

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Data pada penelitian ini merupakan hasil penelitian yang penulis lakukan di Radio Gress FM, Jl. Punai No.08, Sukajadi, Pekanbaru. Pada bagian ini penulis membahas hasil penelitian berupa wawancara dan dokumentasi yang telah penulis lakukan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Pendapatan Melalui Periklanan di Radio Gress 105,8 FM.

Wawancara dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan informan yang terdiri dari 3 orang yaitu: Marketing dan administrasi, Manager siaran dan production, dan program director. Peneliti menanyakan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan pada penelitian ini.

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengambilan data-data historis yang peneliti gunakan sebagai pelengkap ke akuratan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Berikut daftar narasumber dalam penelitian ini.

Daftar Informan

Nama	Jabatan
Yarni Karina	Marketing & Administrasi
Gilang Watulesi	Manager siaran & Produktion
Endang Susilowati	Program Director

Gambar 5.1 Daftar Informan

Dalam penelitian ini, penulis membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam meningkatkan pendapatan melalui periklanan di radio Gress 105,8 FM Pekanbaru yang mana kita ketahui bahwa iklan adalah salah satu sumber penghasilan atau pemasukan keuangan baik itu di media cetak, radio,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maupun televisi. Dalam pemasaran radio perlu adanya peningkatan pendapatan agar tercapainya target pendapatan radio, maka dari itu radio perlu strategi komunikasi pemasaran terpadu untuk meningkatkan pendapatan melalui periklanan khususnya di radio Gress 105,8 FM Pekanbaru.

Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu

Strategi pemasaran terpadu terbagi atas tiga aktivitas utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam merancang strategi promosi, perusahaan harus mengkombinasikan berbagai elemen yang terdapat dalam bauran promosi dengan memperhitungkan kekuatan dan kelemahan dari masing-masing elemen tersebut.

Untuk indikator ini penulis menanyakan tentang strategi apa yang digunakan oleh radio Gress untuk meningkatkan pendapatan melalui periklanan?

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Gilang Watulesi selaku manager siaran dan produksi di radio Gress 105,8 FM, yaitu:

“Dengan berkembang pesatnya dunia media social radio sendiri tentunya juga ikut memanfaatkan media sosial yang di gunakan agar lebih menarik bagi para pendengar yaitu dengan cara meningkatkan program siaran dan juga menggunakan sosial media dalam mempromosikan radio, diantaranya facebook, twitter dan instagram.”⁴⁸

Yarni karina selaku marketing dan administrasi di radio Gress 105,8 FM menambahkan

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Manager siaran & Produktion: Gilang Watulesi pada tanggal 12 desember 2019 pukul 11.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

“selain meningkatkan program siaran, radio Gress FM juga meningkatkan kualitas penyiar, dan tentunya memberikan kepuasan bagi para pengiklan, agar tetap berlangganan di radio Gress FM”.⁴⁹

Dari hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa strategi yang digunakan oleh radio Gress FM dalam meningkatkan pendapatan melalui periklanan yaitu dengan cara meningkatkan program siaran dan juga meningkatkan kualitas dari penyiar radio Gress FM. Radio Gress FM juga memanfaatkan media digital dalam mempromosikan radio contohnya facebook, instagram, twitter dan lain-lain. Tentunya radio juga memberikan kepuasan bagi para pengiklan, agar pengiklan tetap berlangganan di radio Gress FM.

1. Perencanaan komunikasi pemasaran terpadu

Perencanaan merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu pekerjaan. Ada beberapa hal yang mencakup perencanaan yaitu menetapkan tujuan yang hendak dicapai, mempertimbangkan alternatif, menilai resiko dan manfaat dari masing masing alternatif, memutuskan arah tindakan, menentukan anggaran serta mendapatkan persetujuan dan dukungan yang dibutuhkan dari manajemen perusahaan. Ada beberapa langkah perencanaan komunikasi pemasaran terpadu yaitu:

a. Menganalisis situasi

Dalam program komunikasi pemasaran terpadu, analisis situasi berfokus pada faktor - faktor yang mempengaruhi perkembangan strategi promosi. Radio sendiri tidak luput dari beberapa hambatan yang bisa menurunkan pendapatanya.

Untuk indikator ini, penulis mengajukan beberapa pertanyaan, diantaranya adalah :

⁴⁹ Hasil wawancara dengan Marketing & Administrasi: Yarni Karina pada tanggal 12 desember 2019 pukul 13.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Apa hambatan dalam peningkatan pendapatan yang dilakukan oleh pihak radio Gress FM?

Dalam hal ini Gilang Watulesi menuturkan bahwa “berkurangnya peminat radio dan juga para pengiklan yang cenderung lebih memilih media sosial dalam mempromosikan barang dagangannya. saat ini radio itu sudah sangat sedikit karena banyak dari radio – radio yang belum siap dengan berkembangnya media digital, contohnya konsumen yang lebih memilih mengiklankan produknya melalui media sosial dan berkurangnya pendengar radio”⁵⁰

Endang Susilowati selaku program direktur di radio Gress 105,8 FM menambahkan tentang hambatan radio dalam meningkatkan pendapatannya

“Tetapi bukan sosial media itu sendiri yang menjadi hambatan melainkan berkembangnya promo-promo di media sosial yang lebih gampang, sehingga para pengiklan lebih mudah untuk promosikan produknya di media sosial”.⁵¹

Hambatan dalam meningkatkan pendapatan di radio Gress FM adalah berkurangnya minat masyarakat dalam mendengarkan radio begitu juga para pengiklan yang cenderung lebih memilih menggunakan media digital untuk mempromosikan produknya, dalam hal ini radio hanya mengandalkan pengiklan tetap dan event-event untuk meningkatkan pendapatan radio.

Analisis situasi dalam program komunikasi pemasaran terpadu terdiri dari analisis internal dan eksternal. Analisis internal dilakukan dengan mengkaji ulang kemampuan perusahaan dalam

⁵⁰ Hasil wawancara dengan Manager siaran & Produktion: Gilang Watulesi pada tanggal 12 desember 2019 pukul 11.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

⁵¹ Hasil wawancara dengan Program director : Endang Susilowati pada tanggal 12 desember 2019 pukul 08.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menciptakan dan melaksanakan program promosi yang efektif serta menelaah kembali keberhasilan dan kegagalan program promosi sebelumnya.

Setiap pekerjaan yang melibatkan lebih dari satu orang pastilah memiliki kelebihan dan kekurangan, radio Gress FM sendiri mengalami hal tersebut di mana kelebihanya adalah segmentasi pendengar yang aktif, sebab memang radio Gress lebih memfokuskan anak muda sebagai pendengarnya hal ini bisa kita ketahui melalui program acara yang di sajikan.

2. Apa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh pihak radio Gress dalam mendapatkan calon pemasang iklan?

seperti yang dituturkan oleh Endang Susilowati “jangkauan dan segmentasi pendengar adalah tolak ukur kami dalam menyajikan program sehingga itu bisa menjadikan kelebihan yang selama ini terus kami tingkatkan”⁵².

Gilang Watulesi menambahkan tentang kelemahan radio yaitu:

“Adanya hambatan lain yang mempengaruhi jalanya program radio contohnya listrik yang padam saat jam siaran dan kantor radio sendiri tidak mempunyai cadangan listrik yang mampu menghidupkan alat rekaman untuk melihat rekaman yang di butuhkan oleh pihak ketiga yang membutuhkan dokumentasi berupa rekaman siaran”.⁵³

Untuk kelebihan dari radio Gress FM adalah dalam hal jangkauan dan segmentasi pendengar sebab jangkauan dan segmentasi pendengar adalah tolak ukur Radio Gress FM dalam

⁵² *Ibid*

⁵³ Hasil wawancara dengan Manager siaran & Produksi: Gilang Watulesi pada tanggal 12 desember 2019 pukul 11.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

menyajikan program siaran. Sedangkan kelemahan radio Gress FM terletak pada hambatan yang mempengaruhi jalannya program radio contohnya listrik yang padam pada saat jam siaran dan kantor radio sendiri tidak mempunyai cadangan listrik yang mampu menghidupkan alat rekaman untuk melihat rekaman yang di butuhkan oleh pihak ketiga yang membutuhkan dokumentasi berupa rekaman siaran.

Dalam evaluasi tidak jarang hitung-hitungan pendapatan menjadi sub tema yang juga di ikut sertakan dalam pembahasan, di antaranya dari mana sumber pendapatan terbanyak yang di hasilkan.

3. Dari periklanan manakah keuntungan yang banyak didapatkan oleh pihak radio Gress?

Selaku pihak marketing dan administrasi di radio Gress 105,8 FM Yarni Karina menuturkan bahwa “sejauh ini *event* masih menjadi salah satu sumber pendapatan terbesar di radio Gress 105,8 FM dan kemudian di susul oleh iklan”.⁵⁴

Menurut wawancara yang di lakukan diatas, bahwa sumber pendapatan terbesar radio Gress FM, sejauh ini di peroleh dari *event* atau acara-acara yang disponsori oleh pihak-pihak yang berkerjasama dengan radio, biasanya *event* di lakukan di CFD, di pasar atau pun di berbagai tempat ramai, tergantung produk yang akan di promosikan pada waktu *event*.

Sedangkan analisis eksternal meliputi analisis mengenai konsumen, seperti karakteristik konsumen, segmentasi dan target pasar, serta strategi perusahaan dalam memposisikan produk.

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Marketing & Administrasi: Yarni Karina pada tanggal 12 desember 2019 pukul 13.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apa target pencapaian yang diharapkan oleh pihak pengiklan terhadap radio Gress?

Yarni Karina menjelaskan “Upaya pencapai hasil adalah sesuatu yang tidak bisa di lupakan begitu saja, dalam dunia usaha atau pelayanan biasanya ada beberapa hal yang mendominasi diantaranya kepuasan pelanggan dan edukasi pendengar”.

Gilang Watulesi menambahkan tentang target pencapaian yang diharapkan oleh pengiklan

“Dalam hal ini biasanya yang diinginkan pengiklan yaitu pengemasan iklan yang bisa mengedukasikan pendengar, sehingga pendengar akan tertarik untuk membeli produk yang sedang di iklankan, dari hasil itu pengiklan akan merasa puas.”⁵⁵

Dari hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa pencapaian yang diharapkan oleh pihak pengiklan adalah kesuksesan dalam berusaha dan juga para pengiklan menginginkan produknya di minati oleh masyarakat.

- b. Identifikasi khalayak sasaran

Proses identifikasi harus dimulai dengan analisa yang tepat terhadap khalayak sasaran. Khalayak dapat diartikan sebagai calon pembeli produk, pemakai produk, penentu keputusan atau pihak yang mempengaruhi keputusan. Bagian terpenting dalam langkah ini yaitu menganalisis keuntungan yang diinginkan konsumen serta mengukur sejauh mana konsumen mengetahui citra perusahaan, citra produk, dan citra pesaing. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari usaha broadcaster ini tentunya sangat di tunjang oleh hal-hal lain yang tidak mungkin di pisahkan tentunya, peneliti mengajukan beberapa

⁵⁵ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pertanyaan untuk mendapatkan hasil yang kiranya membantu di antaranya :

1. Apakah pihak radio Gress pernah melakukan survei pada lembaga atau instansi yang mengiklankan produknya di radio Gress?

Gilang Watulesi menjawab “kalau dari Radio Gress sendiri belum pernah melakukan survei, kalau pun menggunakan lembaga penyedia jasa survei pun itu tidak pernah dilakukan sebab di kota Pekanbaru sendiri tidak ada lembaga survei”.⁵⁶

Yarni Karina menambahkan mengenai pertanyaan di atas

“Namun biasanya pihak pengiklan sendiri yang akan mendatangi radio Gress untuk membicarakan tentang produk nya”.

Jadi menurut penjelasan dari wawancara diatas, tidak adanya lembaga penyedia jasa survei dikota Pekanbaru, mengakibatkan radio Gress FM tidak pernah melakukan survey, namun biasanya para pengiklan sendiri yang akan mendatangi kantor radio Gress FM.

2. Apakah pihak marketing radio mendapatkan citra positif dari lembaga yang mengiklankan produknya?

Yarni Karina menjawab “ pada setiap kerjasama tentunya kita mendapatkan citra positif contohnya dari pihak pengiklan yang secara tidaklangsung mengilankan radio Gress FM kepada konsumen lain agar mengiklan kan produk nya di radio Gress FM”.⁵⁷

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Manager siaran & Produktion: Gilang Watulesi pada tanggal 12 desember 2019 pukul 11.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Marketing & Administrasi: Yarni Karina pada tanggal 12 desember 2019 pukul 13.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

Gilang Watulesi menambahkan tentang kunci mendapatkan citra positif

”kunci untuk mendapatkan citra positif itu sendiri yaitu dengan cara memberikan kepuasan bagi para pengiklan”.

Jadi menurut penjelasan dari wawancara di atas, untuk citra positif tentunya radio Gress FM mendapatkan citra positif dari para pengiklan, kuncinya adalah memberikan kepuasan bagi para pengiklan, karena kalau para pengiklan sudah merasa puas, maka para pengiklan dengan sendirinya akan memberitahukan kepada para calon pengiklan lain yang berpotensi untuk mengiklankan produknya di radio Gress FM.

c. Penentuan tujuan komunikasi

Tujuan komunikasi yang dituju oleh pemasaran tentu sangat berkaitan dengan tanggapan konsumen dan sejauh mana konsumen memahami produk. Inilah yang nantinya menentukan tujuan komunikasi apa yang akan ditetapkan, apakah mengubah sikap konsumen atau mendorong konsumen untuk bertindak seperti yang diinginkan pemasar.

Untuk indikator ini penulis mengajukan beberapa pertanyaan diantaranya :

1. Cara apa yang digunakan radio Gress dalam mendapatkan konsumen untuk memasarkan produknya di radio Gress?

Yarni Karina menjawab “ radio biasanya memberikan harga khusus atau promo agar menarik para calon pemasang iklan, menjalin komunikasi dengan baik kepada para calon pemasang iklan, dan membuat surat penawaran keberbagai perusahaan atau tempat usaha”.⁵⁸

⁵⁸ *Ibid*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gilang Watulesi menambahkan jawaban mengenai pertanyaan di atas

“tak jarang juga radio memberikan diskon atau promo bagi pengiklan tetap, karna secara tidak langsung pengiklan akan tetap mengiklankan produknya di radio Gress FM”.

Hasil dari wawancara di atas adalah strategi atau cara yang digunakan radio Gress FM dalam mendapatkan konsumen adalah radio Gress FM memberikan harga khusus atau promo untuk menarik para calon pengiklan, radio juga menjalin komunikasi dengan baik kepada calon pengiklan.

2. Bagaimana cara radio Gress mengemas sebuah produk yang mampu mengedukasikan calon pembeli?

Gilang Watulesi mengatakan “ untuk mengemas sebuah produk radio Gress melakukan beberapa cara, diantaranya membuat program acara yang lebih menarik, meningkatkan kualitas siaran, membuat promo on air yang menarik melalui adlibs secara soft selling atau melalui promo iklan secara terjadwal dengan penawaran yang menarik”.⁵⁹

Yarni Karina menambahkan jawaban dari pertanyaan di atas

“selain melalui iklan secara on air, radio juga biasanya melakukan kegiatan off air, contohnya melakukan event menarik yang bisa menarik sponshor dan bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan”.⁶⁰

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Manager siaran & Produktion: Gilang Watulesi pada tanggal 12 desember 2019 pukul 11.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Marketing & Administrasi: Yarni Karina pada tanggal 12 desember 2019 pukul 13.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.



Endang Susilowati juga menambahkan

“kita juga memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, twitter, website dan lain-lain”.⁶¹

Dari hasil wawancara di atas untuk pengemasan produk agar bisa mengedukasikan calon pembeli yaitu pihak radio Gress FM membuat program acara yang lebih menarik, meningkatkan kualitas penyiar, membuat promo on air yang menarik, melakukan kegiatan off air, dan tentunya memanfaatkan media sosial guna menarik para calon pembeli.

d. Penentuan anggaran komunikasi

Tidak ada ukuran pasti mengenai seberapa besar pengeluaran untuk promosi harus dialokasikan, karena pengeluaran promosi itu bervariasi tergantung pada produk dan situasi pelanggan. Tetapi terdapat beberapa cara yang ditetapkan perusahaan dalam menentukan anggaran promosinya, yaitu dengan metode kemampuan perusahaan, metode presentase penjualan, metode keseimbangan persaingan dan metode tujuan dan tugas.

Untuk indikator ini penulis menanyakan tentang strategi apa yang digunakan dalam menetapkan berapa besar anggaran untuk sebuah produk?

Yarni Karina mengatakan “strategi yang digunakan oleh radio Gress dalam menetapkan berapa besar anggaran untuk sebuah produk adalah menggunakan metode presentasi penjualan, karena metode ini mempunyai beberapa kelebihan, yang pertama metode ini menunjukkan bahwa pengeluaran promosi sangat bervariasi sesuai dengan kemampuan perusahaan, yang kedua metode ini mendorong manajemen untuk memperhatikan

⁶¹ Hasil wawancara dengan Program director : Endang Susilowati pada tanggal 12 desember 2019 pukul 08.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hubungan antara biaya promosi, harga jual, dan keuntungan, dan yang ketiga metode ini mendorong stabilitas kompetitif.”⁶²

Gilang Watulesi menambahkan tentang besaran anggaran di radio Gress FM

“Besaran anggaran untuk satu kali penayangan iklan di radio sangatlah fariatif, ini di sebabkan oleh seberapa lama durasi yang di butuhkan dan tergantung permintaan dari pengiklan dalam sebuah produk untuk mengiklankan produknya, kalau untuk anggaran iklan kita tidak menentukan berapa biayanya, minimalnya sih ada, tapi kalau maksimalnya tidak di tentukan”.⁶³

Dari hasil wawancara diatas strategi yang digunakan dalam menetapkan berapa besar anggaran untuk sebuah produk di radio Gress FM adalah radio Gress FM menggunakan metode kemampuan perusahaan untuk menetapkan berapa besar anggaran untuk sebuah produk. besar anggaran dalam satu kali penayangan di radio Gress FM sangat berfariatif, tergantung permintaan dari pengiklan, dan berapa lama durasi yang dibutuhkan.

e. Pengembangan program komunikasi

Pada tahap ini, keputusan harus diambil berdasarkan peran dan tingkat kepentingan dari tiap elemen serta koordinasi antar berbagai elemen. Karena setiap elemen promosi memiliki tujuan yang berbeda serta anggaran dan strategi yang berbeda pula untuk mencapai tujuan tersebut.

Untuk indikator ini, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan, diantaranya adalah :

⁶² Hasil wawancara dengan Marketing & Administrasi: Yarni Karina pada tanggal 12 desember 2019 pukul 13.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

⁶³ Hasil wawancara dengan Manager siaran & Produktion: Gilang Watulesi pada tanggal 12 desember 2019 pukul 11.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Apakah ada keterlibatan lembaga atau instansi dalam menentukan suatu ide dalam pembuatan iklan?

Gilang Watulesi mengatakan “Bahwa terdapat keterlibatan lembaga atau instansi dalam menentukan suatu ide atau konsep dalam pembuatan iklan, namun konsep iklan itu sendiri kebanyakan ide dari pihak radio yang disetujui oleh pihak pengiklan”⁶⁴.

Yarni Karina menambahkan jawaban dari pertanyaan di atas “untuk iklan nasional biasanya lembaga atau instansi sudah mempunyai konsep iklan dan pihak radio tinggal mengikuti konsep yang telah di buat”⁶⁵.

Dalam menentukan suatu ide atau konsep dalam pembuatan iklan, radio Gress FM selalu melibatkan lembaga atau instansi, tak jarang juga para pengiklan mempercayakan ide atau konsep kepada pihak radio, yang nanti nya akan disetujui oleh pihak pengiklan. Sedangkan untuk iklan nasional biasanya lembaga atau instansi sudah memiliki konsep, dan radio Gress FM tinggal mengikuti konsep yang sudah dibuat.

2. Langkah apa yang digunakan dalam pembuatan iklan?

Gilang Watulesi menjawab “Dalam pembuatan iklan terdapat beberapa langkah yang harus di tempuh, untuk radio Gress FM sendiri langkah itu di mulai dengan Meeting kecil untuk mengetahui produk apa yang mau di iklankan, citra produk yang mau di iklan kan dan keinginan dari pemasang iklan itu mau seperti apa iklanya, setelah itu dilakukan penentuan konsep, setelah penentuan kosep kita lanjut ke pembuatan naskah, setelah

⁶⁴ *Ibid*

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Marketing & Administrasi: Yarni Karina pada tanggal 12 desember 2019 pukul 13.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

naskah dibuat lalu kita kirim ke pengiklan untuk dicek apakah ada revisi atau sudah setuju, setelah disetujui pihak radio akan memproduksi iklan tersebut, setelah diproduksi iklan kita kirim lagi ke pengiklan untuk di cek, setelah semua sudah selesai iklan baru bias di siarkan”.⁶⁶

Endang Susilowati menambahkan jawaban dari pertanyaan di atas

“Tidak jarang pihak radio Gress melibatkan pemasang iklan, hal ini bertujuan agar pengiklan bisa di akomodir oleh pihak radio Gress”.⁶⁷

Dalam pembuatan iklan radio Gress FM melakukan beberapa langkah yang pertama yaitu dimulai dengan meeting kecil, Selanjutnya dilakukan penentuan konsep, setelah penentuan konsep lalu radio melanjutkan pembuatan naskah, setelah naskah dibuat lalu pihak radio mengirim naskah kepada pengiklan, Setelah naskah sudah di setuju, pihak radio akan memproduksi iklan tersebut, setelah iklan di produksi, iklan akan di kirim kembali ke pengiklan, setelah semua sudah selesai dan sesuai dengan keinginan pengiklan maka iklan sudah siap untuk disiarkan.

2. Pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu

Setelah melakukan perencanaan komunikasi pemasaran terpadu yang matang, kemudian perusahaan mengkomunikasikan konsep pemasaran kepada konsumen secara kolektif yang disebut dengan elemen-elemen dari komunikasi pemasaran terpadu yang terdiri dari:

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Manager siaran & Produktion: Gilang Watulesi pada tanggal 12 desember 2019 pukul 11.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Program director : Endang Susilowati pada tanggal 12 desember 2019 pukul 08.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Periklanan

Iklan mampu membangun citra jangka panjang bagi perusahaan atau bahkan mendorong langsung terjadinya penjualan dan mampu menjangkau calon konsumen dengan jangkauan yang luas. Sehingga radio sendiri bisa mendapatkan pemasang iklan yang tetap atau biasanya di kontrak penggunaan jasanya untuk jangka waktu tertentu.

Pada indikator ini peneliti menanyakan beberapa pertanyaan, diantaranya adalah:

1. perusahaan apa saja yang sering mengiklankan produknya di radio Gress 105,8 FM?

Dalam hal ini peneliti memperoleh data dari pihak marketing radio Gress 105,8 FM, “pada tahun 2017 sampai 2018 terdapat 178 produk yang diiklankan di radio Gress FM, yang mana para pemasang iklan tetap di radio Gress antara lain dari: PT. Telekomunikasi Seluler, PT. Vitapham dan PT. Bintang Multi Mediathama”.⁶⁸

2. Dalam satu produk berapakah satu produk itu di iklankan dalam sehari?

Endang Susilowati menjawab “ untuk pemutaran iklan, normal nya 5 kali dalam satu hari dengan durasi 1 menit, teteapi terkadang ada pengiklan yang ingin iklan nya di putar lebih dari normalnya iklan itu di putar, biasanya iklan akan diputarkan 7 kali dalam satu hari”.⁶⁹

⁶⁸ Dokumentasi : Radio Gress 105,8 FM, Pekanbaru

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Program director : Endang Susilowati pada tanggal 12 desember 2019 pukul 08.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

Gilang Watulesi menambahkan jawaban dari pertanyaan di atas

“tergantung budget yang di keluarkan oleh para pengiklan, dan tentunya sesuai dengan keputusan bersama”.⁷⁰

Dari hasil wawancara diatas radio Gres FM menentukan normalnya pemutaran iklan adalah 5 (Lima) kali dalam sehari, dengan durasi 1 menit, tetapi terkadang ada pengiklan yang ingin iklan nya diputar lebih dari 5 kali, radio biasanya menyepakati 7 kali pemutaran dalam durasi 1 menit, dan tentu nya terdapat biaya tambahan.

b. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan bentuk persuasi langsung menggunakan berbagai insentif yang berjangka pendek untuk merangsang pembeli pproduct dengan segera.

Pada indikator ini peneliti menanyakan beberapa pertanyaan diantaranya adalah:

1. Dalam upaya mempromosikan radio Gress FM, apakah radio Gress FM memberikan diskon untuk para pemasang iklan?

Yarni Karina menjawab “Upaya dalam promosi penjualan salah satunya yang di lakukan pihak radio Gress FM adalah memberikan potongan harga atau memberikan diskon bagi yang sering memasang iklan atau pelanggan tetap di radio Gress”.⁷¹

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Manager siaran & Produktion: Gilang Watulesi pada tanggal 12 desember 2019 pukul 11.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

⁷¹ Hasil wawancara dengan Marketing & Administrasi: Yarni Karina pada tanggal 12 desember 2019 pukul 13.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gilang Watulesi menambahkan jawaban dari pertanyaan di atas

“Tak jarang juga radio memberikan promo-promo harga yang berfariatif bagi konsumen baru agar lebih menarik para pengiklan”.⁷²

Radio Gress FM melakukan pembuatan iklan sesuai dengan apa yang diinginkan pengiklan, dan untuk menarik lebih banyak pelanggan radio Gress FM juga melakukan pemotongan harga atau memberikan diskon kepada para pelanggan, tentunya radio Gress FM memberikan promo-promo harga yang berfariatif bagi calon pengiklan agar lebih menarik para calon pengiklan.

2. Dengan adanya diskon yang diberikan apakah ada peningkatan pemasangan iklan?

Yarni Karina menjawab “Dengan adanya diskon atau potongan harga yang di berikan oleh pihak radio Gress FM, radio mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, dan tentunya meningkatkan jumlah pemasang iklan.”⁷³

Menurut marketing radio Gress FM, sejauh ini dengan adanya diskon dan promo-promo yang telah dibuat oleh radio Gress FM, tentunya sangat menguntungkan bagi radio Gress FM sendiri, karena para calon pengiklan lebih banyak tertarik untuk mencoba mengiklankan produknya di radio Gress FM.

- c. Penjualan personal

Penjualan personal memiliki beberapa kelebihan, diantaranya: terjadi perjumpaan personal sehingga satu sama lain dapat mengamati reaksi yang timbul, memungkinkan berkembangnya segala jenis

⁷² Hasil wawancara dengan Manager siaran & Produktion: Gilang Watulesi pada tanggal 12 desember 2019 pukul 11.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

⁷³ Hasil wawancara dengan Marketing & Administrasi: Yarni Karina pada tanggal 12 desember 2019 pukul 13.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hubungan, serta mampu memaksa konsumen untuk mendengarkan pemasar.

Untuk indikator ini peneliti menanyakan tentang apakah radio Gress FM melakukan pendekatan personal untuk menarik calon pengiklan?

Yarni karina menjawab “Tentunya kami melakukan pendekatan personal, sebab dalam hal pemasangan iklan itu lebih kepada mengakrabkan kita dengan para calon pemasang iklan, sehingga dapat mengakrabkan hubungan yang terbina satu sama lain, dan kami mengharapkan ada sebuah ikatan pertemanan yang lebih erat, jadi kita mengedepankan bagaimana membuat jaringan atau membuat link agar Radio Gress FM semakin banyak dikenal oleh masyarakat dan calon pemasang iklan”.⁷⁴

Dari hasil wawancara diatas radio Gress FM sangat mengutamakan pendekatan personal, untuk lebih mengetahui apa yang diinginkan calon pengiklan, sehingga dapat mengakrabkan hubungan yang terjalin satu sama lain, radio Gress FM sendiri mengharapkan ada sebuah ikatan pertemanan yang lebih erat, dan bisa membangun link atau jaringan agar radio Gress FM bisa lebih dikenal oleh masyarakat dan calon pemasang iklan.

d. Pemasaran langsung

Pemasaran langsung merupakan sistem pemasaran interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan transaksi di berbagai tempat.

Pada indikator ini peneliti menanyakan tentang tindakan apa yang dilakukan radio Gress FM untuk melakukan pemasaran langsung?

⁷⁴ *Ibid*

Yarni Karina mengatakan “Untuk pemasaran langsung di radio Gress itu sendiri adalah melakukan event dan turun ke jalan seperti bagi-bagi masker saat ada musibah asap, bagi-bagi minuman untuk para petugas kepolisian yang sedang bertugas di jalanan atau sedang mengatur lalu lintas.”⁷⁵

Menurut marketing radio Gress FM, radio Gress FM melakukan pemasaran langsung dengan melakukan berbagai acara atau *event*, dan turun ke jalan seperti bagi-bagi masker saat ada musibah asap, dan bagi-bagi minuman, dan biasanya secara tidak langsung tim radio Gress FM memperkenalkan radio Gress FM kepada masyarakat.

3. Evaluasi komunikasi pemasaran terpadu

Setelah melaksanakan komunikasi pemasaran terpadu, komunikator harus meriset dampaknya terhadap khalayak sasaran. Ada beberapa aktivitas mendasar untuk melakukan evaluasi strategi, salah satunya mengukur prestasi atau membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang didapat.

Pada indikator ini peneliti menanyakan beberapa pertanyaan yaitu:

- a. Dalam evaluasi apakah radio Gress menerima masukan dari pemasang iklan?

Yarni karina mengatakan “ Kritik dan saran tidak jarang kita peroleh langsung dari para pemasang iklan, kritik bisa berupa hal yang terkait dengan kepuasan pengiklan itu sendiri dan juga saran yang tidak jauh berbeda dari apa saja yang harus di perhatikan oleh pihak radio di kemudian hari.”⁷⁶

⁷⁵ *Ibid.*

⁷⁶ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Apakah radio Gress memberikan reward kepada tim nya yang berprestasi?

Endang susilowati menjawab “ Di dalam proses evaluasi ini, pihak direktur radio Gress tidak jarang memberikan penghargaan atau *reward* kepada tim jika sebuah iklan yang di dapatkan itu bisa mencapai hasil yang di harapkan”.⁷⁷

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah sajian data telah penulis sajikan diatas, selanjutnya data tersebut di analisis untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi terpadu dalam meningkatkan pendapatan melalui periklanan di radio Gress 105,8 FM. Dalam analisis ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan kembali data real yang penulis dapatkan di lapangan dimana penulis melakukan penelitian. Adapun analisis data dapat dijelaskan sesuai dengan tahapan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu

Strategi komunikasi pemasaran terpadu terbagi atas tiga aktivitas utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi pemasaran terpadu. Dalam merancang strategi promosi, perusahaan harus mengkombinasikan berbagai elemen yang terdapat dalam bauran promosi atau *promotional mix* dengan memperhitungkan kekuatan dan kelemahan dari masing-masing elemen tersebut. Manajemen promosi (*promotional management*) mencakup kegiatan mengkoordinasikan elemen-elemen bauran promosi sehingga dapat mengembangkan komunikasi pemasaran yang terpadu, terkontrol, dan efektif.⁷⁸

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Program director : Endang Susilowati pada tanggal 12 desember 2019 pukul 08.00 di kantor radio Gress FM Pekanbaru.

⁷⁸ Morissan, *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Periklanan*. (Jakarta: Prenada Media Group,2010), 34.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi komunikasi pemasaran terpadu di radio Gress FM, sebagaimana telah penulis paparkan pada hasil penelitian bahwa strategi komunikasi pemasara terpadu yang digunakan sudah cukup bagus, mulai dari peningkatan kualitas penyiar, peningkatan program siaran, dan juga penggunaan media digital sebagai media promosi, agar dapat mengimbangi pemasaran pada era modernisasi ini. Melihat pada saat era seperti ini, radio semakin di tinggalkan oleh pendengar maupun pengiklan, dan banyak juga radio-radio yang bangkrut atau gulung tikar, maka radio Gress menyiasatinya dengan mempromosikan Gress FM melalui media sosial, contohnya melalui Facebook, Instagram, dan juga Twitter.

1. Perencanaan komunikasi pemasaran terpadu

Perencanaan merupakan bagian yang sangat penting dalam pekerjaan apapun. Perncanaan mencakup hal-hal seperti: menetapkan tujuan yang hendak dicapai, mempertimbangkan alternatif, memutuskan arah tindakan, menentukan anggaran serta mendapatkan persetujuan dan dukungan yang dibutuhkan dari manajemen perusahaan. Perencanaan komunikasi pemasaran terpadu radio Gress FM itu sendiri meningkatkan program siaran dan juga menggunakan sosial media, dan radio harus siap dengan adanya perkembangan media digital.

Ada beberapa langkah perencanaan komunikasi pemasaran terpadu yaitu:

a. Menganalisis situasi

Dalam program komunikasi pemasaran terpadu, analisis situasi berfokus pada faktor – faktor yang mempengaruhi perkembangan strategi promosi. Analisis situasi dalam program komunikasi pemasaran terpadu terdiri dari analisis internal dan eksternal.

Analisis internal dilakukan dengan mengkaji ulang kemampuan perusahaan dalam menciptakan dan melaksanakan program promosi yang efektif serta menelaah kembali keberhasilan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan kegagalan program promosi sebelumnya. Termasuk juga mengaji keuntungan dan kerugian perusahaan untuk melaksanakan program promosi bila dibandingkan dengan menggunakan jasa tenaga ahli diluar perusahaan. Disamping itu, di perlukan pula penilaian terhadap kekuatan dan kelemahan produk dan jasa yang di tawarkan.⁷⁹

Radio Gress FM sendiri tidak luput dari beberapa hambatan berkurang nya minat dengar masyarakat untuk mendengar radio, para pengiklan juga lebih cenderung memilih media digital untuk mengiklan kan produknya, dalam hal ini radio Gress menyiasati hambatan dengan cara meningkatkan kualitas penyiar, membuat program siaran yang lebih menarik, memberikan kepuasan bagi para pengiklan agar tetap konsisten mengiklankan produk nya di radio Gress dan tentunya radio Gress juga menggunakan media sosial untuk mempromosikan radio.

Radio Gress FM juga memiliki kelebihan dan kekurangan, kelebihan radio Gress sendiri adalah dalam hal jangkauan dan segmentasi pendengar, jangkauan dan segmentasi pendengar sangat berpengaruh bagi radio dan merupakan tolak ukur radio Gress FM dalam menyajikan program yang selama ini terus ditingkatkan. Sedangkan kekurangan dari radio Gress FM sendiri adalah tidak adanya cadangan listrik. menurut peneliti, hal ini sangat merugikan pihak radio maupun pihak pengiklan, dan sangat mempengaruhi jalannya program radio, karena jika listrik padam pada saat jam siaran, bisa mengganggu konsentrasi penyiar dan juga menghilangkan file-file rekaman yang telah di siarkan.

Menurut pihak marketing radio Gress FM, sejauh ini event masih menjadi sumber pendapatan terbesar di radio Gress FM dan

⁷⁹ George E. Belch, Michael A. Belch, *Advertising and Promotion: an Integrated Marketing Communication Perspektif, 6th Edition*. (New York: McGraw-Hill/Irwin, 2004),25.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemudian disusul oleh iklan. Dalam hal ini strategi pemasaran iklan nya harus lebih ditingkatkan lagi, agar bisa mendapatkan hasil yang lebih baik dan juga bisa meningkatkan pendapatan radio Gress FM sendiri. Contohnya seperti mengemas iklan yang lebih menarik, menambah promo-promo yang lebih bervariasi, lebih sering turun kejalan, mengadakan event-event, melakukan hal yang bisa menarik banyak calon pengiklan.

Sedangkan analisis eksternal meliputi analisis mengenai konsumen, seperti karakteristik konsumen, segmentasi dan target pasar, serta strategi perusahaan dalam memposisikan produk. Analisis eksternal juga mencakup pengamatan yang mendalam terhadap kondisi pesaing, baik pesaing langsung maupun tak langsung. Selain itu, diperlukan pula analisis terhadap keadaan lingkungan yang mungkin dapat mempengaruhi program promosi yang akan dilakukan.⁸⁰

Dalam hal target pencapaian, radio Gress FM sendiri sudah berusaha sebaik mungkin diantaranya yaitu kepuasan pelanggan dan edukasi pendengar, yang mana jika pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak radio, maka radio juga akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Begitu juga dengan edukasi pendengar, kalau radio berhasil mengedukasi pendengar maka pendengar akan merasa ada yang kurang jika sehari saja tidak mendengarkan radio.

b. Identifikasi khalayak sasaran

Proses identifikasi harus dimulai dengan analisa yang tepat terhadap khalayak sasaran. Khalayak dapat diartikan sebagai calon pembeli produk, pemakai produk, penentu keputusan atau pihak yang mempengaruhi keputusan. Bagian terpenting dalam langkah ini yaitu

⁸⁰ *Ibid*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menganalisis keuntungan yang diinginkan konsumen serta mengukur sejauh mana konsumen mengetahui citra perusahaan, citra produk, dan citra pesaing.⁸¹

Dalam hal survey, radio Gress FM dinilai kurang baik, karena dari pihak radio Gress FM belum pernah melakukan survei pada lembaga atau instansi yang mengiklankan produknya di radio Gress, untuk hal ini radio masih berharap ada penyedia jasa survey. Menurut penulis seharusnya tanpa adanya penyedia jasa survey, radio Gress FM bisa melakukan survey secara mandiri, agar bisa melihat perkembangan dari pengiklan atau pun mengevaluasi hasil yang sudah di kerjakan oleh tim radio Gress FM.

Radio Gress FM sendiri mendapatkan citra positif dari para pengiklan, kuncinya adalah memberikan kepuasan bagi para pengiklan karena kalau pengiklan sudah merasa puas, pengiklan akan memberitahukan pengiklan lainnya yang berpotensi untuk mengiklankan produknya di radio Gress FM.

c. Penentuan tujuan komunikasi

Tujuan komunikasi yang dituju oleh pemasaran tentu sangat berkaitan dengan tanggapan konsumen dan sejauh mana konsumen memahami produk. Inilah yang nantinya menentukan tujuan komunikasi apa yang akan ditetapkan, apakah mengubah sikap konsumen atau mendorong konsumen untuk bertindak seperti yang diinginkan pemasar.⁸²

Cara yang digunakan radio Gres FM dalam mendapatkan konsumen dinilai sudah cukup bagus, seperti memberikan harga khusus atau promo untuk menarik para calon pengiklan, radio juga

⁸¹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid II, alih bahasa : Benjamin Molan*, (Jakarta: Indeks, 2007), 211

⁸² *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjalin komunikasi dengan baik kepada calon pengiklan, dan membuat surat penawaran ke berbagai perusahaan. Radio Gress dalam pengemasan produk dinilai cukup menarik, radio Gres FM melakukan beberapa cara yaitu, membuat program acara yang lebih menarik, meningkatkan kualitas penyiar, membuat promo on air yang menarik, melakukan kegiatan off air, dan juga memanfaatkan media sosial.

d. Penentuan anggaran komunikasi

Tidak ada ukuran pasti mengenai seberapa besar pengeluaran untuk promosi harus dialokasikan, karena pengeluaran promosi itu bervariasi tergantung pada produk dan situasi pelanggan. Tetapi terdapat beberapa cara yang ditetapkan perusahaan dalam menentukan anggaran promosinya, yaitu dengan metode kemampuan perusahaan, metode presentase penjualan, metode keseimbangan persaingan dan metode tujuan dan tugas.⁸³

Radio Gress sendiri menggunakan metode kemampuan perusahaan dan metode presentasi penjualan untuk menetapkan berapa besar anggaran untuk sebuah produk., metode ini dinilai cukup baik karena memiliki beberapa kelebihan, yaitu metode ini menunjukkan bahwa pengeluaran promosi sangat bervariasi sesuai dengan kemampuan perusahaan, metode ini mendorong manajemen untuk memperhatikan hubungan antara biaya promosi, harga jual, dan keuntungan, juga mendorong stabilitas kompetitif.

e. Pengembangan program komunikasi

Pada tahap ini, keputusan harus diambil berdasarkan peran dan tingkat kepentingan dari tiap elemen serta koordinasi antar berbagai elemen.⁸⁴ Dalam menentukan suatu ide atau konsep dinilai baik karena

⁸³ *Ibid*

⁸⁴ George E. Belch, Michael A. Belch, *Advertising and Promotion: an Integrated Marketing Communication Perspektif, 6th Edition*. (New York: McGraw-Hill/Irwin, 2004),25.

dalam pembuatan iklan, radio Gres FM selalu melibatkan lembaga atau instansi, tak jarang juga para pengiklan mempercayakan ide atau konsep kepada pihak radio, yang nantinya akan disetujui oleh pihak pengiklan. Sedangkan untuk iklan nasional biasanya lembaga atau instansi sudah memiliki konsep, dan radio tinggal mengikuti konsep yang sudah dibuat.

Dalam pembuatan iklan radio Gress FM melakukan beberapa langkah yang pertama yaitu dimulai dengan meeting kecil untuk mengetahui produk apa yang akan di iklankan, citra dari nya bagaimana dan konsep iklannya seperti apa. Selanjutnya dilakukan penentuan konsep, setelah penentuan konsep lalu radio melanjutkan pembuatan naskah, setelah naskah dibuat lalu pihak radio mengirim naskah kepada pengiklan untuk di cek apakah ada yang perlu di revisi atau sudah disetujui. Setelah naskah sudah di setujui, pihak radio akan memproduksi iklan tersebut, setelah iklan di produksi, iklan akan di kirim kembali ke pengiklan, setelah semua sudah selesai dan sesuai dengan keinginan pengiklan maka iklan sudah siap untuk disiarkan.

2. Pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu

Setelah melakukan perencanaan komunikasi pemasaran terpadu yang matang, kemudian radio mengkomunikasikan konsep pemasaran kepada konsumen secara kolektif yang disebut dengan elemen-elemen dari komunikasi pemasaran terpadu yang terdiri dari:

a. Periklanan

Iklan mampu membangun citra jangka panjang bagi perusahaan atau bahkan mendorong langsung terjadinya penjualan dan mampu menjangkau calon konsumen dengan jangkauan yang luas. Sehingga radio sendiri bisa mendapatkan pemasang iklan yang tetap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau biasanya di kontrak penggunaan jasanya untuk jangka waktu tertentu.⁸⁵

Dalam hal ini, Jumlah produk yang diiklankan di radio Gress pada tahun 2017 sebanyak 108 produk, dengan pendapatan kisaran Rp.800.000.000. Sedangkan pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 70 produk, dengan kisaran pendapatan Rp.500.000.000. yang mana para pemasang iklan tetap di radio Gress FM antara lain dari: PT. Telekomunikasi seluler, PT. Vitapharm, dan PT. Bintang multi mediathama. Dinilai dari data di atas radio Gress FM harus lebih giat mempromosikan diri, agar bisa lebih banyak mendapatkan keuntungan, sehingga bisa meningkatkan pendapatan di radio GRes 105,8 FM.

b. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan bentuk persuasi langsung menggunakan berbagai insentif yang berjangka pendek untuk merangsang pembelian produk dengan segera.⁸⁶ Radio Gress 105,8 FM melakukan pembuatan iklan sudah sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan, untuk menarik lebih banyak pelanggan radio juga melakukan pemotongan harga atau memberikan diskon kepada para pelanggan tetap di radio Gress FM, dan tidak jarang juga radio Gress FM memberikan promo-promo harga yang bervariasi bagi konsumen baru agar lebih menarik para pengiklan. Dengan adanya diskon atau potongan harga yang diberikan oleh pihak radio Gress FM, tentunya radio Gress FM mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, dan tentunya bisa lebih banyak menarik para calon pengiklan untuk mengiklan kan produknya di radio Gress FM.

⁸⁵ Kotler Philip, Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta:Indeks, 2004),

⁸⁶ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Penjualan personal

Penjualan personal memiliki beberapa kelebihan, diantaranya: terjadi perjumpaan personal sehingga satu sama lain dapat mengamati reaksi yang timbul, memungkinkan berkembangnya segala jenis hubungan, serta mampu memaksa konsumen untuk mendengarkan pemasar.⁸⁷

Dalam pendekatan personal radio Gress FM sangat mengutamakan hal ini, untuk menarik para pengiklan, sehingga dapat mengakrabkan hubungan yang terbina satu sama lain, radio Gress FM mengharapkan ada sebuah ikatan pertemanan yang lebih erat, dan membangun link atau jaringan agar radio Gress FM lebih dikenal masyarakat dan calon pemasang iklan.

d. Pemasaran langsung

Pemasaran langsung merupakan sistem pemasaran interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan transaksi di berbagai tempat.⁸⁸ Dalam hal pemasaran langsung radio Gress FM dinilai cukup bagus, radio Gress FM melakukan berbagai kegiatan di luar radio contohnya seperti event dan turun ke jalan seperti bagi-bagi masker saat ada musibah asap, dan berbagi minuman untuk para petugas kepolisian yang sedang bertugas di jalan atau yang sedang mengatur lalu lintas, hal ini secara tidak langsung dapat memperkenalkan radio Gress FM kepada masyarakat luas.

3. Evaluasi komunikasi pemasaran terpadu

Setelah melaksanakan komunikasi pemasaran terpadu, komunikator harus meriset dampaknya terhadap khalayak sasaran. Ada beberapa aktivitas mendasar untuk melakukan evaluasi strategi, salah

⁸⁷ *Ibid*

⁸⁸ *Ibid*

satunya mengukur prestasi atau membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang didapat.⁸⁹

Dalam hal evaluasi komunikasi pemasaran terpadu radio Gress 105,8 FM dinilai baik, radio Gress FM sendiri tidak jarang memperoleh kritik dan saran dari para pemasang iklan, kritik bisa berupa hal yang terkait dengan kepuasan pengiklan itu sendiri dan juga saran yang tidak jauh berbeda dari apa saja yang harus di perhatikan oleh pihak radio di kemudian hari. Dalam hal ini sangat bagus buat perkembangan periklanan di radio Gress FM. Di dalam proses evaluasi ini, pihak direktur juga memberikan penghargaan atau *reward* kepada kru (*crew*) jika sebuah iklan yang di dapatkan itu bisa mencapai hasil yang di harapkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁸⁹ *Ibid*