

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT PEMASANG
IKLAN DI RADIO**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



**FARIZKY GUSNAWAN SIMOHARTONO
14 06 07790**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul
**“STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT PEMASANG
IKLAN DI RADIO”**

Yang disusun oleh
Farizky Gusnawan Simohartono
14 06 07790

Telah dinyatakan memenuhi persyaratan pada tanggal 26 juli 2019

Dosen Pembimbing 1,



Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D.Eng.

Tim Penguji

Penguji 1,



Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D.Eng.

Penguji 2



The Jin Ai, M.T., D.Eng.

Penguji 3



Kristanto Agung Nugroho, S.T., M.Sc.

Yogyakarta, 26 juli 2019

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dekan,



Dr. A: Teguh Siswantoro, M.Sc

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Daftar Isi	iii
	Daftar Tabel	v
	Daftar Gambar	vi
	Pernyataan Originalitas	viii
	Kata Pengantar	ix
	Intisari	xi
1	PENDAHULUAN	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Perumusan Masalah	2
	1.3. Tujuan Penelitian	3
	1.4. Batasan Masalah	3
2	TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	4
	2.1. Tinjauan Pustaka	4
	2.2. Dasar Teori	6
3	METODOLOGI	13
	1. Peninjauan Lapangan	13
	2. Identifikasi Masalah	13
	3. Studi Pustaka	13
	4. Brainstorming	14
	5. Skala Pengukuran	14
	6. Populasi dan Sampel	14
	7. Perancangan dan Penyebaran Kuesioner Segmentasi	15
	8. Analisis Hasil Kuesioner Segmentasi	15
	9. Uji Validitas & Reliabilitas Kuesioner	15
	10. Analisis Hasil Tabulasi Silang	15
	11. Kesimpulan	15
	12. Diagram Alir Penelitian	16

4	OBYEK DAN DATA	18
	4.1. Profil Usaha Radio X	18
	4.2. Proses Wawancara dan Brainstorming	21
	4.3. Perancangan Kuesioner	22
	4.4. Penyebaran Kuesioner	25
	4.5. Profil Responden	26
5	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
	5.1. Analisis Hasil Kuesioner	30
	5.2. Uji Instrumen Penelitian	45
	5.3. Analisis Tabulasi Silang	47
	5.4. Hasil Akhir Penelitian	63
6	KESIMPULAN DAN SARAN	66
	6.1. Kesimpulan	66
	6.2. Saran	67
	DAFTAR PUSTAKA	68
	LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Wawancara & Brainstorming	20
Tabel 4.2. Instrumen Kuesioner Demografis	20
Tabel 4.3. Instrumen Kuesioner Geografis	20
Tabel 4.4. Instrumen Kuesioner Psikografis	20
Tabel 5.1. Pertanyaan Geografis A1	30
Tabel 5.2. Pertanyaan Geografis A2	31
Tabel 5.3. Pertanyaan Geografis A3	31
Tabel 5.4. Pertanyaan Demografis B1	32
Tabel 5.5. Pertanyaan Demografis B2	32
Tabel 5.6. Pertanyaan Demografis B3	33
Tabel 5.7. Pertanyaan Demografis B4	33
Tabel 5.8. Pertanyaan Demografis B5	34
Tabel 5.9. Pertanyaan Psikografis C1	34
Tabel 5.10. Pertanyaan Psikografis C2	35
Tabel 5.11. Pertanyaan Psikografis C3	35
Tabel 5.12. Pertanyaan Psikografis C4	36
Tabel 5.13. Pertanyaan Psikografis C5	36
Tabel 5.14. Pertanyaan Psikografis C6	37
Tabel 5.15. Pertanyaan Psikografis C7	37
Tabel 5.16. Pertanyaan Psikografis C8	38
Tabel 5.17. Pertanyaan Psikografis C9	38
Tabel 5.18. Pertanyaan Psikografis C10	39
Tabel 5.19. Pertanyaan Psikografis C11	39
Tabel 5.20. Pertanyaan Psikografis C12	40
Tabel 5.21. Pertanyaan Psikografis C13	40
Tabel 5.22. Pertanyaan Psikografis C14	41
Tabel 5.23. Pertanyaan Psikografis C15	41
Tabel 5.24. Analisis Jawaban Responden Terkait Geografis	42
Tabel 5.25. Analisis Jawaban Responden Terkait Demografis	43
Tabel 5.26. Analisis Jawaban Responden Terkait Psikografis	44
Tabel 5.27. Uji Validitas	45
Tabel 5.28. Uji Reliabilitas	47
Tabel 5.29. Data Hasil Penentuan Potensial Klien Oleh Marketing	47

Tabel 5.30. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Suka Menginap di Hotel	48
Tabel 5.31. <i>Chi-Square</i> Jenis Kelamin dan Suka Menginap di Hotel	49
Tabel 5.32. Tabulasi Silang Usia dan Suka Menginap di Hotel	49
Tabel 5.33. <i>Chi-Square</i> Usia dan Suka Menginap di Hotel	50
Tabel 5.34. Tabulasi Silang Pengeluaran dan Suka Menginap di Hotel	50
Tabel 5.35. <i>Chi-Square</i> Pengeluaran dan Menginap di Hotel	51
Tabel 5.36. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Suka Berbelanja Kebutuhan	51
Tabel 5.37. <i>Chi-Square</i> Silang Jenis Kelamin dan Suka Berbelanja Kebutuhan	52
Tabel 5.38. Tabulasi Silang Usia dan Suka Berbelanja Kebutuhan	52
Tabel 5.39. <i>Chi-Square</i> Usia dan Suka Berbelanja Kebutuhan	53
Tabel 5.40. Tabulasi Silang Pengeluaran dan Suka Berbelanja Kebutuhan	54
Tabel 5.41. <i>Chi-Square</i> Pengeluaran dan Suka Berbelanja Kebutuhan	54
Tabel 5.42. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Suka Makan di Restoran	55
Tabel 5.43. <i>Chi-Square</i> Jenis Kelamin dan Suka Makan di Restoran	55
Tabel 5.44. Tabulasi Silang Usia dan Suka Makan di Restoran	56
Tabel 5.45. <i>Chi-Square</i> Usia dan Suka Makan di Restoran	57
Tabel 5.46. Tabulasi Silang Pengeluaran dan Suka Makan di Restoran	57
Tabel 5.47. <i>Chi-Square</i> Pengeluaran dan Suka Makan di Restoran	58
Tabel 5.48. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Tertarik Tekhnologi Baru	58
Tabel 5.49. <i>Chi-Square</i> Jenis Kelamin dan Tertarik Tekhnologi Baru	59
Tabel 5.50. Tabulasi Silang Usia dan Tertarik Tekhnologi Baru	59
Tabel 5.51. <i>Chi-Square</i> Usia dan Tertarik Tekhnologi Baru	60
Tabel 5.52. Tabulasi Silang Pengeluaran dan Tertarik Tekhnologi Baru	61
Tabel 5.53. <i>Chi-Square</i> Pengeluaran dan Tertarik Tekhnologi Baru	61
Tabel 5.54. Ringkasan Hasil <i>Chi-Square</i> Tabulasi Silang	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Diagram Alir penelitian	16
Gambar 3.2. Diagram Alir Brainstorming	17
Gambar 3.3. Diagram Alir Segmentasi	17
Gambar 4.1. Lokasi PT Radio X	18
Gambar 4.2. Grafik Persebaran Omset Januari-Juni 2019	19
Gambar 4.3. Struktur Organisasi PT Radio X	20
Gambar 4.4. Data Media PT Radio X	20
Gambar 4.5. <i>Pie-Chart</i> Jenis Kelamin	26
Gambar 4.6. <i>Pie-Chart</i> Usia Responden	27
Gambar 4.7. <i>Pie-Chart</i> Pekerjaan Responden	27
Gambar 4.8. <i>Pie-Chart</i> Pengeluaran Responden	28
Gambar 4.9. <i>Pie-Chart</i> Musik Format Favorit Responden	29

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Farizky Gusnawan Simohartono

NPM : 14 06 07790

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Pemasang Iklan di Radio” merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2018/2019 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 30 Juli 2019

Yang bertanda tangan,



Farizky G. Simohartono

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat yang diberikan oleh-Nya sehingga penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Pemasang iklan di Radio” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulisan Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat menjadi Sarjana Teknik Industri.

Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari berbagai dukungan dari segala pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. A. Teguh Siswantoro, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D.Eng. , selaku Ketua Program Studi Teknik Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta serta selaku dosen pembimbing yang selalu mengarahkan dan memberi motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
3. *All Crew* PT Radio X yang telah bersedia sebagai objek penelitian dan selalu memberikan masukan sesuai dengan kebutuhan perusahaan tanpa ada yang di tutup-tutupi serta terkhusus untuk Rury, Mas Zen, Bu Nuri, Bu ike, Mas oland yang selalu menjadi teman untuk melakukan *brainstorming* tentang Tugas Akhir saya.
4. Kepada keluarga saya tercinta yang selalu memberikan doa dan harapan kepada saya terkhusus kakak saya Koh Fafa yang bersedia membimbing sampai Tugas Akhir saya selesai.
5. Putri Gupita yang selalu mengingatkan saya bahwa Tugas Akhir barulah tahap awal perjalanan hidup saya.
6. Teman teman seperjuangan yang mendampingi saya selama proses perkuliahan di UAJY.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat diharapkan oleh peneliti.

Akhir kata, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat untuk seluruh pihak.

Yogyakarta, 30 Juli 2019

Farizky G. Simohartono

INTISARI

Radio X merupakan salah satu usaha radio penyiaran yang telah berdiri sejak 46 tahun lalu hingga kini. Permasalahan yang ada pada radio X adalah tim marketing belum memiliki *tools* untuk menjual program unggulan yaitu program A dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik pendengar secara real program siaran A dan mendapatkan usulan potensial konsumen yang sesuai sehingga didapatkan pemasaran yang tepat sasaran dengan harapan dapat menjadi bahan presentasi tim marketing dan membantu memenuhi target omset yang sudah ditetapkan oleh manajemen radio. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar pada 100 responden yang selama 3 bulan pernah melakukan atensi pada program siaran A. Selain melakukan pemetaan karakteristik pendengar, analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang selanjutnya dilakukan analisis tabulasi silang untuk mengetahui hubungan antara karakteristik responden dan minat terhadap klien. Berdasarkan hasil analisis seluruh jawaban terkait dengan geografis dan demografis jawaban responden lebih didominasi oleh jawaban positif, lain halnya dengan jawaban psikografis dimana terdapat jawaban negatif pada persepsi responden terhadap potensial klien terkait pengobatan alternatif. Analisis tabulasi silang pada 4 persepsi psikografis responden yang ditentukan oleh perusahaan terdapat hubungan signifikan dengan beberapa karakteristik responden diantaranya adalah suka menginap di hotel dengan pengeluaran setiap hari, suka berbelanja kebutuhan pribadi dengan jenis kelamin, suka bersama keluarga/rekan makan di restoran dengan pengeluaran setiap bulan, serta tertarik membeli teknologi terbaru dengan usia dan pengeluaran setiap bulan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Segmentasi Audiens