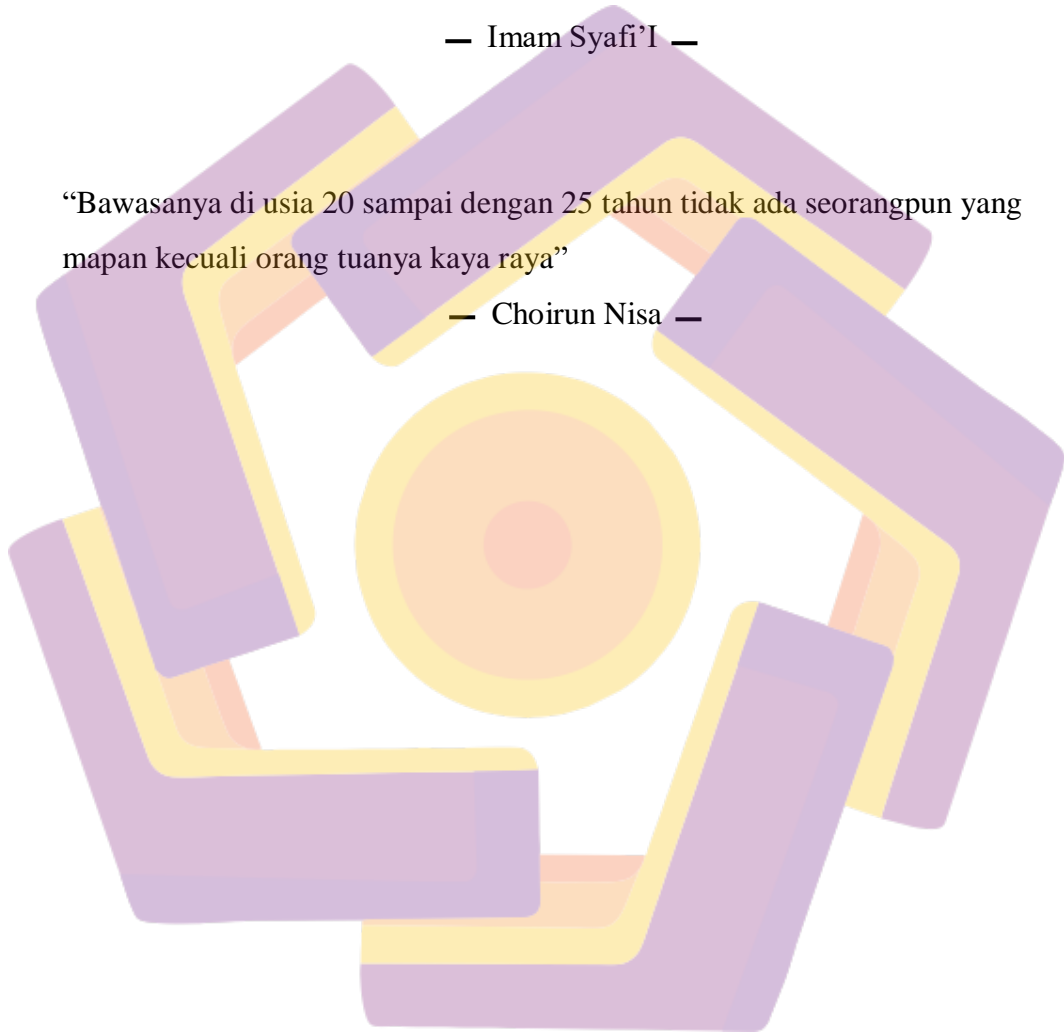
## MOTTO

“Merantaulah, orang yang berakal dan beradab tidak akan berdiam diri di kampungnya dia berpisah dari rehatnya dan mengasingkan diri dari negrinya. Merantaulah kelak akan kau dapati pengganti dari teman temanmu yang hilang berlelah lelahlah karena manisnya hidup terasa lelah berjuang”

— Imam Syafi’I —

“Bawasanya di usia 20 sampai dengan 25 tahun tidak ada seorangpun yang mapan kecuali orang tuanya kaya raya”

— Choirun Nisa —

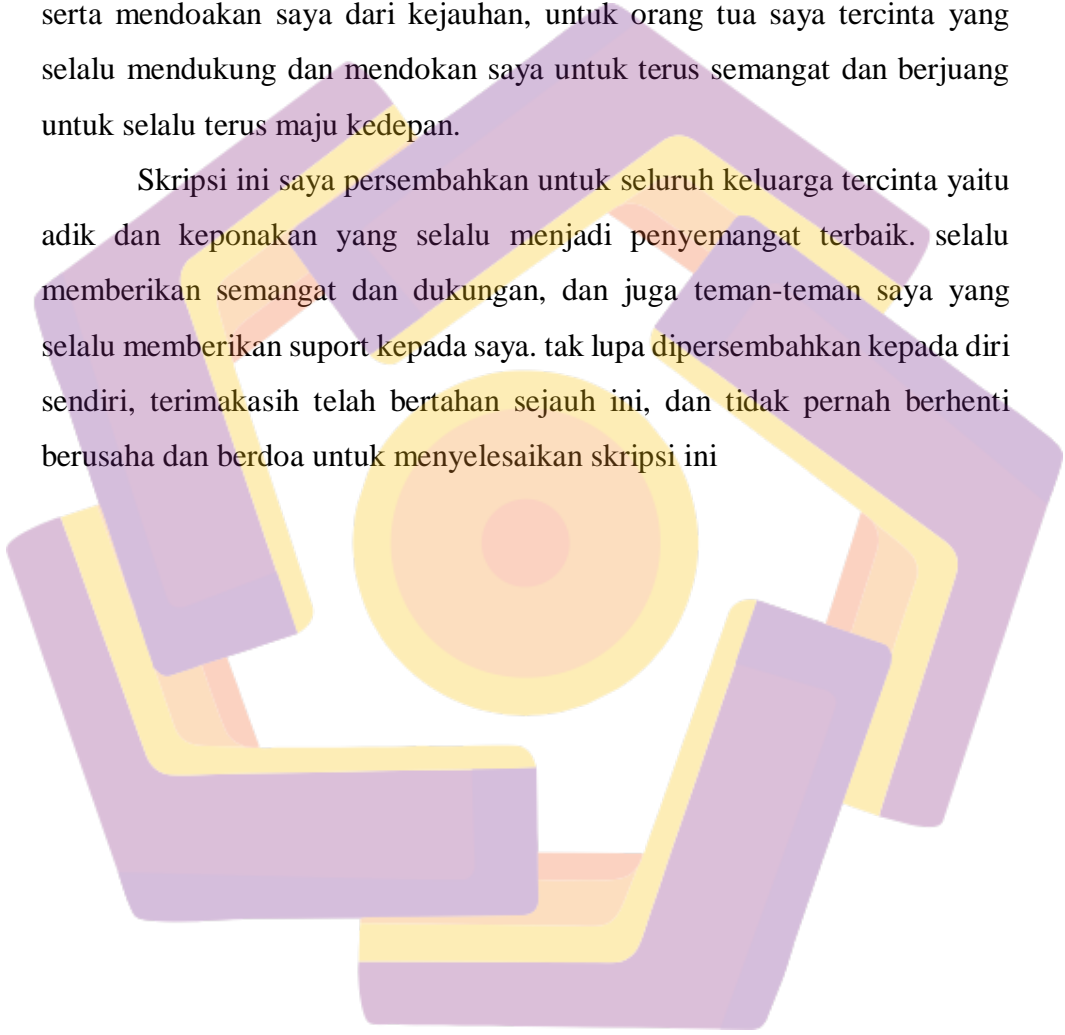


## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabil Allamin. Skripsi ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang yang selalu mendukung serta mendoakan saya dari kejauhan, untuk orang tua saya tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan saya untuk terus semangat dan berjuang untuk selalu terus maju kedepan.

Skripsi ini saya persembahkan untuk seluruh keluarga tercinta yaitu adik dan keponakan yang selalu menjadi penyemangat terbaik. selalu memberikan semangat dan dukungan, dan juga teman-teman saya yang selalu memberikan suport kepada saya. tak lupa dipersembahkan kepada diri sendiri, terimakasih telah bertahan sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan skripsi ini





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir berupa Skripsi berjudul “Komunikasi Pemasaran Radio Geronimo FM Yogyakarta Dalam Meningkatkan Minat Pendengar dan Minat Pengiklan”. Tujuan penyusunan laporan tugas akhir berupa Skripsi ini diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana (S1) jurusan Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ekonomi dan Sosial di Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini berguna untuk menambah pengalaman, wawasan dan ilmu baru. Terutama mengenai strategi Komunikasi Pemasaran radio. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan rasa Terima Kasih sebesar- besarnya kepada pihak yang telah terlibat dalam proses pelaksanaan penulisan skripsi, antara lain :

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A selaku dosen pembimbing
5. Radio Geronimo FM Yogyakarta selaku objek penelitian penulisan skripsi
6. Orang tua yang sudah memberikan dukungan dan do'a
7. Teman-Teman terdekat yang sudah memberikan dukungan

Yogyakarta, 14 April 2023

Aldrian Junikaldris



## DAFTAR ISI

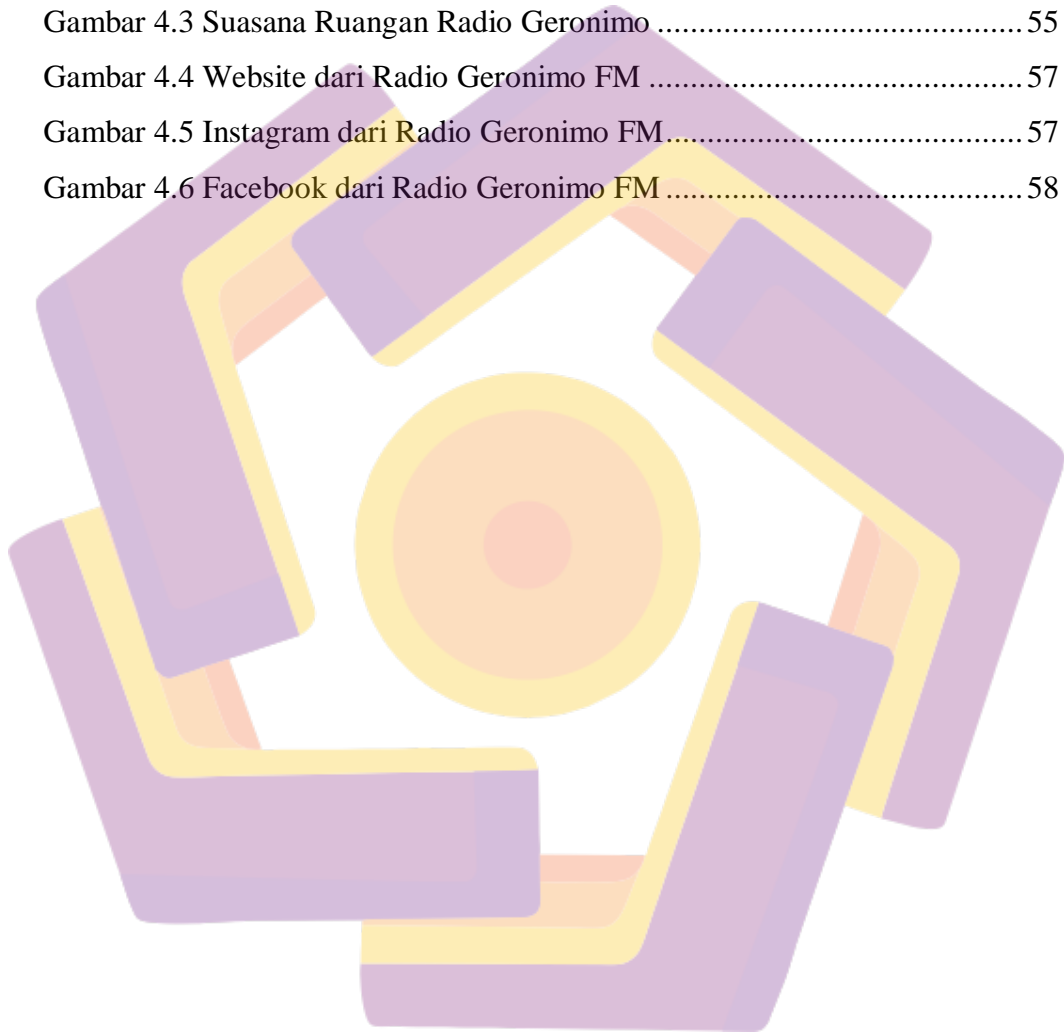
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>1.4 Batasan Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>1.5 Mafaat Peneliti</b> .....	<b>5</b>
<b>1.6 Sistematika Penulisan</b> .....	<b>6</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>7</b>
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	<b>12</b>

2.2.1	Komunikasi pemasaran.....	12
2.2.2	Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication).....	15
<b>2.3</b>	<b>Kerangka Berpikir.....</b>	<b>25</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>27</b>
<b>3.1</b>	<b>Desain Penelitian.....</b>	<b>27</b>
3.1.1.	Studi Kasus.....	27
3.1.2	Paradigma Penelitian.....	27
<b>3.2</b>	<b>Objek Penelitian.....</b>	<b>28</b>
<b>3.3</b>	<b>Subjek Penelitian.....</b>	<b>28</b>
3.3.1	Kriteria Narasumber.....	29
<b>3.4</b>	<b>Jenis dan Sumber Data.....</b>	<b>29</b>
3.2.1	Data Primer.....	29
3.2.2	Data Sekunder.....	29
<b>3.5</b>	<b>Tekni Pengumpulan Data.....</b>	<b>29</b>
3.5.1	Wawancara.....	30
3.5.2	Observasi.....	30
<b>3.6</b>	<b>Teknik Analisis Data.....</b>	<b>30</b>
3.6.1	Pengumpulan Data.....	31
3.6.2	Reduksi Data.....	31
3.6.3	Penyajian Data.....	31
3.6.4	Penarikan Kesimpulan.....	32
<b>3.7</b>	<b>Validasi Data.....</b>	<b>32</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>33</b>
<b>4.1.</b>	<b>Profil Radio Geronimo.....</b>	<b>33</b>

4.1.1 Sejarah Radio Geronimo FM.....	33
4.1.2 Visi & Misi Radio Geronimo FM.....	35
4.1.3. Tagline.....	36
4.1.4. Slogan.....	36
4.1.5. Struktur Organisasi.....	36
4.1.6. Format Radio.....	37
<b>4.2. Hasil Penelitian.....</b>	<b>40</b>
4.2.1 Audience Focused.....	40
4.2.2 Channel Centered.....	52
4.2.3 Result Driven.....	55
<b>4.3. Pembahasan.....</b>	<b>64</b>
4.3.1. Audience Focused.....	64
4.3.2 Channel Centered.....	66
4.3.3 Result Driven.....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>70</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>70</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN FOTO WAWANCARA.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran .....	14
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Geronimo FM Tahun 2022.....	36
Gambar 4.2 Tabel Siaran Geronimo FM.....	37
Gambar 4.3 Suasana Ruangan Radio Geronimo .....	55
Gambar 4.4 Website dari Radio Geronimo FM .....	57
Gambar 4.5 Instagram dari Radio Geronimo FM.....	57
Gambar 4.6 Facebook dari Radio Geronimo FM.....	58



## INTISARI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi Komunikasi Pemasaran seperti apa yang dilakukan oleh Radio Geronimo FM Yogyakarta dalam meningkatkan minat pendengar dan pengiklan. Metode penelitian menggunakan jenis deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Objek penelitian ini merupakan salah satu radio lokal Yogyakarta yang bernama Geronimo FM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi Pemasaran Radio Geronimo FM Yogyakarta dalam meningkatkan minat pendengar yaitu melakukan *Audience Focused* dengan melakukan identifikasi pasar melihat masyarakat dengan mengikuti perkembangan jaman, proses segmentasi dengan mengelompokkan berdasarkan tingkat kebutuhan masyarakat dan segmentasi pasar menjangkau berbagai usia. Targeting Radio dengan rentang usia 18 sampai dengan 40 tahun. *Positioning* dengan menggunakan slogan “Love Jogja and you”. *Channel Centered* yaitu dengan memberikan program-program yang menarik untuk pendengar Geronimo. *Result Driven* meliputi periklanan yaitu dengan menggunakan website, facebook, instagram, tiktok dan youtube. Pemasaran langsung dengan memberikan proposal kepada perusahaan untuk melakukan kerjasama atau dalam hal sponsor acara. Promosi penjualan kepada klien yang akan melakukan iklan atau kerjasama kepada Radio Geronimo dengan cara memberikan diskon khusus. Penjualan personal yaitu dengan mendatangi perusahaan-perusahaan, dinas, komunitas yang akan membuat acara dengan menawarkan untuk mengiklan di Radio Geronimo. Metode interactive marketing dengan melakukan pemasaran interaktif saat membawakan acara di radio Geronimo.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Radio Geronimo, Minat Pendengar

## **ABSTRACT**

The expected objective of this research is to find out what kind of Marketing Communication strategy is carried out by Radio Geronimo FM Yogyakarta in increasing listener interest and advertiser. The research method uses a qualitative descriptive type with a constructivism paradigm. The object of this research is a local Yogyakarta radio named Geronimo FM. The results of the study show that Marketing Communication of Radio Geronimo FM Yogyakarta in increasing listener interest is conducting Audience Focused by identifying the market looking at society by keeping up with the times, segmentation process by grouping based on the level of community needs and market segmentation reaching various ages. Targeting Radio with an age range of 18 to 40 years. Positioning by using the slogan "Love Jogja and You". Channel Centered, namely by providing interesting programs for Geronimo listeners. Result Driven includes advertising, namely by using websites, Facebook, Instagram, TikTok and YouTube. Direct marketing by providing proposals to companies to collaborate or in the case of sponsoring events. Sales promotion to clients who will advertise or collaborate with Radio Geronimo by giving special discounts. Personal selling, namely by visiting companies, agencies, communities that will make events by offering to advertise on Radio Geronimo. The interactive marketing method is by doing interactive marketing when presenting a program on Geronimo radio.

**Keywords:** Marketing Communication, Geronimo Radio, Listener Interest