



**PENGARUH STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS  
PRAMBORS RADIO JAKARTA DALAM EVENT KONSER  
BINTANG JATUH TERHADAP LOYALITAS PENDENGAR**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana S1  
Komunikasi Bidang Public Relations

Disusun oleh :

**Lydya Mega Andriyani**

**44213010064**

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2017**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **PENGARUH STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PRAMBORS RADIO JAKARTA DALAM EVENT KONSER BINTANG JATUH TERHADAP LOYALITAS PENDENGAR**

Nama : Lydya Mega Andriyani

NIM : 44213010064

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 30 Mei 2017

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

(Dr. A. Rahman, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **PENGARUH STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PRAMBORS RADIO JAKARTA DALAM EVENT KONSER BINTANG JATUH TERHADAP LOYALITAS PENDENGAR**

Nama : Lydya Mega Andriyani

NIM : 44213010064

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 30 Mei 2017

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi Public Relations**

(Dr. A. Rahman, M.Si)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

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



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PRAMBORS RADIO JAKARTA DALAM EVENT KONSER BINTANG JATUH TERHADAP LOYALITAS PENDENGAR**

Nama : Lydya Mega Andriyani

NIM : 44213010064

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 30 Mei 2017

Ketua Sidang,

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

()

Penguji Ahli,

Novi Erlita, M.A

()

Pembimbing I

Dr. A. Rahman, M.Si

()

## KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT. yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Tanpa pertolongan-Nya mungkin skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Strategi Marketing Prambors Radio Jakarta Dalam Event Konser Bintang Jatuh Terhadap Loyalitas Pendengar” dipilih karena menarik perhatian peneliti untuk dicermati dan perlu mendapat dukungan dari semua pihak terutama para Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Peneliti mengucapkan terima kasih karena telah banyak membantu peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini kepada:

1. Yang terhormat pembimbing dari penulis Bapak Dr. A. Rahman H.I, Drs., M.Si , Terimakasih telah memberikan bimbingan disetiap minggunya dan selalu memberikan masukan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua tersayang, Bpk. Andreas Agus S. dan Ibu Waidah Hastrinda yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi kepada anaknya untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Sahabat seperjuangan Omar Daniel, Akbar Maulana, Maulina Yusrini yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, memberikan pendapat, dan juga memberikan support setiap harinya.

4. Terimakasih untuk sahabat sekaligus keluarga Iyota Aviane, Dini Setyawati, Amalia Maulidina, Pipit Ari S, Suhana Isnaini yang membantu saya untuk mengetik ketika sakit, menemani setiap malamnya saat mengerjakan skripsi ini.
5. Terimakasih kepada Nia Indah Pratiwi, S.E sahabat peneliti yang sudah membantu mengajarkan program SPSS untuk skripsi ini
6. Terimakasih juga kepada kakak senior Neny Triany, S.Ikom yang telah membantu memberikan masukan dalam skripsi ini.
7. Terimakasih terkhusus adik tercinta M. Dwi Sandy Winata telah memberikan motivasi peneliti setiap saat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih juga untuk adik terkasih Adinda Catur Nur Rahma, Nurul Mukhlisa, Rasti Rahmadani, Putri Wijayanti, Muhamad Fachriansyah, Octalia Ratnasari, Isye Gurnita, Iqsan Nugroho, Agung Prakoso dan semua Keluarga besar UKM Radio Mercu Buana telah memberikan semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas kepada pembaca, Jika skripsi ini memiliki kesalahan dan kekurangan. Peneliti mohon maaf. Sekian dan Terima kasih.

Jakarta, 22 Mei 2017



Lydya Mega Andriyani

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAKSI</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	10
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis Akademis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Komunikasi .....	12
2.1.1. Definisi Komunikasi.....	13
2.1.2. Fungsi Komunikasi.....	14
2.1.3. Tujuan Komunikasi .....	15
2.2. Komunikasi Massa .....	17
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa .....	17
2.2.2 Efek Komunikasi Massa .....	18

2.3 Media Massa.....	19
2.3.1 Jenis Media Massa .....	21
2.4 Media Audio (Radio) .....	21
2.4.1 Pengertian Radio.....	21
2.4.2 Kelebihan dan Kelemahan Radio .....	22
2.5 Public Relations .....	23
2.5.1 Definisi Public Relations.....	23
2.5.2 Fungsi Public Relations .....	28
2.6 Marketing Public Relations.....	29
2.6.1 Pengertian Marketing Public Relations.....	29
2.7 Strategi Marketing Public Relations.....	33
2.8 Loyalitas Pendengar .....	38
2.9 Teori Integrasi Informasi dan Perubahan Sikap .....	41
2.10 Hipotesa Penelitian.....	46

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Paradigma .....	48
3.2. Tipe Penelitian.....	49
3.3. Metode Penelitian .....	50
3.4. Populasi dan Sampel.....	51
3.4.1. Populasi .....	51
3.4.2. Sampel .....	52
3.4.3. Teknik Penarikan Sampling.....	53



3.5. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	54
3.5.1. Definisi Konsep .....	54
3.5.2. Operasionalisasi Konsep.....	59
3.6. Validitas & Reabilitas .....	61
3.6.1. Uji Validitas .....	61
3.6.2. Uji Reabilitas .....	65
3.7. Teknik Pengumpulan Data .....	67
3.7.1. Data Primer .....	67
3.7.2. Data Sekunder .....	67
3.8 Teknik Analisa Data .....	68
3.8.1 Analisa Data .....	68
3.8.2 Uji Regresi.....	69
3.8.3 Uji Korelasi .....	70
3.8.4 Hipotesis .....	71

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	73
4.1.1 Profil Radio Prambors .....	73
4.1.2 Tujuan Radio Prambors .....	75
4.1.3 Visi dan Misi Radio Prambors .....	76
4.1.4 Logo dan Filosofi Logo .....	76
4.1.5 Target Audience Radio Prambors Jakarta .....	79
4.1.6 Struktur Organisasi Prambors .....	80

4.1.7 Sarana dan Fasilitas Radio Pramabors .....	81
4.1.8 Program – program yang disiarkan .....	81
4.2 Hasil Penelitian .....	83
4.2.1 Data Responden .....	83
4.2.2 Strategi Marketing Public Relations Pramabors Radio Jakarta .....	86
4.2.3 Loyalitas Pendengar .....	101
4.3 Analisis Perhitungan .....	121
4.3.1 Uji Regresi Linear .....	121
4.3.2 Uji Korelasi .....	124
4.3.3 Uji Hipotesis .....	126
4.4 Pembahasan .....	127

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	141
5.2 Saran .....	146

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
3.1	Operasional Konsep .....	59
3.2	Skala Likert .....	61
3.3	Uji Validitas Variabel X .....	63
3.4	Uji Validitas Variabel Y .....	64
3.5	Tingkat Reliabilitas .....	65
3.6	Uji Reliabilitas Variabel X .....	66
3.7	Uji Reliabilitas Variabel Y .....	66
3.8	Interval Koefisien Korelasi .....	71
4.1	Kategori Jenis Kelamin .....	83
4.2	Kategori Usia .....	84
4.3	Kategori Prodi .....	85
4.4	Saya termotivasi untuk mengikuti konser bintang jatuh di prambors radio .....	86
4.5	Saya termotivasi untuk mendengarkan tanda dari kuis konser bintang jatuh di prambors radio.....	87
4.6	Saya termotivasi untuk mencari informasi konser bintang jatuh di prambors radio .....	88
4.7	Saya terdorong untuk mengikuti tanda dari kuis konser bintang jatuh di prambors radio.....	89

4.8	Saya terdorong untuk mendengarkan program dari kuis konser bintang jatuh di prambors radio.....	90
4.9	Saya tertarik untuk mengikuti konser bintang jatuh di prambors radio .....	91
4.10	Saya tertarik untuk mengikuti tanda dari kuis konser bintang jatuh di prambors radio .....	92
4.11	Saya tertarik untuk mendengarkan setiap program dari kuis konser bintang jatuh di prambors radio .....	93
4.12	Saya tertarik untuk mendengarkan tanda dari kuis konser bintang jatuh di prambors radio .....	94
4.13	Saya tertarik untuk mencari informasi konser bintang jatuh di prambors radio .....	95
4.14	Saya terpengaruh untuk mengikuti konser bintang jatuh di prambors radio .....	96
4.15	Saya terpengaruh untuk mencari informasi konser bintang jatuh di prambors radio .....	97
4.16	Saya terpengaruh mendengarkan tanda dari kuis konser bintang jatuh di prambors radio .....	98
4.17	Saya terpengaruh untuk mengikuti tanda dari kuis konser bintang jatuh di prambors radio .....	99
4.18	Saya terpengaruh mendengarkan setiap program dari kuis konser bintang jatuh di prambors radio .....	100
4.19	Saya memperoleh kepuasan informasi tentang konser bintang jatuh	

di sosial media prambors radio .....	101
4.20 Saya Memperoleh kepuasan tentang informasi jalan-jalan gratis luar negeri di prambors radio .....	102
4.21 Saya memperoleh kepuasan informasi tentang nonton konser gratis luar negeri di prambors radio .....	103
4.22 Saya memperoleh kepuasan informasi tentang konser bintang jatuh di setiap program prambors radio .....	104
4.23 Saya memperoleh kepuasan informasi tentang konser bintang jatuh di setiap kuis prambors radio .....	105
4.24 Saya merasa senang mencari informasi konser bintang jatuh di prambors radio .....	106
4.25 Saya setia mendengarkan informasi konser bintang jatuh di prambors Radio .....	107
4.26 Saya setia mengikuti konser bintang jatuh di prambors radio .....	108
4.27 Saya setia mendengarkan setiap program kuis konser bintang jatuh di prambors radio .....	109
4.28 Saya merasa memiliki kedekatan dengan penyiar prambors radio melalui event konser bintang jatuh .....	110
4.29 Saya percaya informasi konser bintang jatuh di prambors radio .....	111
4.30 Saya percaya mengikuti kuis konser bintang jatuh di prambors radio .....	112
4.31 Saya percaya mendengarkan tanda dari kuis konser bintang jatuh di prambors radio .....	113
4.32 Saya percaya mendengarkan setiap program kuis konser bintang jatuh	

di prambors radio .....	114
4.33 Saya percaya hadiah (tiket konser dan jalan-jalan gratis) konser bintang jatuh di prambors radio .....	115
4.34 Jumlah Perhitungan Variabel X .....	116
4.35 Jumlah Perhitungan Variabel Y .....	118
4.36 Akumulasi Variabel X .....	120
4.37 Akumulasi Variabel Y .....	120
4.38 Koefisien Determinasi .....	122
4.39 Uji F .....	123
4.40 Uji T .....	123
4.41 Uji Korelasi .....	125



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Survei website urutan pendengar radio di media sosial .....	8
2.1	Segitiga Emas Strategic Marketing Public Relations .....	36
2.2	Skema Hipotesis Penelitian .....	47
4.1	Logo Prambors Radio .....	76
4.2	Struktur Organisasi Prambors Radio .....	80
4.3	Schedule Onair .....	82

