



**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO TRAX FM SEMARANG
GUNA MENARIK PENDENGAR SESUAI SEGMENTASI**

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Puspa Meilan Atrujah

14030114060106

**PROGRAM STUDI DIII-HUBUNGAN MASYARAKAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama : Puspa Meilan Atrujah
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030114060106
3. Jurusan/PS : DIII Hubungan Masyarakat
4. Alamat Rumah : Jl. Kolonel Kardjono No. 96 RT 04/04, Kp. Stasiun, Wonosobo, Jawa Tengah. 56311

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Tugas Akhir) yang saya tulis berjudul:

Strategi Komunikasi Radio Trax FM Semarang

Guna Menarik Pendengar Sesuai Segmentasi

Adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Tugas Akhir atau Karya Ilmiah orang lain atau jiplakan karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 05 September 2017

Pembuat Pernyataan,

Puspa Meilan Atrujah

NIM. 14030114060106

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Radio Trax FM Semarang Guna
Menarik Pendengar Sesuai Segmentasi
Nama Penyusun : Puspa Meilan Atrujah
NIM : 14030114060106
Program Studi : DIII- Hubungan Masyarakat
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan
Diploma III.**

Semarang, 5 September 2017

Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Sunarto, M. Si
NIP. 19660727.199203.1.001

Dr. Hedi Pudjo Santosa, M. Si
NIP.19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing :

1. Dra. Sri Widowati Herieningsih, MS (.....)

Dosen Penguji :

2. Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom (.....)

ABSTRAKSI

NAMA : Puspa Meilan Atrujah
NIM : 14030114060106
JUDUL : Strategi Komunikasi Radio Trax FM Semarang Guna Menarik Pendengar Sesuai Segmentasi

Trax FM Semarang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang media radio serta *Event Organizer (EO)* dengan melayani *event* dari beberapa kliennya. Karena memiliki segmentasi anak muda, maka Trax FM Semarang giat menerapkan strategi komunikasi guna menarik pendengar sesuai segmentasinya agar dapat melaksanakan kegiatan pemasaran, baik internal maupun eksternal. Penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Radio Trax FM Semarang Guna Menarik Pendengar Sesuai Segmentasi” memiliki rumusan masalah berupa bagaimana strategi komunikasi radio trax fm semarang guna menarik pendengar sesuai segmentasinya dengan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian yaitu Manajer Operasi (*Operations Manager*), Koordinator Program (*Program Coordinator*), penyiar serta pendengar dari Trax FM Semarang.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diketahui bahwa Trax FM Semarang telah menerapkan strategi komunikasi sesuai dengan tahapan teori yang ada, antara lain strategi pemilihan komunikator, yaitu strategi dimana Trax FM Semarang memiliki kriteria dalam pemilihan penyiarinya serta memiliki banyak tahapan dalam proses seleksi melalui *Trax Hunt* (ajang pemilihan penyiar oleh Trax FM), strategi penyusunan dan penyajian pesan yang merupakan strategi oleh Trax FM Semarang dalam menyajikan naskahnya dimana semua materi yang ada diubah menjadi bahasa umum dengan tujuan memudahkan anak muda untuk menerima pesan tersebut, strategi pemilihan dan perencanaan media yaitu aktif melakukan strategi komunikasi melalui beberapa media lain seperti pemasangan iklan di koran dan beberapa sosial media resmi maupun *website* dari Trax FM Semarang, menggelar beberapa *event* dan melakukan kerjasama dengan pihak lain yang masih berhubungan dengan anak muda, serta strategi pemilihan dan pengenalan khalayak dimana Sebelum Trax FM melakukan atau melancarkan komunikasi, maka Trax FM Semarang perlu mempelajari siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi atau target audien guna melakukan kegiatan yang sesuai.

Kata Kunci : Segmentasi, Strategi Komunikasi, Trax FM Semarang.

ABSTRACT

NAMA : Puspa Meilan Atrujah
NIM : 14030114060106
JUDUL : Communication Strategies of Trax FM Semarang Radio in order to draw the Appropriate Listener Segmentation

Trax FM Semarang is a company engaged in the field of media radio and Event Organizer (EO) and serve the event of some clients, cause it has a young people segmentation. Trax FM Semarang actively implement a communication strategy to attract listeners accordance in its segmentation in order to carry out marketing activities, both internal and external. The study entitled “Communication Strategies of Trax FM Semarang Radio in order to draw the Appropriate Listener Segmentation” have a formulation of the problem on how communication strategies of radio Trax FM Semarang in order to attract listeners accordance in its segmentation with type a descriptive qualitative research. The subject of research are Operations Manager, Program Coordinator, broadcaster and listeners of Trax FM Semarang.

From the results of research that has been done, then it is known that Trax FM Semarang has implemented a communication strategy in accordance with existing theory of stages, among other electoral strategy such as strategy whereby communiators, Trax FM Semarang have criteria in the selection of broadcaster and has many stages in the selection process through the Trax Hunt (electoral event looking for a new broadcaster), strategy formulation and presentation of messages is a strategy by Trax FM Semarang in presenting the manuscript where all the existing material is converted into a common language with the aim of make it easy for young people to receive the message, strategy selection and planning media namely active communication strategy through some other media such as advertising in the newspaper and some of the social media or official website of Trax FM Semarang, rolling out some events and cooperation with others who are still in touch with young people, as well as the selection and introduction of strategies where audiences before Trax FM do or launch a communication of Trax FM Semarang, so it is necessary for Trax FM Semarang learn of who will be the target audience in order to perform the appropriate activities.

Keywords : Segmentation, Communication Strategy, Trax FM Semarang

KATA PENGANTAR

Penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Radio Trax FM Semarang Guna Menarik Pendengar Sesuai Segmentasi” merupakan persyaratan guna menyelesaikan pendidikan Diploma III Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Karena pendengar merupakan unsur penting dari berdirinya sebuah perusahaan radio, maka hal itu dijadikan pertimbangan awal dalam penyusunan penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi radio trax fm semarang guna menarik pendengar sesuai segmentasi. Dalam tugas akhir ini akan dibahas mengenai bagaimana Trax FM Semarang menerapkan strategi komunikasi seperti strategi pemilihan komunikator, strategi penyusunan dan penyajian pesan, strategi pemilihan dan perencanaan media, serta strategi pemilihan dan pengenalan khalayak.

Metode penelitian Tugas Akhir ini menggunakan tipe penelitian kualitatif yang terdiri atas lima bab yakni pendahuluan, gambaran umum perusahaan, hasil temuan, pembahasan dan juga penutup.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat. Penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan.

Penulis,

Puspa Meilan Atrujah

Motto :

“Hidup Adalah Tentang Bagaimana Memaknai Waktu”

**IT'S NOT ABOUT WHAT YOU HAVE GOTTEN,
IT'S ABOUT HOW YOU GOT THEM.**

PERSEMBAHAN

*Untuk Ibu tercinta, Ibu Siti Amin Syafa'atun dan Bapak yang paling aku
rindukan, Bapak Alm. Muntaha BS.*

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga tugas akhir yang berjudul “Strategi Komunikasi Radio Trax FM Semarang Guna Menarik Pendengar Sesuai Segmentasi” ini bisa terselesaikan dengan baik. Tentu saja dalam menyelesaikannya, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan YME, yang telah memberikan rahmat dan kasih sayangNya selama proses penulisan Tugas Akhir ini
2. Dr. Sunarto selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang
3. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si selaku ketua Program Studi DIII Hubungan Masyarakat
4. Dra. Sri Widowati Herieningsih, MS selaku dosen pembimbing tugas akhir, dimana selalu membimbing dan membantu saya dengan baik dari awal hingga akhir bimbingan. Kebaikan dan kesabaran Ibu tak akan saya lupakan.
5. Muhamad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen wali yang senantiasa selalu berkenan membimbing dan membantu dengan baik dari awal hingga akhir bimbingan.

6. Pak Aam, Mas Fajar, Mas Tegar, terimakasih karena telah dengan sangat baik menjadi narasumber dan membantu kelancaran dalam Tugas Akhir ini.
7. Seluruh *troopers* Trax FM Semarang yang telah membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini dengan bimbingan dan dorongan semangatnya.
8. Bapak, meskipun engkau pergi terlebih dahulu sebelum tugas ini terselesaikan, terimakasih, karena semangatmu adalah motivasi terbesarku!
9. Ibu, terimakasih telah menjadi wanita super yang tiada henti memberikan dukungan dalam bentuk apapun.
10. Mbak Venty, Mas Vendi, Mas Ashim, Mbak Dewi, beserta keluarga kalian, terimakasih karena selalu memberikan petuah agar aku tidak menyerah.
11. Restu Kusuma Wijaya, terimakasih atas segala support dan bantuanmu. Terimakasih karena tidak pernah berhenti mengajarkanku menebarkan energi positif.
12. Fitri, Fikka, Berli, Ecel, Tsany, Jojo, Bella, Nisrina teman kuliah yang selalu memberikan motivasi dan dukungan, I can't imagine how my college life without you girls!
13. Ellis, Ilona, Reza, Makasih karena selalu menjadi baik.

14. HMPS Humas atas pengalamannya, khususnya Akademisi, terimakasih banyak. Sukses untuk kalian!
15. Perhumas Muda Semarang, terimakasih pengalaman luar biasanya. See you on top!
16. Mas & Mbak Duta Wisata Wonosobo 2017, terimakasih my new family! Terimakasih telah mengubah kepanikan menjadi hal menyenangkan.
17. Keluarga Penerangan Kodam IV Diponegoro, Suara Diponegoro dan Diponegoro Channel, terimakasih telah menerima saya dan terus memberikan dukungan.
18. Teman-teman seperjuangan Public Relations 2014 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Tetap semangat dan berjuang mewujudkan cita-cita.
19. Semua pihak yang telah mendoakan, dan membantu penulis pada pelaksanaan dan pengerjaan hingga tugas akhir ini selesai, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu per satu.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKS.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	vii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	5
1.3.Tujuan Penelitian	6
1.4.Kegunaan penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Akademik	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5. Kerangka Konsep.....	7
1.6. Definisi Konseptal dan Operasional	15
1.6.1 Definisi Konseptual.....	15
1.6.2 Definisi Operasional	17
1.7. Metode Penelitian	19
1.7.1 Tipe Penelitian	19
1.7.2 Subyek Penelitian.....	19
1.7.3 Jenis dan Sumber Data.....	20

1.7.4 Alat dan Pengumpulan Data	21
1.7.5 Analisis Data	21

BAB II STRATEGI KOMUNIKASI RADIO TRAX FM SEMARANG GUNA MENARIK PENDENGAR SESUAI SEGMENTASI.....24

2.1. Strategi Komunikasi Trax FM Semarang.....	24
2.1.1 Strategi pemilihan komunikator	25
2.1.2 Strategi penyusunan dan penyajian pesan	25
2.1.3 Strategi pemilihan dan perencanaan media	26
2.1.4 Strategi pemilihan dan pengenalan khalayak	26

BAB III TEMUAN PENELITIAN 27

3.1. Strategi Komunikasi Trax FM Semarang.....	28
3.1.1. Pemilihan Komunikator	29
3.1.1.1 Usaha yang Dilakukan	29
3.1.1.2 Evaluasi Komunikator (penyiar).....	33
3.1.2 Strategi Penyusunan dan Penyajian Pesan	34
3.1.2.1 Pra Produksi	36
3.1.2.2 Produksi Pesan	37
3.1.3 Strategi Pemilihan dan Perencanaan Media.....	38
3.1.3.1 Penggelaran <i>event</i>	39
3.1.3.2 Perencanaan Program	43
3.1.3.3 Strategi Media Sosial dan Website.....	44
3.1.3.4 Kerjasama dengan Pihak Lain	47
3.1.4 Strategi Pemilihan dan Pengenalan Khalayak	49
3.1.5 Strategi Penyusunan dan Penyampaian Pesan oleh Penyiar	51
3.1.5.1 Evaluasi Setelah Siaran.....	53

3.1.5 Trax FM Semarang bagi Pendengar.....	53
BAB IV PEMBAHASAN	57
4.1. Strategi Pemilihan Komunikator.....	59
4.2. Strategi Penyusunan dan Penyajian Pesan	60
4.3. Strategi Pemilihan dan Perencanaan Media	61
4.4. Strategi Pemilihan dan Pengenalan Khalayak.....	62
4.4.1 Segmentasi Demografis.....	62
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	