

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. Shimp, Terence. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Edisi ke 5 Jilid 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga, 2003.
- Abdul Rohman, *Dasar-Dasar Manajemen Publik*, Malang: Empatdua, 2018.
- Abdurrahman Fatoni, *Metedologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT Rinekha cipta, 2006.
- Agustrijanto, *Copywriting* .Bandung:PT.Rosdakarya,2002.
- Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, Jakarta Pusat: PT Bina Ilmu, 2004.
- Ariyanto Edward. *Pengantar Ilmu Komunikasi Sejarah, Hakikat, dan Proses*. Yogyakarta: DIVA Press. 2020.
- Asep Suryana, *Komunikasi Pemasaran*, Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019.
- Bambang D. Prasetyo, dkk., *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*, Malang: UB Press, 2018.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- David W. Gravens, *Pemasaran Strategis* Jakarta:Erlangga,1996.
- David W. Gravens, *Pemasaran Strategis*, Jakarta: Erlangga, 1996.
- Djaslim Saladin dan Yevis Marti Oesman, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Jakarta: Linda Karya, 1991.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,1998.

- Jhon P. Simandjuntak, dkk., *Publik Relition*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Periklanan*. Jakarta : Grafiti, 1992.
- Keith Butterick, *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.
- Masduki, *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, Yogyakarta:PT.LkiS Pelangi Aksara.
- Milyane Tita Melia, dkk. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widina Bakti Persada Bandung. 2022. Cet.1.
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Morissan, *manajemen media penyiaran strategi mengelola radio dan televisi*, Jakarta: kencana, 2011.
- Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Morisson, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Ramadina Perkasa, 2007.
- Morrissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Nurani Soyomukti, *Pengantar ilmu komunikasi*, Jogjakart: Ar-ruzz Media, 2012.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011.
- Onong uchjana effendi, *ilmu, teori dan filsafat komunikasi*, Bandung: citra Aditya bakti, 2003.
- Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2008.
- Philip Kolter & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, terj. Bob. Sabrana*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Philip Kolter & Nancy Lee, *Pemasaran di Sektor Publik*, terj. Taufik Amir, Yogyakarta: PT Indeks, 2017.

Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, Jakarta: Alim's Publising, 2017.

Ruslan Rosyadi, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Rustan Ahmad Sultra & Hakki Nurhakki. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta. Deepublish Publisher, 2017.

Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, Bandung: Refika Aditama, 2014.

PEDOMAN WAWANCARA

Identitas Informan

Nama : Nyimas Dian Gayatri

Usia :

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : General Manager Radio Krakatau 93,7 FM

Alamat : Jl. Jend Ahmad Yani Ruko Buana Blok G 3 – 4 Ciateul
Labuan 42264, Pandeglang, Banten, Indonesia

Wawancara General Manager Radio Krakatau 93,7 FM

1. apa saja yang menjadi strategi komunikasi pemasaran radio krakatau 93,7 FM dalam menarik minat pemasang iklan?

“Sebenarnya kalau strategi itu kita kan memang sekarang perangnya bukan dengan radio juga tapi dengan media sosial dan internet, nah untuk strategi kita di radio krakatau ini adalah bagaimana kita tetap punya tempat tersendiri di hati masyarakat. Jadi walaupun sekarang mereka sedang mengandrungi media sosial tapi radio krakatau ini menjadi salah satu media yang engga bisa mereka lepasin, salah satunya dengan itu tadi dengan menjaga kedekatan emosional dengan pendengar salah satunya dengan menjaga etnis. Jadi program-program yang kita sajikan itu tidak bisa mereka dapatkan ditempat lain kecuali di radio krakatau, itu yang membuat kita bisa bersaing dengan media sosial. Kita juga sebagai media konvensional sudah sangat sadar bahwa perkembangan industri media sosial dan internet juga sangat pesat jadi kita dari tahun 2009 sudah memiliki sosial media dari facebook, twitter, instagram, youtube dan sekarang sudah punya TikTok karena kalau engga kaya gitu usia-usia

generasi-generasi yang sekarang udah males dengerin tapi dengan adanya kita makanya kita kaitkan siaran kita dengan media sosial. Bahkan sekarang tanpa mendengarkan radio secara konvensional kita bisa ikut berkomentar melalui media sosial bisa dengerin melalui streaming kita ka ada streaming juga. Banyak sekali orang Pandeglang Banten khususnya yang diluar negeri yang diluar kota yang mereka berkuliah yang bekerja itu tetap mendengarkan karena itu salah satu strategi kita yang masih kita jaga dan masih kuat”.

2. bagaimana strategi pemasaran dalam melakukan iklan? Dan apa konsep ikla dibuat oleh perusahaan atau radio?

“Untuk iklan yang ada di radio krakatau Alhamdulillah sangat banyak, karena kita terus memberikan program-program dan promosi kepada perusahaan agar mau beriklan kepada radio kita. Iklan sangat penting di radio karena kita kan media radio dapat pemasukan di iklan makanya kita terus berinfomasi agar orang-orang atau perusahaan mau beriklan. Kita juga tetap menggunakan bahasa enik sunda banten dalam pembuatan iklan untuk menjadi ciri khas dari radio krakatau. Untuk iklan juga kita tidak hanya mengiklanka di radionya tapi di sosial media radio krakatau juga jadi orang-orang tau produk iklan yang kita promosikan. Untuk pembuatan konsep iklan sendiri itu tergantung perusahaan itu sendiri, kita kan menawarkan untuk biaya produksi berapa tapi biasaya perusahaan-perusahaan besar sudah memiliki tim Advertiningnya atau kreatornya sendiri untuk di promosikan di berbagai platfrom sendiri tapi kalo perusahaan kecil dan usaha peroranga biasanya mereka sudah memberikan konsep dan kita yang produksi iklanya biasanya mereka kasih brosurnya dan nanti kita

bikin sesuai konsep radio kita dan dibuat oleh tim kreator radio krakatau itu sendiri dan saat sudah deal konsepnya baru di siarkan diradio.”

3. seperti apa promosi yang dibuat oleh radio krakatau untuk menarik minat pemasang iklan?

“Promosi kita pertama biasanya melalui iklan kita sendiri dalam bentuk produksi, yang kedua melalui adlibs dan biasanya kita juga bikin promo-promo di media sosial Whatsapp, facebook, Twitter, TikTok, Youtube, atau di berbagai program officer juga. Karena ada beberapa program radio acaranya officer itu sih promosi kita dalam menarik iklan, terus ada juga kenalan-kenalan yang mau memasang iklan.”

4. bagaimana *public relations* menyambung relasi dengan masyarakat dan perusahaan agar tertarik pasang iklan di radio krakatau?

“Untuk Public relations sendiri di radio krakatau di hendel juga oleh general manajer yaitu saya, jadi di radio krakatau ini biasanya public relations kalau tidak di hendel saya ya sama tim pemasaran atau marketing dan penyiar karena hubungannya dengan kehumasan. Biasanya dari tim pemasaran sonding kebeberapa klien dan turut hadir dalam acara-acara dan kegiatan mereka, terus kita juga biasanya meliput kegiatan mereka baik perusahaan maupun masyarakat. Dengan seperti itu kedekatan kita pihak radio dan masyarakat atau perusahaan ada. Nah kalo hubungan public relationsnya biasanya menggunakan me and you jadi saat mereka butuh dengan radio kita ada.”

5. Babagaimana penjualan perorangan (personal selling) dan penjualan langsung (direct selling) di radio krakatau?

“Nah untuk penjualan perorangan tergantung kondisinya misalnya kita menggunakan personal selling biasanya dari tim pemasarannya membangun relasi dengan perusahaan atau masyarakat agar mau beriklan di radio Krakatau. Untuk penjualan langsung atau direct selling sendiri biasanya kita dari pihak marketing setiap ada acara offsite mempromosikan keunggulan-keunggulan iklan yang ada di radio, karena yang memasang iklan di radio Krakatau kan banyak, ada dari instansi pemerintah, sekolah, obat-obatan, calon-calon DPR yang sedang pemilu biasanya kita menjelaskan langsung keunggulan apa saja yang mereka dapat jika beriklan di radio Krakatau. Jadi untuk penjualan personal selling dan direct selling itu oleh tim pemasaran dan penyiar.”

6. Pertanyaan yang saya ajukan kepada pihak Krakatau adalah apa saja hambatan dan pendukung dalam menarik minat pemasang iklan?

“kendala atau hambatan dalam menarik perusahaan atau masyarakat supaya mau beriklan adalah harga dalam beriklan. Kalau kita kan sekarang beriklan di media sosial karena di media sosial jangkauannya lebih luas dan biasanya mereka sangat murah harganya, kalo di kita kan karena radio konvensional kita ada beban harus bayar listrik, pegawai, biaya produksi kalo radio Krakatau lebih bersaing dengan masalah harga aja, kita juga coba menyesuaikan dengan bagaimana kita menawarkan kepada klien ini apa saja benefit yang mereka dapatkan jadi bukan harganya diturunkan tapi lebih ke apa saja yang nanti mereka dapatkan saat beriklan ke kita. Itu yang harus kita benar-benar kasih keunggulan kepada kliennya supaya tetap mau beriklan kepada kita. Kalau faktor pendukung dalam menarik minat pemasangan iklan adalah yang

pertama penyiar, yang kedua program-program yang kita sajikan, kita harus benar-bener memberikan yang terbaik pada klien, terus yang ketiga kita juga mengkonfert kegiatan-kegiatan media di radio dengan dengan kegiatan kegiatan kita di media sosial itu juga strategi kita untuk perusahaan atau masyarakat mau beriklan ke kita. Untuk membantu penyiaran kita mempunyai media sosial agar tidak kalah saing oleh perkembangan zaman.”

**LAMPIRAN-LAMPIRAN KEGIATAN
RADIO KRAKATAU 93,7 FM**



Foto Pegawai Radio Krakatau 93,7
FM



Foto Tasyakuran HUT Radio
Krakatau yang ke-32



Peserta kitimpring Radio Krakatau
93,7 FM



Foto Talkshow bersama Polwan
Polres Pandeglan

Bukti Foto Wawancara Radio Krakatau 93,7 FM



Wawancara bersama general manager Radio Krakatau 93,7 FM (Nyimas Dian Gayatri)



Foto bersama general manager dan penyiar radio krakatau 93,7 FM