



**STRATEGI PROMOSI PROGRAM BARU MINI FEATURES *VOICE OF*  
*RADIO REPUBLIK INDONESIA* DALAM MENINGKATKAN MINAT  
*PENDENGAR***

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S1)

Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and Advertising

Disusun Oleh :

UNIVERSITAS  
**VERONITA ANNISAH**  
44314120046  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu  
Komunikasi

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI PROGRAM BARU MINI FEATURES VOICE OF RADIO REPUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR**

Nama : Veronita Annisah  
NIM : 44314120046  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 25 Agustus 2020

Disetujui dan diterima  
oleh,

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi Advertising  
& Marcomm**

(Wiyanto Hidayatullah, M.I.Kom)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

(Yuni Treshawati, M.I.Kom)

**Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi**

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn., Ph.D.)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)





**LEMBAR HASIL PERBAIKAN SIDANG AKHIR  
TUGAS AKHIR SKRIPSI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Q

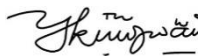
No. Dokumen	<b>15.4.08.01</b>	Distribusi	All
Tgl. Efektif	1 Mei 2014		

Nama Mahasiswa : Veronita Annisah  
 NIM : 44314120046  
 Bidang Studi : Advert & Marcomm  
 Tahun Akademik : 2019/2020

NO	NAMA PENGUJI	USULAN PERBAIKAN	HASIL PERBAIKAN	BAB/ HALAMAN	TTD PERSETUJUAN PERBAIKAN
1.	<b>Sandy Permata, M.Ikom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Latar belakang masalah ditambahkan alasan pemilihan objek penelitian secara spesifik dan berdasarkan data</li> <li>- Konsep2 detail dimasukkan ke bab 2 di kajian pustaka</li> <li>- Fokuds dan tujuan disesuaikan dengan apa yang akan diteliti</li> <li>- Manfaat penelitian disesuaikan</li> <li>- Konsep apa yang digunakan untuk membedah penelitian ini</li> <li>- Konsep strategi belum dimasukkan</li> <li>- Hasil penelitian dibuat mapping/pemetaan per sub bagian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Latar Belakang masalah sudah ditambahkan alasan pemilihan objek secara spesifik</li> <li>- Detail sudah dimasukkan ke Bab 2</li> <li>- Fokus dan Tujuan sudah di sesuaikan</li> <li>- Manfaat Penelitian sudah di sesuaikan</li> <li>- Sudah dipastikan penelitian kualitatif</li> <li>- Konsep yang digunakan adalah Penelitian Kualitatif Konstruktivisme</li> <li>- Paradigma sudah di kaji dan di sesuaikan</li> <li>- Hasil penelitian sudah dibagi per sub bagiannya</li> </ul>	BAB 1 ,Hal 9-11 BAB 2 ,Hal 12-23 BAB 3 ,Hal 24-35 BAB 4 ,Hal 36-51	

2.	<b>Yuni Tresnawati, M.Ikom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Latar belakang dibuat sistematis dr khusus ke umum, tambahkan data2 ttg peningkatan pendengar dan kaitannya dengan feature</li> <li>- Berikan alasan yg spesifik ttg alasan memilih RRI dan feature</li> <li>- Bab 2 sesuaikan konsep yang digunakan, konsep strategi apa yg digunakan</li> <li>- Bab 3 sesuaikan metodologi kualitatif, narasumber diberikan penjelasan alasan pemilihan</li> <li>- Bab 4 antara hasil temuan dikaitkan dengan konsep2 <ul style="list-style-type: none"> <li>- yang ada di bab 2</li> </ul> </li> <li>- Bab 3 perhatikan kembali metodologi yang digunakan</li> <li>- Bab 5 sesuaikan dengan hasil temuan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Latar belakang sudah sistematis dari khusus ke umum, narasumber untuk meningkatkan pendengar dan promosi yang dilakukan</li> <li>- Alasan memilih tema/topik sudah ditambahkan secara spesifik</li> <li>- BAB 3 sudah di sesuaikan dari pemilihan metodologi, narasumber dan penjelasannya</li> <li>- BAB 4 Hasil Penelitian sudah dikaitkan BAB 2</li> <li>- BAB 4 sudah dikaitkan dengan promotion mix</li> <li>- BAB 5 sudah disesuaikan dengan hasil penelitian</li> </ul>	BAB 1 ,Hal 9-11 BAB 2 ,Hal 12-23 BAB 3 ,Hal 24-35 BAB 4 ,Hal 36-51	
3.	<b>Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- jelaskan perubahan logo</li> <li>- perbaiki daftar isi</li> <li>- tambahkan cv penelitian lampirkan hasil wawancara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak ada perubahan logo, hanya saja lebih spesifik untuk Program Baru Mini Features Voice of Radio Republik Indonesia</li> <li>- Sudah di perbaiki daftar isi dengan Times New Roman</li> <li>- Sudah dilampirkan hasil wawancara secara detail</li> </ul>	BAB 1 ,Hal 9-11 BAB 2 ,Hal 12-23 BAB 3 ,Hal 24-35 BAB 4 ,Hal 36-51 DAFTAR WAWANCAR A, Hal 54	

Diperiksa & disetujui



Ketu Bidang Studi :

Tanggal :

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Veronita Annisah

Nim : 44314120046

Jurusan : Digital Advertising & Marketing Communication

Fakultas: Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **STRATEGI PROMOSI PROGRAM BARU MINI FEATURES VOICE OF  
RADIO REPUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN MINAT  
PENDENGAR**

Dengan ini adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi sarjana ilmu komunikasi pada fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau peneliti yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism , maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 25 Agustus 2020



Mengetahui,  
Pembimbing



(Wiyanto Hidayatullah, S.I.Kom M.I.Kom)

Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication



(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penelitian dengan judul “Strategi Promosi Program Baru Mini Features Voice of Radio Republik Indonesia Dalam Meningkatkan Pendengar” dapat diselesaikan. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I Komunikasi pada Bidang Studi *Marketing Communication and Advertising*. Data yang terdapat pada penelitian ini dikumpulkan dengan wawancara mendalam dengan narasumber yang sudah ditentukan.

Penyusunan tugas akhir skripsi ini, tentunya mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu baik secara moril, maupun materil, yaitu :

1. Bp Wiyanto Hidayatullah, S Ikom , M Ikom , selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan , arahan dan bantuan kepada peneliti , sehingga tugas akhir skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Ibu Yuni Tresnawati, M Ikom , selaku ketua bidang studi Marketing Communication and Advertising yang telah memberikan ilmu serta motivasi bagi para mahasiswanya.
3. Ibu Sandy, M Ikom , selaku penguji ahli yang telah memberikan kritik dan saran yang bermanfaat.
4. Ayah Witono Saputra Toto & Ibunda Khairunisah, selaku orang tua yang telah memberikan semangat , dukungan , kasih sayang , memberikan fasilitas dan Doa serta fasilitas yang sangat membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Susi Khairunisa , Andika dan Vera selaku pendengar setia Radio Republik Indonesia yang sudah bersedia memberikan kesan , opini dan kritik program baru yang dibahas dalam penelitian ini.
6. Bp Tono Saputra , selaku Kepala Seksi Kerjasama Siaran Radio Republik Indonesia yang telah bersedia menjadi narasumber untuk bahan penelitian ini.
7. Ibu Sekar , selaku Tim Inti Redaksi Radio Republik Indonesia yang telah bersedia menginformasikan dan menceritakan ide-ide di program yang diteliti ini.
8. Seluruh Staff Pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang tidak akan ternilai harganya.

9. Seluruh Staff Petugas Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah membantu dan melayani mahasiswa-mahasiswi dengan baik.

10. Seluruh teman-teman Mercu Buana yang belum lulus maupun yang sudah lulus.

Semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan serta ilmu mengenai dunia komunikasi pemasaran khususnya dalam bidang studi marketing communication and advertising. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan , kritik dan saran yang dapat membangun penelitian ini sangat dibutuhkan.



Jakarta . 28 Juni 2020

Veronita Annisah

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>LEMBAR HASIL PERBAIKAN SIDANG TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.4.1 Manfaat Akademis .....	3
1.4.1 Manfaat Praktis .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	4
2.1 Penelitian Terdahulu .....	4
2.1.1 Jurnal Penelitian Terdahulu Internasional .....	5
2.1.1 Jurnal Penelitian Terdahulu Lokal .....	6
2.2 Kajian Teoritis .....	7
2.2.1 Teori Promotion Mix .....	7
2.2.2 Integrated Marketing Communication .....	8
2.2.3 Strategi Marketing Communication .....	9
2.2.4 Program Baru Mini Features Voice of Radio Republik Indonesia .....	9
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	18
3.1 Paradigma Penelitian .....	18
3.2 Metode Penelitian .....	22
3.3 Subyek Penelitian .....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.4.1 Data Primer .....	26



3.4.2 Data Sekunder.....	27
3.5 Teknik Analisis Data .....	28
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
4.1. 1 Sejarah Radio Republik Indonesia .....	30
4.1.2 Visi Radio Republik Indonesia.....	32
4.1.3 Misi Radio Republik Indonesia .....	32
4.1.4 Logo Radio Republik Indonesia.....	33
4.1.5 Struktur Organisasi Radio Republik Indonesia .....	35
4.1.6 Target Audience .....	36
4.1.7 Promosi Program Baru Mini Features Voice of Radio Republik Indonesia .....	37
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.3 Pembahasan .....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran .....	54
5.2.1 Saran Akademis.....	54
5.2.2 Saran Praktis.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>



**STRATEGI PROMOSI PROGRAM BARU MINI FEATURES VOICE OF RADIO  
REPUBLIK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR**  
**Bibliografi : 5 BAB ± 75 HAL + Lampiran + 10 Buku**

**ABSTRAK**

Promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi lainnya yang kesemuanya mencapai program penjualan.

*Mini Features Voice of Radio Republik Indonesia* merupakan satu dari sekian banyak program features yang disajikan oleh Radio Republik Indonesia. Informasi program *Mini Features Voice of Radio Republik Indonesia* adalah Informasi tentang suatu Kebudayaan, ciri khas, kesenian, kuliner, dan keunikan dari Seluruh Daerah di Indonesia. Program *Mini Features Voice of Radio Republik Indonesia* adalah produk sajian berformat features, yang berdurasi 5-15 menit, sebuah karya jurnalistik yang didasarkan atas fakta-fakta sajiannya sedikit lebih bersubjektif. Yang lebih menonjolkan kreativitas didalamnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif secara induktif yaitu dari khusus ke umum. Pendekatan kualitatif bersifat induktif (khusus ke umum), karena berawal dari data yang ada bukan dari sebuah teori dan tidak bermaksud untuk menguji teori. Konstruktivisme adalah suatu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan telah ditangkap manusia adalah konstruksi (bentukan) manusia itu sendiri, pengetahuan bukanlah tentang dunia lepas dari pengamatan tetapi merupakan ciptaan manusia yang dikonstruksikan dari pengalaman atau dunia sejauh yang dialaminya.

Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu obyek tertentu, Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain dalam studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber (Nawawi, 2003: 1). Penelitian studi kasus akan kurang kedalamannya bilamana hanya dipusatkan pada fase tertentu saja atau salah satu aspek tertentu sebelum memperoleh gambaran umum tentang kasus tersebut. Pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara mendalam (indepth interview) dan studi kasus dokumen/teks. Bertujuan untuk memberikan informasi kepada pendengar atau audience yang ada di luar negeri maupun dalam negeri yang ingin mengetahui bagaimana ke aneka ragam budaya, kuliner, adat, dan kesenian yang ada di Indonesia.

Hasil Penelitian ini bahwa untuk mendapatkan dan mengembangkan aktivitas promosi agar tetap berjalan dengan efektif harus melakukan tahapan mengidentifikasi target audience, menentukan tujuan promosi, merancang pesan, memilih saluran promosi, memutuskan bauran promosi, mengulur hasil promosi pada program baru *Mini Features Voice of Radio Republik Indonesia*.

Kata Kunci : Mini Features, Promosi, Voice of Radio Republik Indonesia, Konstruktivisme, Wawancara.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Wawancara saya bersama narasumber key Informan – Susi Khairunisa , selaku pendengar setia Radio Republik Indonesia yang sudah bersedia memberikan kesan , opini dan kritik program baru yang dibahas dalam penelitian ini

Lampiran 2 : Wawancara dengan vera informan 1 - via voicenote whatsapp karena keterbatasan pandemi covid-19 & komunikasi antar luar negeri & Wawancara dengan andika informan ketiga - via voicenote whatsapp karena keterbatasan pandemi covid-19 & komunikasi antar luar negeri

Lampiran 3 : Wawancara saya bersama informan 3 – Bp Tono Saputra selaku Kepala Seksi Kerjasama Siaran Radio Republik Indonesia

Lampiran 4 : Wawancara saya bersama informan 4 - Ibu Sekar , selaku Tim Inti Redaksi Radio Republik Indonesia

Lampiran 5 : Daftar Wawancara

Lampiran 6 : LEMBAR PERBAIKAN SIDANG AKHIR TUGAS AKHIR SKRIPSI

Lampiran 7 : LEMBAR HASIL PERBAIKAN SIDANG AKHIR TUGAS AKHIR SKRIPSI

Lampiran 8 : SURAT PERJANJIAN REVISI TUGAS AKHIR SKRIPSI DAN PENYERAHAN ARTIKEL E-JURNAL FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Lampiran 9 : FORMULIR DATA ALUMNI

Lampiran 10 : DATA MAHASISWA (CURICULUM VITAE)

