KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu

Bismillahirrahmaanirrahim, segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat serta hidayahnya. Sholawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : Analisis Kegiatan *Marketing Public Relations* dalam rangka membangun *Brand Awareness* (Studi Kasus pada Radio Sonora Semarang di PT. Radio Menawan Ceria Indonesia)**.** Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana di Faklultas Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Atas bantuan berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan bimbingan dan nasehat dalam penulisan skripsi ini, perkenankanlah saya mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Orang Tua tercinta, Alm. Bapak Sutrisno dan Ibu Tri Mujiasih yang telah membantu. Terimakasih atas do'a restu, kasih sayang, dukungan, semangat, yang diberikan tiada henti, dan berhasil mendidik anak-anaknya dengan sangat baik.

2. Terimakasih kepada Kakak-kakak, Astri Aquarista dan Novita Febriana yang selalu menjengkelkan, sukanya memanfaatkan umur yang lebih tua, dan juga suka membuat gaduh dengan suaranya yang keras, dibalik itu semua mereka selalu meneror penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.

3. Terimakasih kepada Ibu Made Adnjani S. Sos, M.Si, M.Ikom selaku pembimbing I skripsi yang telah membimbing penulis, menasehati, dan memberikan motivasi.

4. Terimakasih Ibu Dian Marhaeni S. Sos, M. Si selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan waktunya kepada penulis selama proses penyususnan skripsi.

5. Ibu Trimanah, Ibu Endang, Ibu Made, Ibu Dian, Bapak Mubarok, Bapak Haryoso, dan Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas seluruh ilmu yang sudah diberikan kepada saya.

6. Terimakasih kepada staf administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi Ibu Rimbar, Ibu Parwati, Mas Aldino, Mas Inul, Ibu Umi, dan Pak Agus, Terimakasih atas kesabaran dan pelayanan terbaik dalam mengatur administrasi, nilai kuliah, berkas-berkas kuliah dan buku-buku yang penulis butuhkan.

7. Terimakasih buat temen-temen Fikom 2011 yang setia menemani dan dukungannya yang tak pernah henti-hentinya. Abson, Suryono, Anarida, Hafid, Izul, Iqbal, Rina, Ino, Tri, Asdin.

8. Terimakasih kepada Angkatan 2013 khususnya kepada Andre Ferarri dan teman SD Rizki Wahyu Nugroho yang telah menyemangati dan meminjami laptop di kala penulis membutuhkan bantuan untuk tetap fokus

terhadap skripsi. Untuk Angkatan 2012, 2013,2014, 2015 yang tercinta yang telah memberikan cerita dalam suka, maupun duka.

9. Terima kasih khusus untuk Ibu Endang karena memotivasi penulis untuk tetap menyelesaikan skripsi.

10. Terimakasih Untuk Ditha Paramitha mahasiswa Unpas yang selalu memarahi penulis ketika penulis sedang tidak bersemangat untuk menulis.

11. Terimakasih untuk klub sepakbola Liverpool FC dan seluruh pemainya, berkat motivasinya "YNWA" you'll never walk alone, penulis selalu bersemangat untuk menyelesaikan skripsinya.

12. Terimakasih kepada semua pihak yang memberikan bantuannya dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Saya pribadi menyadari akan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat saya harapkan agar kelak dikemudian hari dapat menghasilkan karya yang lebih baik.

Akhir kata saya berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Amin *yarabbala'lamin.*

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu.

Semarang, 26 September 2016

Penulis

Mohammad Arief Setiawan
102110090

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ii
PENGESAHAN iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
ABSTRAK vi
ABSTRACT vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvi
LAMPIRAN xvii
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 11
1.3 Tujuan Penelitian..... 11
1.4 Signifikansi Penelitian..... 11
1.4.1 Signifikansi Akademik 11
1.4.2 Signifikansi Praktis..... 11
1.5 Kerangka Teoritis 12
1.5.1 Paradigma Penelitian 12
1.5.2 State Of The Art 14
1.5.3 Teori Philip Kotler..... 19
1.5.4 Pengertian Marketing Public Relation..... 20
1.5.5 Model Keterkaitan antara Marketing dan Public Relation..... 23
1.5.6 Strategi MPR 24
1.5.7 Keuntungan MPR 25
1.5.8 Peranan MPR..... 26
1.5.9 Proses Kegiatan MPR..... 27
1.6 Operasional Konsep 46

1.6.1 Marketing Public Relations 47
1.6.2 Brand Awareness 47
1.7 Metode Penelitian 48
1.7.1 Tipe Penelitian 48
1.7.2 Situs Penelitian 48
1.7.3 Subyek Penelitian 48
1.7.4 Jenis Data 49
1.7.5 Sumber Data 49
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data 50
1.7.7 Analisis dan Interpretasi Data 51
1.7.8 Kualitas Data 52
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN 54
2.1 Sejarah Kelompok Kompas Gramedia 57
2.1.1 Sejarah Radio Sonora 57
2.1.1.1 Sejarah Berdirinya Radio Sonora 57
2.1.1.2 Jaringan Radio Sonora 60
2.1.2 Gambaran Profil Radio Sonora 61
2.1.2.1 Profil Radio Sonora 61
2.1.2.2 Format siaran on air 62
2.1.2.3 Format siaran off air 62
2.1.3 Kerja sama sponsor 63
2.1.3.1 Time Signal 63
2.1.3.2 Layanan Masyarakat 63
2.1.4 Tujuan dan visi misi Radio Sonora 63
2.1.4.1 Tujuan Radio Sonora 63
2.1.4.2 Visi dan Misi Radio Sonora 63
2.2 Profil Radio Sonora Semarang 64
2.2.1 Tujuan Radio Sonora Semarang 65
2.2.2 Visi dan Misi Radio Sonora Semarang 65
2.2.3 Konten dan Program acara Radio Sonora Semarang 66

2.2.3.1 Pilar Utama Radio Sonora Semarang..... 66
2.2.3.2 Pilar Penunjang Radio Sonora Semarang .. 68
2.2.3.3 Program acara Radio Sonora Semarang..... 69
2.2.3.4 Sumber Materi Radio Sonora Semarang.... 70
2.2.4 Oprasionalisasi Radio Sonora Semarang 71
2.2.4.1 Struktur Organisasi Radio Sonora Semarang..... 71
2.2.4.2 Pendanaan 72
2.2.4.3 Peralatan Radio Sonora Semarang..... 72
2.2.5 Strategi Marketing Radio Sonora Semarang..... 74
2.2.5.1 Strategi Radio Sonora Semarang dalam memperoleh simpati pendengar..... 74
2.2.5.2 Strategi Komunikasi..... 74
2.2.5.3 Strategi Penyiaran Radio Sonora Semarang..... 77
2.2.5.4 Strategi Pemasaran..... 79
BAB III TEMUAN PENELITIAN..... 82
3.1 Profil Informan Penelitian..... 82
3.1.1 Informan 1..... 82
3.1.2 Informan 2..... 82
3.1.3 Informan 3..... 83
3.1.4 Pengetahuan tentang MPR 83
3.2 Proses kegiatan Marketing Public Relations 85
3.3 Sasaran Kegiatan Marketing Public Relations 87
3.4 Respon Kegiatan Marketing Public Relations..... 89
3.5 Keputusan Khalayak dalam memilih 92
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 95
4.1 Kegiatan Marketin Public Relations pada Radio Sonora Semarang..... 96
4.2 Tingkat kesadaran konsumen 99
4.3 Faktor penyusunan Strategi produk..... 101

4.4 Keputusan pemilihan 105
BAB V PENUTUP 107
5.1 Kesimpulan 107
5.2 Saran 108
DAFTAR PUSTAKA 110

DAFTAR TABEL

1.1 Daftar Radio Daerah Kelompok Kompas Gramedia 1
2.1 Tabel Jaringan Radio Sonora 62
2.1 Tabel Program Acara Radio Sonora Semarang 69
2.2 Peralatan Studio Siaran Radio Sonora Semarang 73
2.3 Peralatan Studio Produksi Radio Sonora Semarang 73
2.4 Alat Pemancar Radio Sonora Semarang 73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Grafik jumlah pemasangan iklan dari tahun 2015 7
Gambar 1.2 : Grafik jumlah pendengar dari rata-rata umur..... 8
Gambar 1.3 : Gambar Piramida Brand Awareness 40
Gambar 1.3 : Gambar Diagram 3 level product menurut kotler 44
2.1 Logo Kompas Gramedia 55
2.1 Kantor Pusat Kompas Gramedia..... 56
2.1 Kelompok Kompas Gramedia..... 57
2.1 Logo Radio Sonora 59
2.2 Kantor Radio Sonora Semarang..... 65
2.2 Suasana Studio Radio Sonora Semarang 67
2.2 Acara Andalan Radio Sonora Semarang 68
2.2 Jumpa Pendengar Radio Sonora Semarang 69
2.2 Gambar Grafik Jumlah Pendengar 75
2.2 Gambar Grafik Jenis Pekerjaan 80
4.2 Gambar Brand Awareness 100
4.3 Gambar Tingkatan Produk Kotler 102

DAFTAR LAMPIRAN

1. Hasil Wawancara