

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga penyusunan Skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulisan skripsi yang berjudul “Studi Kasus Mengenai Penerapan Konsep Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning* Auto Radio 88,9FM Bandung Sebagai Radio Otomotif di Kota Bandung” ini dirasakan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun, agar lebih baik lagi pada kesempatan mendatang.

Dalam penyusunan penelitian ini tentunya masih banyak kekurangan dan kelemahan baik dalam penyajian materi, pembahasan maupun teknik penyajian dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki peneliti, oleh karena itu peneliti memohon maaf dan megharapkan kritik dan saran yang membangun.

Peneliti pun menyadari tanpa bantuan berbagai pihak, sulit kiranya untuk menyelesaikan penelitian ini. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya pada pihak-pihak yang telah membantu penelitian ini, yaitu:

1. Rektor Telkom University, Prof. Mochamad Ashari, M.Eng.,  
PhD

2. Dekan Telkom Economics and Business School, Dr. Husni Amani, Ir, M.M, M.Sc
3. Kaprodi Ilmu Komunikasi Institut Manajemen Telkom Bapak Refi Rifaldi Widyagiri, MBA.
4. Bapak Drs. Hadi Purnama, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, saran, kemudahan, dan motivasi dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibunda tercinta Nyonya Rosliana karena berkat semua kasih sayang dan motivasi yang diberikan penulis makin bersemangat untuk menyelesaikan kewajiban penulisan skripsi ini
6. Kakak-kakak tercinta, Apriyani, Desi, Masri Muhammad, Fran Haryanto serta seluruh keluarga tercinta di seluruh pelosok negeri yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
7. Nina Rachma Yuanita, yang telah banyak memberikan bantuan, waktu, semangat dan motivasi selama penulisan skripsi berlangsung.
8. Pihak *Auto Radio* 88,9 FM Bandung, khususnya Dimas Satrio, Ridwan Sigit dan Hakim Mustakim yang telah bersedia untuk membantu pembuatan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman kuliah seperjuangan di Institut Manajemen Telkom Bandung, Oki Maulana, Ariesta Ramadhan, Robi Eka, Guril Rismar, Harianto Asmar, Walgi Efriyan, Melvan Sagala, Febry Bastituta, Oka Patria Christie,

Luki Pahlevi, dan lain-lain yang sudah banyak membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.

10. Seluruh teman-teman di luar Telkom University Bandung, Laurensius Clemen, Dimas Chondro Kusumo, Lamanti Wiradaksina, M. Wiku Chandra, Eki, Dzikri dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas dukungannya kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
11. Bapak Imansyah Lubis sebagai Dosen Wali yang juga telah banyak mendukung dan membantu penulisan skripsi ini.
12. Bapak Syaiful Halim, Bapak Freddy Yusanto, Mas Romi, Kang Dadang serta segenap dosen dan staf civitas akademika Telkom University Bandung.
13. Pihak Sekretariat Ikom yang sudah banyak membantu, terutama dalam pengurusan berkas-berkasi untuk kepentingan skripsi penulis.
14. Serta seluruh pihak yang tidak mengurangi rasa hormat yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga Allah SWT melimpahkan balasan pahala kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan mendukung penulis. Terlepas dari kekurangan yang ada, semoga skripsi ini bermanfaat bagi perusahaan, penelitian selanjutnya dan perkembangan Ilmu Komunikasi.

Bandung, 1 Agustus 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

**LEMBAR JUDUL**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LEMBAR PERNYATAAN**

**ABSTRAK**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**..... i

**DAFTAR TABEL**..... v

**DAFTAR GAMBAR**..... vi

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Konteks Penelitian..... 1

1.2 Fokus Penelitian..... 8

1.3 Tujuan Penelitian..... 9

1.4 Manfaat Penelitian..... 9

1.4.1 Aspek Teoritis..... 9

1.4.2 Aspek Praktis..... 9

1.5 Tahapan Penelitian..... 10

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian..... 11

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu..... 12

2.2 Tinjauan Teori..... 23

2.2.1 Komunikasi Pemasaran..... 23

2.2.2 Konsep Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning*..... 24

2.2.2.1 Segmentasi..... 26

2.2.2.2 *Targeting*..... 30

2.2.2.3 *Positioning*..... 33

2.2.3 Komunikasi Massa.....	36
2.2.3.1 Pengertian .....	36
2.2.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa .....	37
2.2.3.3 Fungsi Komunikasi Massa .....	38
2.2.4 Media Massa .....	41
2.2.4.1 Pengertian.....	41
2.2.4.2 Karakteristik Media Massa .....	41
2.2.5 Radio Siaran .....	43
2.2.5.1 Karakteristik Radio Siaran.....	44
2.2.5.2 Kelebihan dan Kekurangan Radio Siaran .....	44
2.2.5.3 Audien Radio Siaran.....	46
2.2.5.4 Program Radio Siaran.....	49
2.2.5.5 Format Radio Siaran .....	51
2.3 Kerangka Pemikiran .....	55
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	56
3.2 Metode Penelitian.....	56
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	58
3.4 Definisi Konsep.....	59
3.5 Unit Analisis.....	61
3.6 Populasi dan Sampel .....	62
3.7 Pengumpulan Data .....	63
3.7.1 Sumber Data .....	63
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data .....	65
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	66

3.9 Teknik Analisis Data .....	69
<b>BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN</b>	
4.1 Karakteristik Narasumber .....	73
4.1.1 Narasumber Utama .....	73
4.1.2 Narasumber Pendukung .....	82
4.2 Hasil Penelitian .....	85
4.2.1 Segmentasi Dalam Konsep Pemasaran <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	86
4.2.1.1 Segmentasi Demografis <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	86
4.2.1.2 Segmentasi Geografis <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	90
4.2.1.3 Segmentasi Psikografis <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	92
4.2.2 <i>Targeting</i> Dalam Konsep Pemasaran <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	93
4.2.1.1 Pasar Sasaran Primer dan Sekunder <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	94
4.2.1.2 Pasar Sasaran Jangka Pendek dan Jangka Panjang <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	96
4.2.3 <i>Positioning</i> Dalam Konsep Pemasaran <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	98
4.2.3.1 Atribut fisik <i>Positioning Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	98
4.2.3.2 Atribut Non-fisik <i>Positioning Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	112

4.3 Pembahasan .....	126
4.3.1 Penerapan Tahapan Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	127
4.3.1.1 Penerapan Segmentasi dalam Konsep Pemasaran <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	130
4.3.1.2 Penerapan <i>Targeting</i> dalam Konsep Pemasaran <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	141
4.3.1.3 Penerapan <i>Positioning</i> dalam Konsep Pemasaran <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	147
4.3.2 Evaluasi dalam Penerapan Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> .....	164

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Simpulan .....	170
5.2 Saran .....	172

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tahapan Penelitian.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 2.2 Kelebihan dan Kekurangan Radio .....	45
Table 3.1 Definisi Konsep .....	59
Table 3.2 Unit Analisis .....	61
Tabel 4.1 Daftar narasumber .....	71
Tabel 4.2 Data demografis <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	87
Tabel 4.3 Area jangkauan frekuensi siaran <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung.....	91
Tabel 4.4 Program acara harian <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung . .....	115
Tabel 4.5 Program acara mingguan <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung.....	116
Tabel 4.6 Spesifikasi <i>insert</i> program siaran <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung.....	118
Tabel 4.7 Aktivitas regular <i>OB van (Auto Speed Mobile)</i> <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	124
Tabel 4.8 Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Umur Tahun 2011.....	132
Tabel 4.9 Jumlah Penduduk Jawa Barat tahun 2011 .....	138
Tabel 4.10 Visi dan misi <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	164

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik pertumbuhan Radio di Indonesia .....	3
Gambar 2.1	Proses komunikasimassa .....	21
Gambar 2.2	Rumus format stasiun.....	53
Gambar 2.3	KerangkaPemikiran.....	55
Gambar 4.1	<i>Program Director dan Music Director</i> <i>Auto Radio 88,9 FM Bandung, Yudi Risdianto</i> ..	74
Gambar 4.2	<i>Marketing Manager Auto Radio 88,9 FM</i> <i>Bandung, Muhammad Daniel</i> .....	75
Gambar 4.3	<i>Production Auto Radio 88,9 FM</i> <i>Bandung, Dendi Meirida</i> .....	76
Gambar 4.4	<i>Operator on air Auto Radio 88,9 FM</i> <i>Bandung, Dicky Safarinda</i> .....	77
Gambar 4.5	<i>Reporter dan chief OB van Auto Radio 88,9 FM</i> <i>Bandung, Hakim Mustakim</i> .....	79
Gambar4.6	<i>OB van driver dan operator off air Auto Radio</i> <i>88,9 FM Bandung, AsepMulyana</i> .....	80
Gambar4.7	<i>Penyiar di Auto Radio 88,9 FM</i> <i>Bandung, RidwanSigit</i> .....	81
Gambar4.8	<i>Pengamat Penyiaran, Komisioner di KPID</i> <i>Jawa Barat, HarisSumadiria</i> .....	82
Gambar 4.9	<i>Pengamat Penyiaran Arie Ardianto (DJ Arie)</i> .....	84
Gambar 4.10	<i>Pendengar serta anggota komunitas otomotif ,</i> <i>Gagah Gumbira</i> .....	85
Gambar4.11	<i>Gedung Auto Radio 88,9 FM Bandung</i> .....	99
Gambar 4.12	<i>Ruang tamu Auto Radio 88,9 FM Bandung</i> .....	100
Gambar4.13	<i>Ruang studio Auto Radio 88,9 FM Bandung</i> .....	101

Gambar4.14 Ruang kelola siaran dan produksi iklan siaran <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung.....	102
Gambar4.15 Ruang kantor manajemen <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung.....	102
Gambar 4.16 <i>Outdoor Broadcast van (OB van) Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	103
Gambar4.17 <i>Web resmiAuto Radio</i> 88,9 FM Bandung.....	104
Gambar4.18 Aplikasi <i>live streaming</i> radio untuk <i>Blackberry</i> Dan <i>Android Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung.....	105
Gambar4.19 <i>Twitter Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung.....	106
Gambar4.20 Jumlah <i>follower Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	107
Gambar4.21 Seragam <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung.....	109
Gambar4.22 <i>Name tagcrew Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	110
Gambar4.23 Logo <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	111
Gambar 4.24 Penyiari-penyiar di <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung .....	120
Gambar4.25 Tarif iklan di <i>Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung.....	122
Gambar 4.26 <i>Event off air Auto Radio</i> 88,9 FM Bandung.....	126