AKTIVITAS *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN MINAT PENDENGAR RADIO 99ERS 100FM BANDUNG

(Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Aktivitas *Marketing Public Relations* Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Radio 99ers 100fm Bandung)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:
Ibnu Setiawan
C1021511RB1052

PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP
BANDUNG
2019

LEMBAR PENGESAHAN

AKTIVITAS *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN MINAT PENDENGAR RADIO 99ERS 100FM BANDUNG

(Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Aktivitas *Marketing Public Relations* Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Radio 99ers 100fm Bandung)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:
Ibnu Setiawan
C1021511RB1052

Menyetujui,

PJS. Ketua Program Studi	Pembimbing
Sandra Irawaty, S.Sos. M.I.Kom.	Witri Cahyati S.Sos., M.Si.

Mengetahui,
Dekan

Drs. Tatang Sudrajat, S.IP., M.Si

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP BANDUNG

LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN

Nama Mahasiswa : Ibnu Setiawan

Nomor Induk Mahasiswa : C1021511RB1052

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Aktivitas *Marketing Public Relations* Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Radio 99ers 100FM Bandung (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Aktivitas *Marketing Public Relations* Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Radio 99ers 100fm Bandung)**

Telah disetujui oleh Pembimbing dan Penguji

Bandung, Agustus 2019

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Tatang Sudrajat, S.IP., M.Si	Ketua Sidang	
2	Witri Cahyati, S.Sos., M.Si	Pembimbing	
3	Sandra Irawaty, S.Sos., M.I.Kom	Penguji 1	
4	Adi Permana S, S.I.Kom., M.I.Kom	Penguji 2	

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul:

"Aktivitas *Marketing Public Relations* Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Radio 99ers 100FM Bandung"

adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi.

Bandung, 10 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,

Ibnu Setiawan

NPM : C1021511RB1052

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul *"Aktivitas Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Radio 99ers 100fm Bandung"* sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana S1 Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, Khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas kesempatan dan didikan yang diberikan selama ini.

Selain itu, tidak lupa peneliti ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah mendidik saya dan memberikan motivasi selama saya menempuh pendidikan dari mulai SD, SMP, SMA sampai dengan sekarang kuliah.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

1. Drs. Tatang Sudrajat, S.IP., M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
2. Witri Cahyati, S.Sos., M.Si, selaku wakil dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung dan dosen pembimbing yang telah berkontribusi besar meluangkan waktu, pikiran dan perhatian untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Nunung Sanusi, S.Sos., M.Si, Adi Permana Sidik, S.I.Kom., M.I.Kom dan Sandra Irawaty, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen penguji, baik penguji usulan/proposal penelitian maupun penguji skripsi.

4. Pupi Indriati Zaelani, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan arahan kepada mahasiswanya dan Sandra Irawaty, S.Sos., M.I.Kom, selaku PJS. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi.
5. Seluruh dosen pengajar program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu, wawasan, pemahaman serta pengalamannya selama peneliti mengikuti studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
6. Seluruh staff administrasi Program Studi Ilmu Komunikasi atas kelancaran informasi dan dukungan administrasi selama mengikuti program pendidikan ini dan terkhususnya Pak Mugi yang telah membantu saya dalam pembuatan surat izin penelitian dan administrasi lainnya.
7. Keluarga besar mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015, yang telah bersama dari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan.
8. Eti Sumiati dan Jeni Heri, kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi dan cintai yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada putra pertamanya, serta adik saya Aditya Alamsyah yang turut membantu saya dalam menyelesaikan skripsi saya dan saudara-saudari saya yang paling saya sayangi.
9. Keluarga besar Paguyuban Mahasiswa Cicalengka (PMC) yang selalu memberikan dukungan kepada saya.
10. Sahabat seperjuangan semasa kuliah Haris Munandar, Achmad Syamsudin, Muhammad Deriziz, Ridha Faridha Istiqomah, M Syahrul Rizaldi, Imam Imahasholeh, Bunga Regina Putri, Sansan Haruman dan Diman Sulaeman.
11. Teman wanita tangguh saya Retno Asihmuqodimah, Megy Intan Sari, Afifah Karimah GN, Xavierina dan Nisazahwa Agthananda yang selalu memberikan semangat kepada saya saat saya males-malesan untuk mengerjakan skripsi.

12. Sahabat yang sudah saya anggap sebagai saudara saya sendiri, Gia Diovani, M Arif firdaus, M Wildan Haqqi (Qiwil), Maulana Shodikin (Dikdik), Ari Fajri, Rian Almanafi (Doye), M Ridwan Ramadhan (Duan) dan Fajar Imron (Imon) yang memberikan wejangan, mengajak ngopi bareng dan liburan disaat penat mengerjakan skripsi.
13. Ramadhan dan Beben yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk di wawancarai dan Radio 99ers Bandung.
14. Semua pihak yang peneliti tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan maupun dukungan. Untuk segala kebaikan dan dukungan tersebut, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia Nya kepada mereka semua.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dalam teknik penulisan, struktur bahasa, ataupun substansi ilmiah. Untuk itu, peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi diri peneliti sendiri, dan umumnya bagi mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

Bandung, 10 Agustus 2019

Hormat saya,

Ibnu Setiawan

NPM: C1021511RB1052

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Aktivitas *Marketing Public Relations* Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Radio 99ers 100fm Bandung. Disusun oleh Ibnu setiawan dan dibimbing oleh Ibu Witri cahyati., S.Sos., M.Si. Latar belakang peneliti karena melihat perkembangan media massa di era modern sekarang semakin pesat termasuk radio. dimana *marketing public relations* berperan penting dalam mempertahankan minat para pendengar radio.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana upaya pemasaran, media sosial apa saja yang digunakan serta bagaimana pesan yang digunakan oleh *marketing public relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dengan menggunakan teori segitiga emas strategi *marketing public relations* dan melakukan teknik pengambilan data, observasi dan wawancara dengan informan kunci sebanyak 2 orang.

Berdasarkan hasil penelitian dengan mewawancarai 2 orang informan kunci bahwa dalam melakukan upaya aktivitas *marketing public relations* pihak radio 99ers melakukan kegiatan tiga O (on air, off air dan online) dimana ketiga kegiatan itu di upayakan agar dapat memberikan rasa nyaman dan memiliki bagi setiap pendengar setia radio 99ers karena bisa saling menyapa dan bertatap muka dengan para crew radio 99ers. Media sosial yang digunakan oeh radio 99ers ada tiga yaitu instagram, twitter dan youtube. Ditambah dengan pesan-pesan yang dapat dengan mudah dicerna dan dipahami oleh masyarakat dan kalangan anak muda dengan memerikan gaya bahasa kekinian desain yang menarik dan memberikan informasi disaat yang tepat dan pas.

Rekomendasi yang bisa diberikan peneliti sebagai masukan bagi pihak radio 99ers 100fm Bandung dalam perihal aktivitas *marketing public relations*, agar bisa mempertahankan minat para pendengar radio dengan upaya pemasaran, media sosial dan pesan yang disampaikan yang efektif.

Kata kunci : *marketing public relations*, pemasaran, media sosial, pesan, dan radio.

ABSTRACT

This research is entitled Public Relations Marketing Activities in Maintaining Listeners' Interest in Radio 99ers 100fm Bandung. Compiled by Ibnu setiawan and guided by Mrs. Witri cahyati., S. Sos., M.Sc. The background of the researcher is due to seeing the development of mass media in the modern era, now more rapidly including radio. where radio public relations marketing can maintain the interest of radio listeners.

The purpose of this research is to find out and analyze how marketing efforts, what social media are used and how the messages are used by marketing public relations in maintaining the interest of radio listeners.

This research uses a qualitative method with the type of descriptive research. By using the golden triangle theory, public relations marketing strategy and conducting data collection, observation and interview techniques with 2 key informants.

Based on the results of research by interviewing 2 key informants that in carrying out marketing public relations activities the 99ers radio carried out three O activities (on air, off air and online) where all three activities were undertaken in order to be able to provide a sense of comfort and ownership for every loyal listener 99ers radio because they can greet each other and face to face with the 99ers radio crew. There are three social media used by Radio 99ers namely Instagram, Twitter and YouTube. Coupled with messages that can be easily digested and understood by the community and young people by describing the present language style that is interesting and provides information when appropriate and appropriate.

The recommendations that researchers can give as input for the 99ers 100fm Bandung radio regarding marketing public relations activities, in order to be able to maintain the interest of radio listeners with effective marketing, social media and message delivery efforts.

Keywords : *marketing public relations, marketing, social media, messaging and radio.*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Aktivitas *Marketing Public Relations* Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Radio 99ers 100fm Bandung. Disusun oleh Ibnu setiawan dan dibimbing oleh Ibu Witri cahyati., S.Sos., M.Si. Latar belakang peneliti karena melihat perkembangan media massa di era modern sekarang semakin pesat tak terlepas dengan radio, radio merupakan media massa yang terus eksis dari dulu sampai sekarang. Melihat perkembangan radio sendiri tentunnya di era modern seperti sekarang harus bisa bersaing dengan media massa lainnya seperti televisi dan media sosial dalam menyampaikan informasi maupun hiburan. Tentunya peran seorang *marketing public relation* di dalam perusahaan harus berfungsi dengan baik dan menjalankan aktivitasnya yang dapat mempertahankan minat para pendengar radio sendiri dengan membuat ide-ide kreatif yang dapat menarik perhatian masyarakat untuk mendengarkan radio.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana upaya pemasaran, media sosial apa saja yang digunakan serta bagaimana pesan yang digunakan oleh *marketing public relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dengan menggunakan teori segitiga emas strategi *marketing public relations* dan melakukan teknik pengambilan data, observasi dan wawancara dengan informan kunci sebanyak 2 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, paparan data dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Berdasarkan hasil penelitian dengan mewawancarai 2 orang informan kunci bahwa dalam melakukan upaya aktivitas *marketing public relations* pihak radio 99ers melakukan kegiatan tiga O (on air, off air dan online) dimana ketiga kegiatan itu di upayakan agar dapat memberikan rasa nyaman dan memiliki bagi setiap pendengar setia radio 99ers karena bisa saling menyapa dan bertatap muka dengan para crew radio 99ers. Media sosial yang digunakan oeh radio 99ers ada tiga yaitu instagram, twitter dan youtube. Dimana dari ketiga media sosial itu radio 99ers memberikan fokus yang berbeda-beda sehingga ketiga media sosial yang digunakan itu dapat bermanfaat sesuai dengan fungsinya yang suda di buat dan di atur. Ditambah dengan pesan-pesan yang dapat dengan mudah dicerna dan dipahami oleh masyarakat dan kalangan anak muda dengan memerikan gaya bahasa kekinian desain yang menarik dan memberikan informasi disaat yang tepat dan pas.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa aktivitas yang dilakukan oleh *marketing public relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio 99ers berjalan dengan baik dan sesuai apa yang telah dibuat oleh pihak radio 99ers dengan membuat upaya pemasaran yang melibatkan kegiatan tiga O (on air, off air dan online) serta ditunjang dengan publikasi di media sosial yang di manfaatkan dan digunakan dengan baik oleh *marketing public relations* radio 99ers, ditambah dengan pesan-pesan yang digunakan dalam setiap publikasi yang dapat menarik perhatian masyarakat terhadap minat untuk mendengarkan radio.

Kata kunci : *marketing public relations,* pemasaran, media sosial, pesan, dan radio.

ABSTRACT

This research entitled Marketing Public Relations Activities in Maintaining Listeners' Interests Radio 99ers 100fm Bandung compiled by Ibnu setiawan and guide by Mrs. Witri cahyati., S. Sos., M.Si. Researcher's background for seeing the development of mass media in the modern era is now increasingly rapid not apart from radio, radio is a mass media that continues to exist from the past until now. Seeing the development of radio itself in the modern era as it is now, it must be able to compete with other mass media such as television and social media in conveying information and entertainment. Surely the role of a Public Relations Marketing within the company must function properly and carry out its activities that can maintain the interest of the radio listeners themselves by making creative ideas that can attract the public's attention to listen to the radio.

The purpose of this study is to find out and analyze how marketing efforts, what social media are used and how the messages are used by Marketing Public Relations in maintaining the interest of radio listeners.

This study uses qualitative methods with descriptive research types. by By using the golden triangle theory public relations marketing strategy and doing data collection techniques, observation and interviews with key informants as many as 2 people. The data analysis technique used is data reduction, data exposure and drawing conclusions and verification.

Based on the results of the study by interviewing 2 key informants that in conducting Marketing activities Public Relations radio 99ers conduct three O activities (on air, off air and online) where the three activities are sought to be able to provide comfort and have for every loyal listener radio 99ers because they can greet each other and meet face to face with the 99ers radio crew. The social media used by radio 99ers are three, namely Instagram, Twitter and YouTube. Where from the three social media radio 99ers provide different focus so that the three social media used can be useful in accordance with their functions that have been created and arranged. Coupled with messages that can be easily digested and understood by the public and among young people by describing the current style of design that is attractive and provides information at the right time and right.

The conclusion of this study is that the activities carried out by Marketing Public Relations in maintaining the interest of radio 99ers listeners are going well and according to what has been made by radio 99ers by making marketing efforts involving three O activities (on air, off air and online) and supported by publications on social media that are utilized and used well by Marketing Public Relations radio 99ers, coupled with the messages used in each publication that can attract the public's interest in listening to the radio.

Keywords : *marketing public relations, marketing, social media, messaging and radio.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN ii

LEMBAR PERNYATAAN iii

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... iv

KATA PENGANTAR..... v

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR..... xiv

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah..... 7

1.3 Identifikasi Masalah..... 7

1.4 Tujuan Penelitian 7

1.5 Kegunaan Penelitian 8

1.5.1 Kegunaan Teoritis 8

1.5.2 Kegunaan Praktis 8

1.6 Sistem Penulisan 9

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian 9

1.7.1 Lokasi Penelitian 9

1.7.2 Waktu Penelitian 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....11

2.1 Pengertian komunikasi.....11

2.2 Unsur-Unsur Komunikasi 12

2.3 Bentuk-Bentuk Komunikasi 15

2.4 Public Relations 18

2.5 Marketing Public Relations.....21

2.6 Minat.....25

2.7 Radio.....26

2.8 Penelitian Terdahulu 29

2.9 Kerangka Pemikiran 34

BAB III METODE PENELITIAN 37

3.1 Pendekatan Penelitian 37

3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....39

3.3 Informan Kunci.....40

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....40

3.5 Teknik Analisis Data 42

3.6 Teknik Keabsahan Data 44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....46

4.1 Objek Penelitian 46

4.1.1 Profil dan Sejarah Perusahaan 46

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 48

4.1.3 Profil Informan 48

4.2 Hasil Penelitian 49

4.2.1 Upaya pemasaran yang dilakukan Marketing Public Relations dalam mempertahankan minat pendengar radio.... 51

4.2.2 Media sosial yang digunakan aktivitas Marketing Public Relations dalam mempertahankan minat pendengar radio.... 55

4.2.3 Pesan yang disampaikan Marketing Public Relations dalam mempertahankan minat pendengar radio.....63

4.3 Pembahasan.....67

BAB V PENUTUP.....76

5.1 Kesimpulan 76

5.2 Saran.....78

DAFTAR PUSTAKA.....80

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Penelitian 10

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....36

Gambar 4.1 Logo Perusahaan Play99ers 46

Gambar 4.2 Pamflet event di media sosial dengan bekerja sama dengan pihak lain.....53

Gambar 4.3 Youtube Channel Radio 99ers.....57

Gambar 4.4 Instagram Radio 99ers.....59

Gambar 4.5 Twitter Radio 99ers.....61

Gambar 4.6 Publikasi program pulang sore di instagram dengan bekerja sama dengan pihak Shibuya Quarter.....68

Gambar 4.7 Presentase target pendengar radio 99ers 73

Gambar 4.8 Jumlah data statistik pendengar radio 99ers.....73

Gambar 4.9 Jumlah statistik data pendengar/aktivitas di twitter radio 99ers 74

Gambar 4.10 Jumlah data statistik pendengar/aktivitas di instagram radio 99ers 74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era modern sekarang orang-orang sering menggunakan media massa untuk mengetahui informasi ataupun untuk hiburan. Salah satu alat media massa yang sering digunakan selain televisi oleh masyarakat yakni radio. Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut. Radio juga merupakan media masa elektronik tertua serta sangat luwes dan salah satu media massa selain televisi yang sekarang masih digunakan oleh masyarakat. Sebelum tahun 1950-an ketika televisi banyak menarik perhatian khalayak, banyak orang memperkirakan bahwa radio siaran berada diambang kematian. Namun selama hampir satu abad lebih keberadaanya, radio siaran telah berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi dan game online. Radio ini telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling mengntungkan dan melengkapi dengan media lainnya (Dominick.2000: 242).

Keunggulan radio dibandingkan dengan televisi yaitu radio bisa didengarkan dimana saja dan kapan saja. Karena radio merupakan media massa yang menayangkan audio saja tanpa dibarengi dengan gambar/visualnya seperti halnya televisi yang menayangkan audio dan visual. Sehingga para pendengar radio bisa mendengarkan siaran radio di jalan, di mobil, di kantor dan berbagai tempat lainnya, berbeda dengan televisi yang harus melihat disuatu tempat yang menyediakan televisi itu sendiri.

Melihat di era modern sekarang banyak bermunculan radio-radio yang menyiarkan baik itu informasi maupun hiburan, dengan mengikuti perkembangan teknologi yang sedang nge*trend*, tentunya perkembangan teknologi jaman sekarang pastinya selalu diikuti oleh pihak radio itu sendiri agar dapat mempertahankan minat para pendengarnya. Tak terkecuali salah satu radio yang berada di Bandung yaitu Radio Play99ers atau biasa disebut radio Ninetyniners.

Radio Play99ers merupakan radio anak muda kota Bandung yang bertujuan menjadi satu-satunya media radio terdepan dalam memberikan hiburan yang berkualitas bagi anak muda untuk dapat berkreasi dan berkarya, oleh karena itu Radio Play99ers selalu mengutamakan untuk *'Be Creative and Let's Play 99ers!***.** Radio play99ers salah satu radio ternama yang berada di Bandung dan mampu menarik minat para pendengar radio. Melihat persaingan radio sekarang banyak sekali radio khusunya di daerah Bandung dan sekitarnya yang membuat program-program yang menarik agar dapat mempertahankan minat para pendengarnya. Dilihat di era sekarang yang kebanyakan sudah merambah ke youtube dan banyak juga masayarakat yang suka melihat youtube channel dari youtuber-youtuber ternama. Dengan mengikuti trend jaman sekarang yang merambah ke youtube radio 99ers juga ikut dalam trend sekarang dan mempunyai youtube channelnya sendiri yang bernama Play99ers. Yang didalam konten-konten youtubenya terdapat berbagai kegiatan dari program yang sudah dibuat oleh pihak radio 99ers. Di youtube ini radio 99ers tidak seperti radio pada umumnya menampilkan audio saja tetapi di youtube channel nya radio 99ers menampilkan beserta visualnya, yang memungkinkan dapat menarik minat para pendengar setia 99ers itu sendiri. Karena tidak hanya di radio nya saja tetapi sudah merambah ke youtube dan menyesuaikan dengan minat masyarakat itu sendiri.

Radio Play99ers mengudara pada saluran 100.0 fm dan bisa didengarkan kapan saja dan dimana saja dengan program-program yang menghibur para anak muda kota Bandung dan sekitarnya. Tentu setiap gebrakan yang dibuat oleh radio 99ers ini tidak terlepas dari peran seorang Public Relations nya itu sendiri. bagaimana seorang PR dapat membuat ide-ide kreatif untuk dapat mempertahankan minat para pendengarnya dengan melihat persaingan radio di kota Bandung. Serta bagaimana kegiatan dan program-program yang sudah dibuat dapat diketahui oleh masyarakat baik itu melalui media apa, cara pemasarannya seperti apa dan pesan pesan komunikasi yang disamapaikannya seperti apa. Itu merupakan tugas dari seorang MPR (*marketing Public Relations).*

Thomas L. Harris (1991) Dalam bukunya *"The Marketer's Guide to Public Relations".*"*Marketing public relations is the process of planning and evaluating, that encourage purchase and customer through credible communication of information and impresion that identify companies and their products with the needs, concerns of customer"*. *Marketing public relations* adalah sebuah proses perencanaan dan pengevaluasian program yang merangsang penjualan dan pelanggan. Hal tersebut dilakukan melalui pengkomunikasian informasi yang kredibel dan kesan-kesan yang dapat menghubungkan perusahaan, produk dengan kebutuhan serta perhatian pelanggan (Harris, 1991: 12).

Marketing Public Relations sebagai suatu proses perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian program-program yang memungkinkan terjadinya pembelian dan pemuasan konsumen melalui komunikasi yang baik mengenai informasi dari perusahaan terhadap citra merek terhadap suatu produk tertentu. (Saka abadi,1994:p.46). Definisi menurut Philip kotler mengatakan bahwa: "*Marketing Public Relations works because works it adds value to product through it's unique*

ability to lend credibility to product message" *Marketing Public Relations* diciptakan untuk menambah atau memberikan nilai bagi produk melalui kemampuan yang unik untuk menunjukkan kredibilitas pesan produk (Ruslan, 2002:254). *marketing public relations* secara khusus efektif dalam membangun kesadaran *brand* (produk) dan pengetahuan *brand. marketing public relations* dinilai efektif peran seorang *marketing public relations* sangat diperlukan untuk memasarkan suatu produk atau program dengan ide-ide kreatifnya. Bagaimana produk atau program ini dapat diketahui masyarakat dan menarik perhatian audiens atau pendengar yang banyak dan mampu bersaing dengan radio lainnya yang berada di kota Bandung, dengan identitas yang dimiliki oleh radio 99ers dan apabila suatu radio telah mencapai target audiens atau pendengarnya dapat dikatakan radio tersebut dapat bertahan di persaingan media dengan didukung oleh pendengar setianya.

Hasil survei pada Juni 2009 kategori All People, All Segment, dan All Time lembaga AC Nielsen & Folling menunjukkan, Rado Dahlia "nangkring" di posisi teratas dengan jumlah pendengar 391.000 orang. Peringkat kedua ditempati Radio Ramadengan jumlah pendengar cukup jauh teringgal dari Dahlia, yakni 304.000 pendengar. Radio Ninetyniners (99-ers) di peringkat ketiga dengan 240.000 pendengar.

Dari survei ke survei, Dahlia dan Rama terus bersaing, namun Dahlia tetap berjaya memertahankan posisinya. Hingga kini, radio-radio di Kota Bandung memperebutkan sekitar 1,8 juta pendengar.

Daftar 20 Besar Radio Bandung :

1. Dahlia FM (391.00o)
2. Rama FM (304.000)
3. Ninetyniners (240.000)

4. Cosmo (222.000)

5. Ardan (208.000)

6. Garuda (206.000)

7. OZ (200.000)

8. Radio Antassalam (130.000)

9. Paramuda (124.000)

10. Radio Dangdut TPI (90.000)

11. Raka FM (86.000)

12. Shinta FM (84.000)

13. I-Radio (83.000)

14. Pop FM (80.000)

15. MQ FM (76.000)

16. Lita FM (58.000)

17. Zora (54.000)

18. MGT (53.000)

19. Kencana (51.000)

20. Mara FM (50.000).

Tepat 1.5 tahun 99ers Radio mengudara, 99ers Radio berhasil mencapai posisi puncak rating radio anak muda no.1, yaitu segmen pendengar 15-24 AB dan ke-5 all segmen di survey AC Nielsen 2001. Pada survey AC Nielsen 2004, 2005, 2006, 2007, 2009, 2010, 2011, 2012. 99ers Radio tetap bertahan di posisi atas sebagai radio anak muda Bandung. Untuk 7 tahun berturut-turut, 99ers radio menempati posisi 5 besar radio anak muda (15-24 & 15-24 AB) di Bandung dalam survey AC Nielsen 2010 sebagai radio yang paling tajam dan konsisten pada segmenya. Melihat bahwa radio

99ers segmentasinya pada anak muda dari umur 16-26 tahun itulah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di radio 99ers 100fm Bandung.

Jika kita lihat perkembangan program radio dari jaman ke jaman sangat berkembang pesat, setiap radio membuat program yang menarik agar dapat mempertahankan minat pendengar radio itu sendiri dan dapat bersaing dengan radio lainnya yang berada di Bandung. Melihat fenomena dalam persaingan media massa khusunya di radio dalam mempertahankan minat para pendengarnya menjadi suatu kertertarikan peneliti dalam penelitian ini. melihat banyak radio juga yang mulai memasarkan sesuatu yang menjadi keunikan tersendiri dari radio itu sendiri dan nantinya akan dapat menarik para pendengar agar tetap bertahan dalam mendengarkan radio yang jika kita lihat di era modern sekarang kalangan anak muda lebih tertarik kedalam media sosial seperti youtube dan media sosial lainnya yang lebih kekinian dan dapat dengan mudah diakses. Melihat semua persaingan ini peran *marketing public relations* sangat penting dalam sebuah perusahaan dalam meningkatkan jumlah pemasarannya dalam mendapatkan keuntungan, terlebih untuk radio dalam mempertahankan dan membuat para pendengarnya tetap setia dan loyal.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ***"Aktivitas Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Radio 99ers 100FM Bandung****" (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Aktivitas Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Radio 99ers 100fm Bandung).*

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu: Bagaimana aktivitas *marketing public relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio 99ers 100fm Bandung ?

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka dapat di identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya pemasaran yang dilakukan aktivitas *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio 99ers 100fm Bandung ?
2. Media sosial apa saja yang digunakan aktivitas *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio 99ers 100fm Bandung ?
3. Bagaimana pesan yang disampaikan *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio 99ers 100fm Bandung ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, ada beberapa tujuan dari hasil penelitian ini yaitu:

Untuk mengetahui aktivitas *marketing public relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio 99ers 100fm Bandung.

1. Untuk mengetahui upaya pemasaran aktivitas *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio 99ers 100fm Bandung.

2. Untuk mengetahui Media apa saja yang digunakan dalam aktivitas *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio 99ers 100fm Bandung.
3. Untuk mengetahui pesan yang disampaikan *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio 99ers 100fm Bandung.

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dikelompokan menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis (akademis) ini diharapkan untuk menambah wawasan serta informasi keilmuan mengenai *marketing public relations* bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam dunia akademis khusunya bidang ilmu komunikasi dan *Public Relations*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis (guna laksana) untuk menambah pengetahuan yang dapat diterapkan dalam dunia praktis dalam bidang komunikasi dan dari penelitian ini mampu memberikan saran dan masukan yang bermanfaat kepada radio 99ers 100fm Bandung dalam aktivitas *marketing public relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio.

1.6. Sistematika Penulisan

- BAB I PENDAHULUAN, berisi alasan pemilihan latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA, berisi definisi, teori-teori dan hasil penelitian yang relevan untuk menjawab masalah penelitian ini, berupa tinjauan pustaka kajian komunikasi, public relations, marketing public relations, radio dan penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran.
- BAB III METODE PENELITIAN, berisi dari metode penelitian yang mengemukakan segala hal yang berkaitan dengan berlangsungnya penelitian agar sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, berisi dari penjabaran mengenai data yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan.
- BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan beserta saran.

1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.8.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kantor siaran radio Play99ers Jl. Ir. H. Djuanda No.126 B, Lebak Gede, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132.

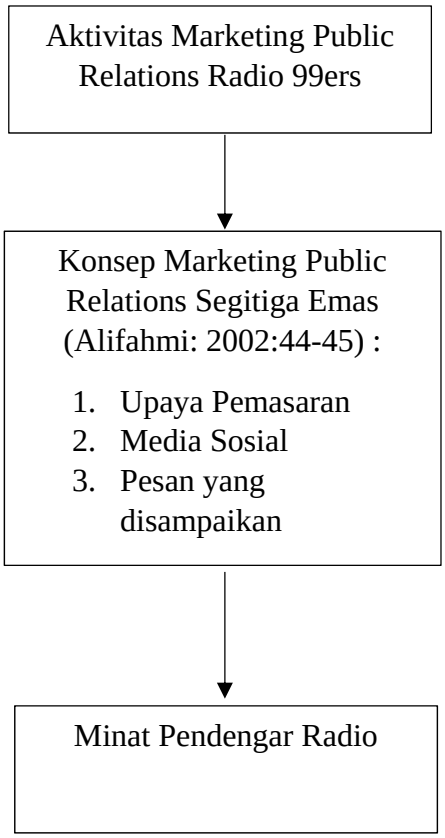
1.8.2 Waktu penelitian

Waktu penelitian yang akan digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini pada bulan April sampai dengan Juli 2019.

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

NO	Rangkaian kegiatan peneltian	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1.	Usulan Judul Penelitian						
2.	Pengajuan Penelitian Pada Perusahaan						
3.	Sidang Usulan Penelitian						
4.	Pengambilan data						
5.	Pengolahan data						
6.	Pelaporan Hasil Penelitian						
7.	Sidang Skripsi						

menjadikan media branding untuk radio. Dan juga bagaimana pesan atau informasi yang disampaikan dalam upaya pemasaran dan media sosial terhadap masyarakat dari *marketing public relations* agar dapat mempertahankan minat pendengar radio. Berikut kerangka pemikiran dibawah ini :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

(Sumber : konsep segitiga emas *marketing public relations* yang diolah oleh peneliti)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian Aktivitas *Marketing Public Relations* Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Radio 99ers 100FM Bandung ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif.

Menurut Gunawan (2013: 80-81) Penelitian dengan pendekatan kualitatif menekankan analisis proses dari proses berfikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan anatarfenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Penelitian kualitatif tidak berarti tanpa menggunakan dukungan dukungan dari data kuantitatif, tetapi lebih ditekankan pada kedalaman berpikir formal dari peneliti dalam menjawab permasalahan yang dihadapi. Penelitian kualitatif bertujuan mengembangkan konsep senstivitas pada masalah yang dihadapi. Menerangkan realitas yang berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah (*grounded theory*) dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan dalm mengungkapkan permasalahan dalam kehidupan kerja organisasi pemerintah, swasta, kemasyarakatan, kepemudaan, perempuan, olahraga, seni dan budaya, sehingga dapat dijadikan suatu kebijakan untuk dilaksanakan demi kesejahteraan bersama.

Penelitian kualitatif menurut Flick (2002) ialah *specific relevance to the study of social relations, owing to the fact of the pluralization of life worlds.* Penelitian kualitatif adalah keterkaitan spesifik pada studi hubungan sosial yang berhubungan dengan fakta dari pluralisasi dunia kehidupan. Metode ini diterapkan untuk melihat

dan memahami subjek dan objek penelitian yang meliputi orang, lembaga berdasarkan fakta yang tampil secara apa adanya, melalui pendekatan ini akan terungkap gambaran mengenai aktualisasi, realitas sosial dan persepsi sasaran penelitian.penelitian kualitatif dimaksudkan untuk memahami perilaku manusia, dari kerangka acuan pelaku sendiri, yakni bagaimana pelaku memandang dan menafsirkan kegiatan dari segi pendirinya.

Sementara itu menurut Gunawan (2013: 82) menurut Bogdan & Taylor (1990) penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berprilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh). Lebih lanjut, Creswell (2009) mengemukakan: *a qualitative approach is one in which the inquirer often makes knoledge claims based primarily on constructivist perspective (i.e. the mutiple meanings of individua experiences, meanings socially and historically constructed, with an intent of developing a theory or pattern) or advocacy/ participatory perspectives (i.e. political, issue-oriented, colaborative or change oriented) or both.* Pendekatan kualitatif adalah pendekatan untuk membangun pernyataan pengetahuan berdasarkan perspektif-kontruktif (misalnya, makna-makna yang bersumber dari pengalamn individu, nilai-nilai sosial dan sejarah, dengan tujuan untuk membangun teori atau pola pengetahuan tertentu), atau berdasarkan perspektif partisipatori (misalnya: orientasi terhadap politik, isu, kolaborasi, atau perubahan), atau keduanya

Penelitian kualitatif bermaksud menggali makna perilaku yang berada dibalik tindakan manusia. Intrepetansi makna terhadap perilaku ini tidak dapat digali melalui verifikasi teori sebagai generalisasi empirik, seperti yang dilakukan pada penelitian kuantitatif.

Menurut Ardianto (2016: 59) Penelitian kualitatif merupakan perilaku artistik. Pendekatan filosofis dan aplikasi metode dalam kerangka penelitian kualitatif dimaksudkan untuk memproduksi ilmu-ilmu “lunak”, seperti sosiologi, antropologi (komunikasi dan public relations). Kepedulian utama peneliti kualitatif adalah bahwa keterbatasan objektivitas dan kontrol sosial sangat esensial. Penelitian kualitatif berangkat dari ilmu-ilmu perilaku dan ilmu-ilmu sosial. Esensinya adalah sebagai sebuah metode pemahaman atas keunikan, dinamika, dan hakikat holistik dari kehadiran manusia dan interaksinya dengan lingkungan. Peneliti kualitatif percaya bahwa “kebenaran” (*truth*) adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelahaan terhadap orang-orang dalam interaksinya dengan situasi sosial kesejarahan (Danim, 2002: 35). Jadi penelitian kualitatif lebih kepada mendeskripsikan sesuatu baik itu kondisi atau hubungan yang ada, opini yang berkembang, atau bahkan proses/ kegiatan yang cenderung sedang berlangsung.

3.2. Subjek & Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang diharapkan dapat memberikan informasi mengenai data-data yang diperlukan dalam penelitian, dan orang-orang tersebut memiliki pengetahuan serta informasi guna memudahkan dalam memproses data-data. Subjek pada penelitian ini merupakan beberapa orang dalam divisi marketing & PR di radio 99ers 100fm Bandung.

Objek dalam penelitian ini dilakukan di radio 99ers 100fm Bandung. Play99ers 100fm radio Bandung merupakan sebuah Radio terbesar di daerah Bandung yang berlokasi di Jl. Ir. H. Djuanda No. 126B Lebakgede, Colong, Bandung, Jawa Barat 40132.

3.3. Informan Kunci

Dalam keberhasilan suatu penelitian perlu adanya seseorang yang menjadi seorang infoman kunci untuk memperoleh suatu data yang diharapkan. Dengan tujuan agar data yang didapatkan dapat terfokus pada judul penelitian yang sedang diteliti dan jawabanya tidak bercabang ke judul penelitian lain dan melenceng dari penelitian yang sedang diteliti.

Dalam penelitian ini yang menjadi infoman kunci atau yang memberikan informasi mengenai data yang dibutuhkan dalam peneletian yaitu ada 2 orang anggota dalam bagian divisi Marketing & PR di radio 99ers 100fm Bandung.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian tentunya diperlukan suatu teknik pengumpulan data dimana data-data tersebut dapat menjadi sumber informasi yang sangat penting dalam keberlangsungan suatu penelitian yang sedang kita teliti. Dalam Kriyantono (2006: 95) menyebutkan metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data, metode pengumpulan data ini sangat ditentukan oleh metodologi riset apakah kuantitatif atau kualitatif.

Menurut Gunawan (2013: 141) penelitian kualitatif berupaya mengungkap berupa kondisi perilaku masyarakat yang diteliti dan situasi lingkungan disekitarnya. Untuk mencapai hal tersebut, jenis data yang digunakan bervariasi diantaranya, pengelaman personal, introspektif, sejarah kehidupan, hasil wawancara, observasi lapangan, pengalaman sejarah, dan hasil pengamatan visual, yang

menjelaskan momen-momen dan nilai-nilai rutinitas dan problematik kehidupan setiap individu yang terlibat di dalam penelitian.

Dalam penelitian ini ada 2 teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu Observasi & Wawancara :

a. Observasi

Menurut Gunawan (2013: 143) yang mengutip dari Arikunto (2002) observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis sedang yang Gunawan (2013: 143) kutip dari Kartono (1980: 142) pengertian observasi adalah studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan. Selanjutnya, dikemukakan tujuan observasi adalah mengerti ciri-ciri dan luasnya signifikansi dari interelasinya elemen-elemen tingkah laku manusia pada fenomena sosial serba kompleks dalam pola-pola kultur tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi agar memudahkan peneliti dalam mengamati aktivitas yang dilakukan dan melakukan pencatatan sebagai data atau informasi yang diinginkan.

b. Wawancara

Menurut Gunawan (2013: 160) yang mengutip dari Setyadin (2005: 22) wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Dan dari Poerwandri (1998: 72-73) wawancara kualitatif dilakukan bila

peneliti bermaksud untuk memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti, dan bermaksud melakukan eksplorasi terhadap isu tersebut, suatu hal yang tidak dapat dilakukan melalui pendekatan lain. wawancara merupakan bentuk pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian. Dengan begitu Gunawan (2013: 162) menyimpulkan wawancara merupakan suatu kegiatan tanya jawab dengan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara (*interviewer*) dan yang diwawancarai (*interviewee*) tentang masalah yang diteliti, dimana pewawancara bermaksud memperoleh persepsi, sikap dan pola pikir dari pihak yang diwawancarai dengan jawaban relevan mengenai masalah yang diteliti.

3.5. Teknik Analisis Data

Menurut Gunawan (2013: 210) Analisis data adalah pencarian atau percakapan pola-pola. Analisis data kualitatif adalah pengujian sistematik dari sesuatu untuk menetapkan bagian-bagiannya, huungan antarakajian, dan hubungan terhadap keseluruhannya (Spadley, 1980). Artinya semua analisis data kualitatif akan mencakup penelusuran data, melalui catatan-catatan (pengamatan lapangan) untuk menentukan pola-pola budaya yang dikaji oleh peneliti (Mantja, 2007). Sedangkan dalam Gunawan (2013: 210) yang mengutip dari Bogdan & Biklen (2007) menyatakan bahwa analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan secara sistematik hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan-bahan yang sudah dikumpulkan untuk meningkatkan

pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkin menyajikan apa yang ditemukan.

Miles & Hubernas (1992) mengemukakan 3 tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif yaitu: (1) reduksi data (*data reduction),*(2) paparan data (*data display);* dan (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying).* Analisis data kualitatif dilakukan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data berlangsung artinya kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan juga selama dan sesudah pengumpulan data. dilihat dari 3 tahapan Miles & Hubernas peneliti akan melakukan analisis data berdasarkan 3 tahapan tersebut karena dapat membantu peneliti dalam melakukan penelitian kualitatif berdasarkan data-data yang sudah didapat dan nanti akan dianalisis data tersebut berdasarkan 3 tahapan ini.

Menurut Gunawan (2013: 211) yang mengutip dari Sugiyono mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema dan polanya. Nantinya data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data. setelah melakukan reduksi data bila ditemukan temuan yang dipandang asing, tidak dikenal, dan belum memiliki pola, maka hal itulah yang dijadikan perhatian karena penelitian kualitatif bertujuan encari pola dan makna yang tersembunyi dibalik pola dan data yang tampak.

Data yang sudah direduksi maka langkah selanjutnya adalah memaparkan data (*data display).* Pemaparan data sebagai sekumpulan informasi tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Setelah dilakukannya reduksi data dan pemaparan data nantinya akan dilakukan penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang

menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek peneliitian dengan berpedoman pada kajian penelitian. Analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang-ulang dan terus menerus. Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan yang saling menyusul.

3.6. Teknik Keabsahan Data

Data yang sudah terkumpul meupakan modal awal yang sangat berharga dalam sebuah penelitian, dari data tersebut yang sudah dikumpulkan akan dilakukan analisis data yang digunakan sebagai bahan masukan untuk penarikan kesimpulan, namun sebelum ditarik kesimpulan dari sebuah data tentu harus ada terlebih dauhulu keabsahan data agar nantinya tidak mendapatkan data yang salah dari penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif harus berusaha untuk mengumpulkan data yang valid.

Menurut Gunawan (2013: 217) sebagai alat analisis data perlu menggunakan triangulasi data. triangulasi data adalah istilah yang diperkenalkan oleh Denzin (1978) keandalan dana kesahihan data dijamin dengan membandingkan data yang dapat diperoleh dari satu sumber atau metode tertentu, dengan data yang didapat dari sumber atau metode lain. Triangulasi data digunakan sebagai proses memantapkan derajat kepercayaan kredibilitas/validitas dan konsistensi (reliabilitas) data, serta bermanfaat juga sebagai alat bantu analisis data dilapangan. Sedangkan menurut Gunawan (2013: 219) dengan menyimpulkan dari beberapa ahli, triangulasi data adalah suatu cara mendapatkan data yang benar-benar absah dengan menggunakan pendekatan metode ganada. Triangulasi sebagai teknik pemeriksaan

keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan data atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Maka dari itu dalam memperoleh keabsahan data penelitian ini memakai triangulasi sumber dan triangulasi metode.

1. **Triangulasi Sumber**

   Menurut Gunawan (2013: 219) triangulasi sumber adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai sumber memperoleh data dalam triangulasi dengan sumber yang terpenting adalah mengetahui adanya alasan-alasan terjadinya perbedaan-perbedaan tersebut. Sebuah strategi kunci harus menggolongkan masing-masing kelompok, bahwa peneliti sedang "mengevaluasi". Kemudian yakin pada sejumlah orang untuk membandingkan diri masing-masing kelompok dalam evaluasi tersebut. Dengan demikian, triangulasi sumber berarti membandngkan (mencek ulang) informasi yang sudah diperoleh melalui sumber yang berbeda.

2. **Triangulasi Metode**

   Triangulasi metode adalah usaha mengecek keabsahan data, atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Menurut Gunawan (2013: 219) yang mengutip Bachri triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Pelaksanaanya juga dengan cara cek dan ricek.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Objek Penelitian

4.1.1. Profil dan Sejarah Perusahaan

Ninetyniners Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung merupakan sebuah Radio terbesar di daerah Bandung. Keberadaan Radio Ninetyniners dirintis oleh sepasang suami istri yaitu Boediman Soemali dan Lisa Marlina yang senang akan musik, karena kegiatan dibidang musik dianggap tidak cukup untuk mengekspresikan perhatian mereka pada musik, maka digunakan media radio sebagai alatnya.

Gambar 4.1

Logo Perusahaan PLAY99ERS

Sejak tanggal 9 September 1999, mereka mempunyai ide, gagasan dan konsep untuk mendirikan sebuah stasiun radio yang berbeda dengan yang lainnya. Baru pada tanggal 9 September 2000 pada pukul 09.00 pagi, secara resmi mereka mendirikan Radio

Ninetyniners dengan manajemennya dikelola dan dipegang oleh PT. Radio Swara Milliard Artha. Radio Ninetyniners berada di JL. Ir. H Juanda No 126- B Dago, Bandung dan memancar di jalur 99,9 FM. Paket acara yang disajikan sarat dengan musik dan diramu dalam bentuk yang menarik, sehingga dalam waktu yang singkat Radio Ninetyniners muncul sebagai stasiun radio swasta dengan format acara yang berbeda dari radio swasta yang lainnya yang ada dikota Bandung.

Ninetyniners Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung pertama kali On-air pertama kali pada tanggal 09 September, 2000. Menduduki posisi ke 3 (tiga) untuk pendengar 15-24AB dan ke 7 (tujuh) untuk all segmen pada surveyAC Nielsen tahun 2001, yaitu pada saat Ninetyniners Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung baru berusia 9 bulan. Tepat Ninetyniners Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung mengudara 1,5 tahun, 99ers radio 100 FM berhasil mencapai posisi puncak untuk menjadi radio anak muda No.1, yaitu segment pendengar 15-24 & 15-24AB dan posisi ke 5 (lima) untuk all segment di survey AC Nielsen 2002. Ninetyniners kembali menjadi radio anak muda (15-24AB) Bandung No.1 juga naik peringkat ke posisi 3 (tiga) pendengar all segment waktu hasil survey AC Nielsen 2003 terbit.

Perusahaan yang menaungi Ninetyniners Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung sendiri yaitu PT. Radio Swara Milliard Artha. Ninetyniners Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung berada di JL. Ir. H Juanda No 126- B Dago, Bandung. Seperti

halnya Radio Ninetyniners, memiliki konsep dasar sehingga selalu berpikiran untuk selangkah lebih baik dari yang sudah ada dan mempunyai nilai yang lebih positif, dan itulah merupakan komitmen Ninetyniners Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung.

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi dari Ninetyniners Radio (99ers radio 100 FM) adalah: "Menjadi media promosi bagi kebutuhan periklanan perusahaan di kota Bandung, Jakarta & sekitarnya."

b. Misi dari Ninetyniners Radio (99ers radio 100 FM) adalah:

- Menjalin kerjasama dengan para pelaku bisnis/ klien.
- Memberikan info untuk pembaca dengan gaya bahasa yang ringan dan mudah dicerna.
- Menyediakan sarana promosi bermutu.
- Menyediakan pelayanan terbaik.
- Memberikan informasi dengan mudah.

(Sumber: arsip dokumen radio 99ers 100fm Bandung)

4.1.3. Profil Informan

a. Ramadhan Dwirahmawan disebut juga sebagai informan 1. Ramadhan Dwirahmawan merupakan kepala bagian marketing & PR di Radio 99ers Bandung. Wawancara dilakukan pada jam 16.00 – 17.00 wib pada hari rabu 19 juni 2019 di radio 99ers yang beralamat Jl. Ir. H. Djuanda No.126 B, Lebak Gede, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat. Wawancara tersebut membahas mengenai

aktivitas *Marketing Public Relations* yang dilakukan di radio 99ers dalam mempertahankan minat pendengar radio. Dengan suasana serius tapi santai wawancara berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan peneliti.

b. Beben disebut juga informan 2. Beben merupakan anggota staff dari Marketing & PR di radio 99ers 100fm Bandung. Wawancara dengan kang beben dilakukan 6 hari setelah wawancara pertama dilakukan yaitu pada tanggal 25 juni 2019 pada jam 09.00 – 09.43 wib di radio 99ers yang beralamat Jl. Ir. H. Djuanda No.126 B, Lebak Gede, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat. Wawancara tersebut hampir sama dengan wawancara yang pertama mengenai aktivitas *Marketing Public Relations* yang dilakukan di radio 99ers dalam mempertahankan minat pendengar radio, wawancara berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang diharapkan peneliti.

4.2. Hasil Penelitian

Dalam penelititan ini yang akan dibahas yaitu mengenai aktivitas *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio di radio 99ers 100fm Bandung. Bagaimana seorang *Marketing Public Relation* melakukan kegiatan untuk tetap mempertahankan minat pendengar radio yang di era modern sekarang bisa dikatakan tergeserkan oleh televisi dan media sosial. Di radio play99ers 100fm sendiri, meskipun Marketing dan PR dipisahkan tetapi memiliki peran dan fungsi yang sangat penting. "*Semua perusahaan pasti memerlukan peran marketing, marketing itu jadi ujung tombaknya perusahaan dan untuk PR nya sendiri yang membukakan jalan bagi Marketing juga lebih*

mudah untuk proses penjualannya lebih mudah oleh PR ....” Menurut Ramadhan kepala bagian Marketing & PR radio 99ers 100fm Bandung.

Melihat pernyataan diatas bahwa memang sangat penting untuk keberlangsungan suatu perusahaan terkhususnya radio dalam mempertahankan minat para pendengarnya bagaimana seorang *Marketing Public Relations* untuk dapat mempromosikan program-program yang ada di radio agar dapat diketahui oleh masyarakat. Selain itu juga untuk dapat bekerja sama dengan pihak lain atau perusahaan lain ketika melakukan suatu publikasi yang akan dimuat dimedia sosial dan nantinya akan saling mempromosikan program antara pihak 99ers dengan perusahaan lain.

Sebagaimana dalam identifikasi masalah ada tiga poin yang akan di jelaskan dalam hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terhadap radio 99ers yaitu mengenai upaya pemasaran aktivitas *Marketing Public Relations,* media sosial apa saja yang digunakan dalam aktivitas *Marketing Public Relations* dan bagaimana pesan yang disampaikan dalam *Marketing Public Relations* yang akan di jelaskan dengan beberapa pernyataan dari informan yang berkaitan langsung dengan aktivitas *Marketing Public Relations* di radio 99ers 100fm Bandung.

Dengan begitu upaya pemasaran, media sosial dan pesan yang disampaikan bisa dikatakan berpengaruh untuk dapat mempertahankan minat para pendengar radio yang dilakukan oleh *markering public relations* radio 99ers 100fm Bandung. Dengan melakukan aktivitas itu radio 99ers juga dapat mendapatkan relasi baru dengan pihak lain seperti pihak hotel, cafe dan perusahaan lainya.

4.2.1 Upaya pemasaran yang dilakukan *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio

Selain peran dan fungsi *Marketing Public Relations* yang sangat penting aktivitas yang dilakukan oleh seorang *Marketing Public Relations* pun harus sesuai dengan fungsinya dan upaya pemasarannya pun harus kuat agar dapat bersaing dengan radio lainnya maupun dengan media massa lainnya seperti televisi dan media sosial. Tentu peran *Marketing Public Relations* sangat berperan penting untuk kelangsungan suatu perusahaan dan dalam aktvitasnya pun harus memiliki perencanaan pemasaran yang efektif agar dapat menarik perhatian khalayak maupun para klien agar dapat bekerja sama dengan pihak radio 99ers.

Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap kepala bagian Marketing & PR radio 99ers, Ramadhan. "*Untuk upaya pemasaran yang dilakukan dalam aktivitasnya yang utama kita mempermudah pendengar untuk bertemu dengan kita atau kita dekat dengan pendengar baik secara on air ataupun online maupun event, event itu kita sebutnya off air dengan kerjasama PR dan marketing yang baik semua tiga O (on air, online & off air) ....."* bisa kita simpulkan dari pernyataan Ramadhan itu akan lebih mudah pendengar jelas lewat on air kita cukup kuat di on air di online kita bisa menyapa pendengar dan keluhannya dengan lebih mudah tanpa perduli jarak dan lain sebagainya dan event dengan berbagai klien-klien kita dan diperkuat oleh PR dan marketing itu jadi face to face dengan pendengar kita. Dengan Marketing dan PR yang baik ketika

dipertemukan dalam sebuah event itu jadi nilai yang luar biasa juga untuk radio 99ers jadi pendengar itu yang dulunya jauh dan tidak kenal bisa bertemu. Kegiatan radio 99ers pada basicnya Marketing dan PR ini adalah mendekatkan antara brand play99ers baik dengan staff, penyiarnya dan para pendengarnya

Jika dilihat dari pernyataan diatas bahwa upaya pemasaran yang dilakukan dalam aktivitas *marketing public relations* yang dilakukan oleh pihak radio play99ers yaitu tiga O, on air, online dan off air. Dimana pihak radio 99ers selalu ingin dekat dengan para pendengarnya itulah menjadi upaya pemasaran yang dilakukan dalam aktivitas yang utama. Tidak hanya saat on air saja pendengar bisa berinteraksi dengan pihak radio play99ers tetapi saat online pun pendengar bisa berinteraksi melalui media sosial play99ers seperti di instagram, twitter dan youtube channelnya. Di off air pun para pendengar setia play99ers bisa berinteraksi secara face to face dengan para crewnya ketika pihak radio melakukan suatu event dengan bekerja sama dengan pihak lainnya.

Tidak hanya itu juga pihak radio 99ers juga dapat menaikan eksistensi radio 99ers agar dapat mempertahankan minat pendengar radio. dengan melakukan ketiga kegiatan itu radio 99ers juga dapat melakukan evaluasi terhadap seberapa efektif kegiatan tiga o itu terhadap para pendengar dan seberapa minat khalayak untuk mendengarkan radio 99ers 100fm Bandung.

Gambar 4.2

pamflet event di media sosial dengan bekerja sama dengan pihak lain.

Upaya pemasaran yang dilakukan dalam aktivitas marketing dalam mempertahankan minat para pendengar radio ada tiga yaitu online, on air dan off air dimana ketiga aktivitas itu dilakukan dengan dikemas dengan semenarik mungkin agar para pendengar tidak mudah bosan, baik itu dala on air dengan memutarkan lagu-lagu yang tepat pada waktunya semisalnya memutarkan lagu pengantar tidur saat malam hari dengan begitu bisa menempatkan waktu yang pas ketika lagu akan diputar dan dari penyiarnya pun harus bisa mengikuti hal-hal atau kata-kata yang sedang hits di kalangan masyarakat agar tidak kaku dan kesan dari para pendengarnta tidak di sebut ketinggalan jaman. Dengan memanfaakan setiap kegiatan tiga o itu sebisa mungkin radio 99ers bisa memberikan setidaknya keinginan para anak muda Bandung untuk mendengarkan radio khususnya radio 99ers ini. dengan begitu bisa dibilang ke eksistensian radio masih bisa diperhitungkan dengan media massa lainnya seperti koran dan televisi. Meskipun hanya audionya saja yang didengar tetapi masih banyak juga masyarakat yang mendengarkan radio terutama di mobil karena diasumsikan setiap mobil pasti memiliki radionya.

Dengan memaksimalkan sumber daya manusianya dan bekerja sama dengan anggota staff lainnya bisa dikatakan Marketing Public Relations yang dilakukan oleh pihak radio 99ers ini berhasil menjalankan ketiga kegiatan O itu. Karena dengan begitu ide-ide yang bisa bermunculan kembali dari setiap anggotanya bisa dituangkan kedalam kegiatan tiga O ini (online, on air dan off air).

4.2.2 Media sosial yang digunakan aktivitas *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio

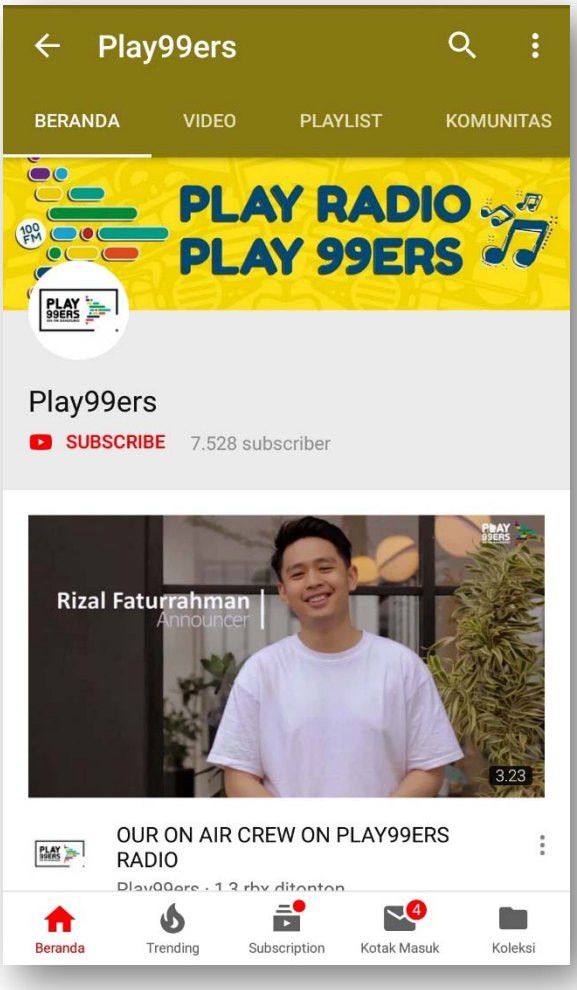
Di era modern seperti sekarang tentunya penting bagi perusahaan untuk memiliki media sosial, supaya dapat mempublikasikan kegiatan ataupun informasi kepada masyarakat tentu, bagi radio 99ers sangat penting untuk memiliki media sosial karena radio sendiri bergerak di bidang industri kreatif dan menghibur dan dipastikan haru memiliki media sosial yang sedang hits dan dipakai oleh kalangan anak muda pada umumnya. Melihat perkembangan teknologi dijaman sekarang yang sudah merambah ke youtube channel radio 99ers pun ikut terjun juga dan memuat youtube channelnnya sendiri dan bekerja sama dengan pihak lain dalam upaya menarik minat para pendengarnya.

Tidak hanya audio nya saja yang bisa didengar oleh para pendengar radio 99ers tetapi visualnya pun bisa di lihat di youtube channelnya radio 99ers. Sebagaimana pernyataan dari hasil wawancara peneliti dengan anggota staff dari Marketing & PR radio 99ers kang beben "*.... radio pun sekarang sudah dibantu oleh media sosial karena buat apa buat visualnya ada karena selain didengar visualnya ada orang pun melihat oh ini youtube channel 99ers jadi kegiatan seperti apa yang kita lakukan bisa tau, jadi sangat dibantu banget ....*". dengan begitu peran media sosial sangat membantu dalam upaya aktivitas Marketing Public Relations sendiri dimana dapat mempromosikan program-program yang ada di radio atau juga dapat menarik klien untuk bekerja sama dengan pihak radio 99ers

untuk mengiklankan cafe, hotel dan perusahaan lainnya. Sedangkan menurut pernyataan dari kepala bagian Marketing & PR radio 99ers Pak Ramadhan. *"kalo sekarang lebih fokus ke youtube channel, kalo di instagram kita lebih ke desain untuk menarik para pendengar yang berada di instagram sendiri terhadap program kita."* Meskipun baru membuat youtube channel selama 2 tahun untuk mengumpulkan subscribernya itu tidak mudah dari segi konten-konten nya pun yang nantinya akan di upload itu harus berhati-hati dan teknik pengambilan vidionya jangan sampai salah angle ditakutkannya nanti kurang menarik kepada subcribernya sendiri. Untuk youtube sendiri pihak radio 99ers lebih memfokuskan agar pendengar tidak hanya bisa mendengarkan audionya saja tetapi juga visualnya berupa tayangan vidio dengan begitu pendengar setia radio 99ers 100fm Bandung bisa melihat audio beserta visualnya.

Berbeda dengan halnya media sosial lainya seperti instagram yang lebih terfokus untuk mempublikasikan desain yang menarik dengan pesan-pesan yang dimasukan dalam setiap desainnya untuk dapat menarik perhatian khalayak terutama para pendengar setia 99ers. Di youtube channelnya sendiri radio 99ers sering bekerja sama untuk membuat konten yang nantinya akan di upload. Dengan teknik pengambilan vidio yang menarik dan bagus agar nantinya hasil konten youtube bisa dilihat dengan editing yang bagus dan dilihat oleh subcribernya dengan begitu akan juga menarik pendengar setia radio 99ers yang sebelumnya belum mengetahui youtube channelnya dan

nantinya akan mensubcrib youtube channel radio 99ers 100fm Bandung.



Gambar 4.3

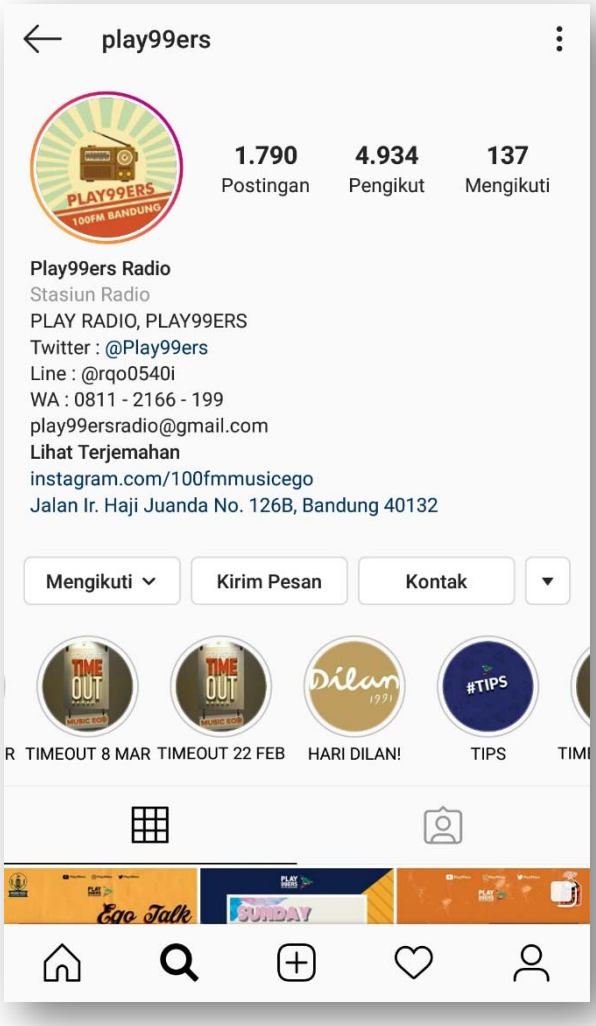
Youtube channel radio 99ers.

Tidak hanya youtube, instagram dan twitter pun menjadi media sosial yang digunakan dalam upaya aktivitas Marketing Public Relations. Di instagram pun pihak radio 99ers dapat melihat berapa jumlah followernya yang aktif dan bisa di asumsikan itu ke berapa jumlah pendengar yang sering mendengarkan radio 99ers baik pria

dan wanit dan rentan umurnya. Melihat segementasi untuk pendengar radio 99ers sendiri adalah dari umur 14thn - 25thn. Di instagram sendiri sebagaimana tadi sudah dijelaskan bahwa di instagram lebih terfokus untuk desain agar dapat menarik perhatian para pendengar yang berada di instagram. Bisa kita lihat dari penggunaan sosial medianya sendiri radio 99ers benar-benar memanfaatkan untuk dapat menarik perhatian pendengar radio. Dari mulai youtube yang memiliki fokusnya sendiri dan instagram serta twitter yang lebih dimanfaatkan untuk mempromosikan program-program radio 99ers di kalangan anak muda yang masih menggunakan twitter.

Melihat besarnya potensi di instagram pihak radio 99ers berusaha untuk mendapatkan followersnya di instagram sebanyak mungkin agar dapat menginfomasikan mengenai program-program yang ada di radio 99ers ini sendiri dengan begitu akan menaikan jumlah pendengar radio terkhususnya radio 99ers bandung. Dengan desain-desain pamplet yang menarik dengan variasi warna akan membuat para followernya membaca isi pesan dalam pamplet tersebut. Dengan begitu informasi pun dapat diterima dengan mudah dicerna oleh masyarakat dan anak muda bandung. Hal ini yang memuat radio 99ers memfokuskan instagram untuk mempublikasikan dengan desain pamplet yang menarik karena melihat hampir kebanyakan anak muda bahkan para orang tua pun ada yang mempunyai akun sosial media instagram. Selain itu juga radio 99ers suka memberikan games-games di snapgramnya agar dapat lebih akrab dengan para pendengarnya ataupun para followernya di radio.

radio 99ers pun lebih pintar-pintar dalam mempost setiap pamplet program yang nanti akan di upload di feeds intagramnya agar nantinya tidak membuat bosan para followernya.



Gambar 4.4

Instagram radio 99ers.

Twitter menjadi media sosial yang digunakan radio 99ers setelah youtube dan instagram. Melihat di era modern sekrang banyak masyarakat khususnya anak muda yang mulai masuk kembali ke dalam dunia twitter, setelah melihat 1 atau 2 tahun kebelakang twitter

kurang peminatnya karena banyak yang lebih beralih ke instagram, tapi dengan teknologi yang berkembang pun twitter kembali lagi banyak diminati oleh masyarakat dan bisa bersaing kembai denga media sosial lainnya. Tak hanya itu twitter juga di manfaatkan oleh radio 99ers untuk menarik minat para pendengarnya dengan menginfokan setiap event, kegiatan dan program-program dari radio 99ers kepada followers twitternya. Ini menjadikan poin lebih agar dapat memperkuat aktivitas *marketing public relations* dalam mempertahankan minat para pendengarnya dan menjadi nilai lebih bagi radio 99ers karena dapat berinteraksi juga dengan pendengar setianya tidak hanya saat on aair saja tetapi ketika online dan off air pun bisa berinteraksi. Saat online bisa berinteraksi dengan media sosial 99ers seperti komen di youtube channelnya, di instagramnya ataupun di twitter radio 99ers, saat off air juga bisa langsung bertemu dengan crew radio 99ers ketika ada event di suatu tempat yang melibatkan radio 99ers dengan bekerja sama dengan pihak perusahaan lain, cafe ataupun hotel.

Twitter pun menjadi salah satu dari ketiga media sosial yang dipakai oleh radio 99ers dalam mempublikasikan setiap programnya. Di twitter ini sendiri radio 99ers mengemasnya secara baik berbeda halnya dengan instagram yang lebih memfokuskan untuk desain, twitter ini sendiri lebih untuk merepost ulang program informasi atau kegiatan yang sudah di upload di instagram, karena terkadang followers di twitter orang-orangnya tidak semua memfollow akun instagram radio 99ers yang di instagram dengan begitu ketiga sosial

media yang di gunakan oleh radio 99ers benar-benar dipergunakan dengan baik karena sudah diperhitungkan dan dibuatkan fokus atau kegunaan-kegunaannya sendiri agar dapat saling melengkapi setiap kekurangan dan kelebihan dari setiap media sosial yang digunakan oleh 99ers dengan begitu radio pun masih menjadi bagian media massa yang masih banyak digandrungi oleh masyarakat terutama para anak muda Bandung.

Gambar 4.5

Ttwitter radio 99ers.

Menurut Beben anggota staff dari Marketing & PR radio 99ers: *"karena marketing public relations ini sendiri pun masih mempromosikan radio kita sendiri seefektif apa orang mau mendengarkan kita ataupun mau mempromosikan di kita kaya gimana apakah ada dampaknya atau engga kalo misalnya orang engga ada dampaknya orang ga akan mau mendengarkan ataupun mengiklankan disini berarti radio masih di minati."* Menurutnya dengan banyaknya pihak lain yang ingin bekerja sama dengan radio 99ers baik itu dalam segi untuk mengiklankan cafe atau lainnya bisa dibilang radio ini masih banyak diminati oleh masyarakat teruntuk dalam mempromosikan barang agar dapat dengan mudah dikenal oleh masyarakat. Dengan melihat dampaknya pun dari setiap iklan yang di iklankan di radio 99ers sendiri pun bisa dilihat nantinya apakah membuat peningkatan terhadap barang yang di promosikan itu atau tidak sama sekali.

Peran media sosial yang digunakan oleh radio 99ers sendiri ini sangat penting melihat sekarang perkembangan jaman begitu pesat bahkan media massa bersaing dengan media sosial seperti youtube. Dari ketiga media sosial yang digunakan oleh radio 99ers ini sendiri. Radio 99ers sendiri lebih membina youtube channelnya dengan memberikan konten-konten yang menarik dengan menarik para musisi indie di kota Bandung. Melihat sekarang sedang hits kembalinya musik-musik indie folk dan lainya yang berkaitan dengan senja.

Dengan begitu bisa membuat youtube channel radio 99ers ini sendiri banyak subcribernya karena untuk mengumpulkan subcriber itu tidak mudah. Karena kita harus membuat konten-konten yang menarik dan harus menguploadnya setiap hari jika ingin cepat menaikan subcriber. Dan radio 99ers ini leih memanfaatkan media sosial sebagai kawan bukan lawan.

4.2.3 Pesan yang disampaikan *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio

Melihat dari segi penyampaian pesan yang harus kreatif dan mudah dicerna oleh masyarakat tentunya Marketing Public Relations harus bisa agar setiap pesan yang disampaikan ke masyarakan itu dapat dengan mudah menarik dan dimengerti oleh masyarakat. Melihat radio ini merupakan industri kreatif dimana ketika on air penyiar radio harus memiliki gaya bahasa, intonasi dan pelafalan kata yang enak didengar pendengar radio sendiri bisa mendengarkan radio tersebut dengan nyaman dan enjoy.

Selain dari penyiarnya sendiri yang harus kreatif dalam membawakan suatu program radio publikasi dari media sosial pun berpengaruh terhadap seberapa banyak pendengar yang mendengarkan program yang sudah di publikasikan. Tidak hanya sekedar publikasi nya saja tetapi pesan dalam publikasinya itu harus dimengerti apa nantinya yang akan program radio 99ers itu sendiri akan di siarakan sehingga membuat penasaran pengikut di media sosialnya dan nantinya akan mendengarkan secara streaming ke saluran radio 99ers di 100.0

fm Bandung. Dengan begitu pihak *Marketing Public Relations* sendiri berhasil menarik perhatian masyarakat terhadap minat mendengarkan radio. *"kalo untuk pesan yang dipublikasikan yaa bisa dibilang banyak warna baik dari segi apapun itu ya dari on air kita lebih memperbanyak warna musik seperti musik indie yang lagi ngehits dan old musik seperti musik tahun 1999. Dan dari segi penyampainnya pun lebih kekinian mengikuti perkembangan jaman seperti kata xabi dan lain-lain karena kita kan segmentasinya anak muda juga gaboleh siarannya yang bikin bete atau yang abal-abal, harus yang seru lah dengan tujuannya supaya para pendengar 99ers yang kebanyakan anak muda juga lebih mengerti apa pesan yang disampaikan."* Menurut kepala bagian Marketing & PR, Ramadhan.

Selain dengan menggunakan gaya bahasa yang mudah di cerna oleh pendengar dan masyarakat radio 99ers menilai bahwa pesan-pesan yang disampaikan itu efektif dan dapat menarik perhatian pendengarnya baik di media sosial atau pun ketika on air.

"Kalo seberapa efektif, kita belum pernah memiliki istilahnya penghargaan dan sebagainya tapi bisa dibilang efektif melihat jumlah pendengar ataupun ketertarikan para anak muda bandung kepada radio 99ers ini sendiri." Menurut kepala bagian Marketing & PR, Ramadhan, bahwa pesan-pesan yang sudah disampaikan seperti yang sudah diatas dijelaskan bahwa pesan-pesan itu efektif melihat dengan ketertarikan dan melihat jumlah pendengar radio 99ers ini sendiri yang kebanyakan anak muda masih minat untuk mendengarkan radio terkhususnya radio 99ers Bandung.

"pasti itu penyampaian dari penyiarnya mereka lebih persuasif lagi dengan menggunakan gaya bahasa kekinian yang lebih dimengerti oleh anak muda jaman sekarang." Menurut anggota staff Marketing & PR Beben, melihat dari pernyataan dari beben bahwa pesan yang disampaikan oleh setiap penyiar juga harus persuasif dengan menggunakan gaya bahasa yang kekinian seperti kata "santuy" dan kata-kata lainya yang sering dipakai oleh anak muda jaman sekarang. Agar pendengar tidak bingung ketika radio 99ers on air karena penyiarnya pun tidak memakai bahasa yang kaku atau formal karena itu sangat tidak cocok dan dapat membuat pendengarnya pun bosan.

Selain itu juga pesan yang kita sampaikan kepada pendengar setia radio 99ers bisa kita juga untuk bekerja sama dengan pihak lain untuk mengiklankan cafe, hotel dan lainnya di radio 99ers ketika break iklan saat program radio 99ers. *"kalo dibilang efektif, efektif karena dari iklannya sendiri sering beberapa kali iklannya di naikin atau disiarin jadi pendengar juga dapat mengetahui cafe-cafe yang lagi hits ataupun promo-promo lainnya."* Menurut angggota staff Marketing & PR Beben, bahwa dari pesan nya juga efektif karena kita bisa bekerja sama dengan pihak lain dan pasti masih banyak pihak lain yang ingin di iklankan di radio dengan begitu masih banyak juga masyarakat yang menggunakan media massa radio dan radio juga masih diminati dan didengar meskipun jarang yang mendengarkan di rumah tetapi di mobil pasti banyak yang masih mendengarkan radio.

Melihat dari beberapa jawaban dari para informan mengenai pesan-pesan yang disampaikan itu harus di informasikan dengan waktu

yang sesuai agar informasi yang diinformasikan ini dapat dengan mudah di pahami oleh masyarakat yang mendengarkan radio. radio pun harus bisa memberikan warna-warna lain yang dapat memberikan pengaruh positif kepada para pendengarnya yang membuat para pendengarnya ini setia atau menjadi loyal terhadap radio 99ers ini sendiri

Dari pesan yang disiapkan oleh radio 99ers ini sendiri pun lebih kepada mengikuti *trend* yang sedang *booming* di masyarakat dan lebih *colorfull* dengan menggunakan berbagai warna mencolok tapi seusai dengan apa yan nantinya akan di upload di media sosialnya, sehingga nantinya akan menarik perhatian setiap para followernya itu merupakan bagian dari strategi *marketing public relations* radio 99ers agar dapat mempertahankan minat para pendengar radio. tidak hanya itu radio 99ers pun memberikan sesuatu yang berbeda dengan radio lainnya yaitu leih menonjolkan khas yang lebih kekinian dan lebih dapat untuk dipahami oleh kaula-kaula muda bandung karena dengan begitu di era millenial ini dapat dengan mudah untuk menarik perhatian terkhususnya anak muda yang lebih cendurung untuk mendapatkan infomasi atau mendengarkan musik itu lebih mudah mengakses hp atau gadgetnya. Tentunya setiap pesan yang nantinya akan di upload di setiap media sosialnya seperti instagram, twitter dan youtube telah di olah dan di pertimbangkan karena harus hati-hati dalam pemilihan kata yang tepat supaya tidak terjadinya kesalahan yang dapat mengubah persepsi orang-orang. Dengan begitu pesan-pesan yang disampaikan

oleh radio 99ers ini jika dibilang efektif memang efektif karena dari segi desain-desainya pun sangat menarik.

4.3. Pembahasan

Dalam pembahasan ini, akan dilakukan analisis temuan wawancara dilapangan yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan teori-teori yang akan mengkaji hasil temuan data dilapangan. Sebagaimana analisis data atau hasil proses data yang didapat dari hasil wawancara dan akan di susun secara sistematis agar dapat dipahami dan dimengerti oleh orang lain.

Dalam analisis ini peneliti akan menjelaskan mengenai aktivitas Marketing Public Relations dalam mempertahankan minat pendengar radio 99ers Bandung. Dengan mengaitkan hasil temuan data dilapangan dengan teori.

Ada beberapa temuan yang peneliti peroleh dilapangan, antara lain mengenai aktivitas yang dilakukan oleh *Marketing Public Relations* radio 99ers 100fm Bandung dalam mempertahankan minat pendengar radio yaitu untuk lebih mendekatkan para pendengar setianya dengan para crew radio 99ers, Selain itu juga bisa untuk menjalin relasi tidak hanya dengan pendengarnya tapi dengan pihak lain atau mendapatkan klien yang dapat diajak bekerja sama ketika radio 99ers mengadakan kegiatan atau event, bisa juga ketika radio 99ers membuat konten youtube dan menggandeng salah satu perusahaan rokok atau perusahaan lainnya. Ada juga program yang biasanya sering dipublikasikan dengan bekerja sama dengan pihak lain seperti pihak hotel dan cafe yaitu program Pulang sore. Hal ini diungkapkan oleh kepala bagian Marketing & PR radio 99ers, Ramadhan, *“kalo program pulang sore mau siaran diluar kita sering bekerja sama dengan pihak luar ataupun kita mau membuat konten youtube kita pasti bekerja sama*

dengan pihak lain. ada pihak cafe, pihak hotel pihak perusahaan lain juga banyak."

Gambar 4.6

Publikasi program pulang sore di instagram dengan bekerja sama dengan pihak Shibuya Quarter.

Dengan pernyataan diatas bisa disimpulkan bahwa peran *Marketing Public Relations* sangat penting untuk keberlangsungan radio ini sendiri dalam meningkatkan pendapatan maupun mempertahankan minat para pendengar radio.

Melihat di era sekarang media massa semakin pesat dalam perkembangannya tidak hanya televisi tapi media sosial pun dapat menjadi media massa canggih yang semakin cepat dalam memberikan informasi dibanding televisi dan radio. Tetapi bagi radio sendiri khususnya radio 99ers dengan memberikan ide-idenya yang menarik menjadi satu pembeda dengan radio lainnya yang dapat mempertahankan minat para pendengarnya.

Dalam melakukan aktivitas *Marketing Public Relations* nya radio 99ers 100fm melakukan tiga O (on air, off air dan online). Menurut Ramadhan kepala bagian Marketing & PR, " .... *dengan kerjasama PR dan Marketing yang baik semua tiga o (on air, online & off air) itu akan lebih mudah pendengar jelas lewat on air kita cukup kuat di on air di online kita bisa menyapa pendengar dan keluhannya dengan lebih mudah tanpa perduli jarak dan lain sebagainya dan event dengan berbagai klien-klien kita dan diperkuat oleh PR dan marketing itu jadi face to face dengan pendengar kita."* Tentu on air pasti dilakukan setiap harinya di salurannya yaitu 100.0 fm dengan memberikan musik-musik atau memberikan informasi yang lagi viral dengan gaya bahasa yang kekinian dan mudah dipahami oleh pendengarnya yang kebanyakan anak muda. Off air pun dilakukan agar para pendengar setia radio 99ers bisa bertatap muka langsung dengan para crew radio 99ers dengan mengadakan suatu event dan bekerja sama dengan pihak lain. dan online bisa mendekatkan pendengar setia radio 99ers dengan membalas setiap keluhan ataupun menyapa dari para pendengar di media sosial 99ers seperti di instagram, twitter dan youtube channelnya.

Selain itu juga peneliti memperoleh temuan mengenai media sosial yang digunakan dalam aktivitas *Marketing Public Relations* radio 99ers 100fm. Radio 99ers 100fm sendiri lebih memanfaatkan media sosial sebagai kawan bukan

lawan. Karena dengan media sosial dan mengikuti perkembangan zaman agar dengan mudah dapat mengetahui apa yang lagi trending di masyarakat dan agar tidak disebut kurang update. Dari setiap media sosial yang digunakan radio 99ers itu memiliki fungsinya masing-masing. Untuk youtube channelnya sendiri terfokus untuk membuat konten baik live musik ataupun program radio 99ers sendiri, agar para pendengar radio 99ers tidak hanya bisa mendengarkan audionya saja tetapi juga bisa melihat visualnya dari youtube channelnya ini. instagram sendiri lebih terfokus untuk membuat desain dengan memberikan pesan-pesan yang dapat dengan mudah di pahami oleh para pengikutnya di instagram. Untuk twitter sendiri lebih terfokus untuk mempublikasikan setiap kegiatan, program, berita-berita yang sedang viral di masyarakat dan lebih memberikan informasi-informasi lainnya.

Soemirat & Ardianto (2012: 153) yang mengutip Wilcox menyatakan alat dan teknik Public Relations yang sering digunakan untuk menunjang marketing dan sasaran penjualan suatu bisnis disebut " Komunikasi Marketing" atau "*Marketing Public Relations"*. Staf PR yang bekerja dibidang ini biasanya tergabung dalam divisi marketing. Public Relations yang berorientasi marketing dibentuk oleh suatu divisi baru, yakni "komunikasi dan Marketing". PR dapat menjadi efektif menopang fungsi marketing, harus terlebih dahulu diperjelas dalam perencanaan marketing. Perencanaan harus matang dalam menentukan sasaran dan target perusahaan, yaitu dengan penerapan strategi dan taktik promosi untuk penjualan suatu produk.

Marketing public relations digunakan dalam perencanaan pemasaran (*marketing)* untuk mencapai sejumlah sasaran, sebagai berikut :

- Membantu perusahaan dan nama produknya agar lebih dikenal.

- Membantu mengenalkan produk baru atau peningkatan produk.
- Membantu meningkatkan suatu produk, seperti dalam menyempurnakan pesan iklan dan promosi dengan menambah informasi baru.
- Mencari pangsa pasar baru dan memperluas keberadaannya.
- Memantapkan semua citra yang positif bagi produk dan usahanya.

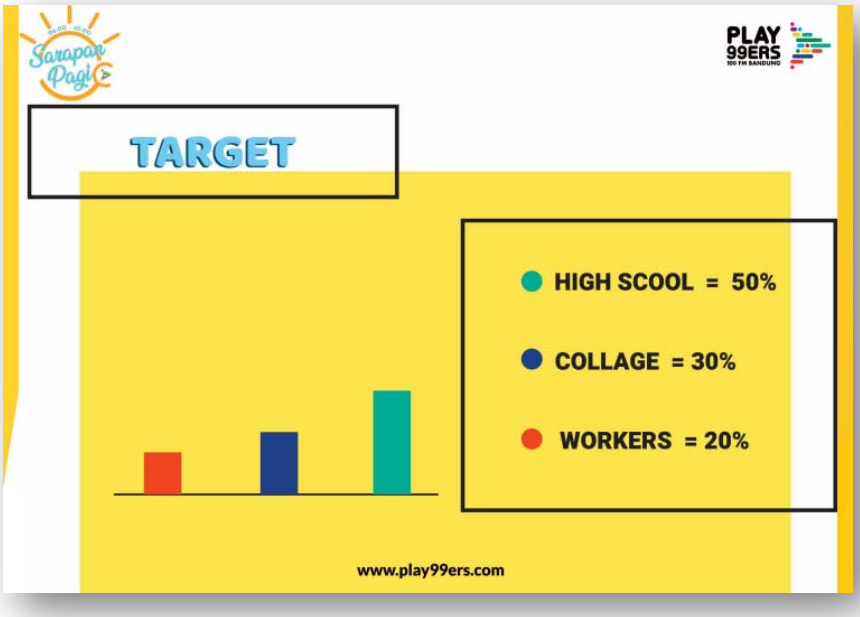
Melihat pernyataan diatas menurut para ahli bahwa *Marketing Public Relations* sendiri sangat membantu untuk perusahaan dikenal oleh khalayak/masyarakat, memperkenalkan program-program radio di 99ers ini sendiri, menjalin kerja sama dengan pihak lain dalam promosi atau iklan dan membuat citra yang positif bagi produk dan eksistensinya ketika pihak radio menjalin relasi dengan pihak lain.

Temuan lainnya dari hasil wawancara dilapangan yaitu mengenai seperti apa dan seberapa efektif pesan-pesan yang disampaikan oleh radio 99ers dalam mempertahankan minat pendengar radio. menurut Ramadhan kepala bagian Marketing & PR radio 99ers, *“ .... kalo untuk pesan yang dipublikasikan yaa bisa dibilang banyak warna baik dari segi apapun itu ya .... ”* untuk pesan yang disampaikan nya pun lebih banyak warna entah itu dari desain ataupun dari gaya bahasanya yang lebih kekinian dan dapat dengan mudah di pahami oleh masyarakat terkhusus kalangan anak muda yang menjadi segmentasi dari radio 99ers ini. *“ ...., ya mungkin bisa dibilang efektif melihat jumlah pendengar ataupun ketertarikan para anak muda Bandung kepada radio 99ers ini sendiri.”* Menurutnya pesan yang disampaikan radio 99ers ini juga efektif karena melihat ketertarikan anak muda bandung terhadap radio 99ers Bandung ini.

Melihat jumlah pendengar dan segmentasi di radio 99ers ini sendiri menurut Ramadhan sebagai kepala bagian Marketing & PR, *“kalo mengukur*

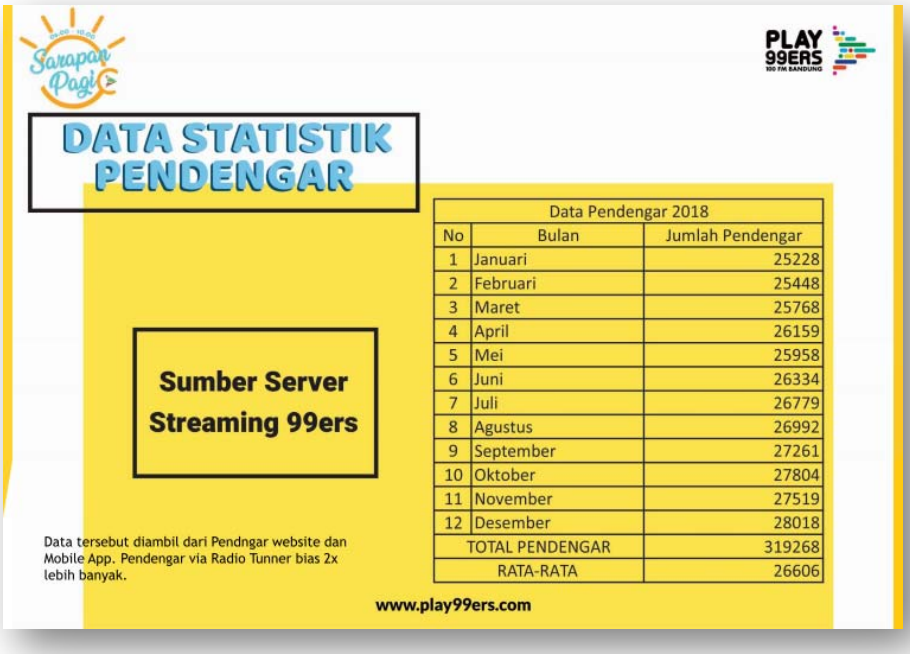
berapa pendengar kita itu diukurnya dari streaming online kita karena memang kalo pendengar di mobil itu tidak bisa kita tracking karena perlu dimengerti tidak bisa kita tracking karena sifatnya kalo dimobil itu kita memancarkan dan mobil menerima tapi kalo di streaming online itu kita uplod diserver kita dan pendengar kita masuk ke saluran kita dan langsung masuk ke server jadi kita tau berapa jumlah pendengar kita." Pihak radio 99ers mengukur dari jumlah pendengar streaming dengan asumsi kalo pendengar radio biasa bisa 2x lipat dari pendengar radio di mobil. Radio 99ers juga mengukur bukan dari jumlah followers sosial media tapi jumlah aktifnya jadi aktifnya di sosial media radio 99ers berapa orang yang aktif berapa orang yang melike, dan untuk diinstagram sendiri bisa dilihat insightnya, berapa orang yang share dan lain sebagainya. Pihak radio 99ers untuk menjual ke kliennya pun mudah dengan memperlihatkan ke klien bahwa pendengar radio 99ers ada. Dengan begitu mudah untuk mengukur berapa jumlah pendengar streaming dan berapa jumlah yang aktif di sosial media radio 99ers.

Dari ungkapan diatas bisa ditarik kesimpulan bahwa pendengar radio itu masih di minati oleh masyarakat dan jika dihubungkan dengan aktivitas *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh radio 99ers, bahwa peran upaya pemasaran, media sosial, dan pesan yang disampaikan itu sangat penting untuk dapat mengukur atau mempertahankan minat pendengar radio itu sendiri. Bisa kita lihat dari data statistik pendengar di radio 99ers 100fm pada tahun 2018 ini bahwa aktivitas *Marketing Public Relations* yang dilakukan oleh radio 99ers dalam mempertahankan minat pendengarnya ini bisa dikatakan efektif sesuai dengann target segmentasi nya kepada kalangan anak muda.



Gambar 4.7

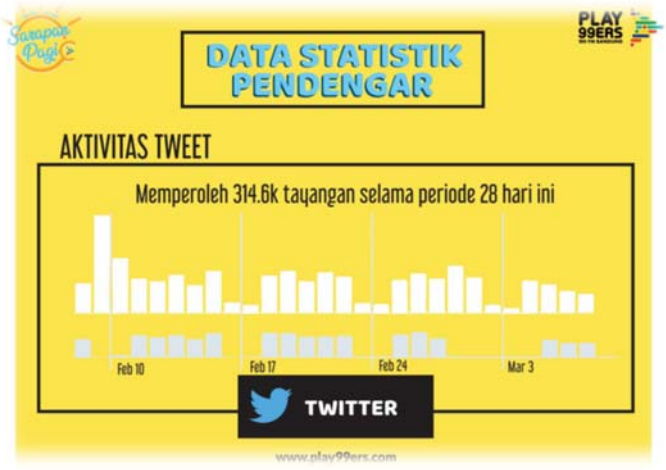
Presentase target pendengar radio 99ers.



Data Pendengar 2018		
No	Bulan	Jumlah Pendengar
1	Januari	25228
2	Februari	25448
3	Maret	25768
4	April	26159
5	Mei	25958
6	Juni	26334
7	Juli	26779
8	Agustus	26992
9	September	27261
10	Oktober	27804
11	November	27519
12	Desember	28018
TOTAL PENDENGAR		319268
RATA-RATA		26606

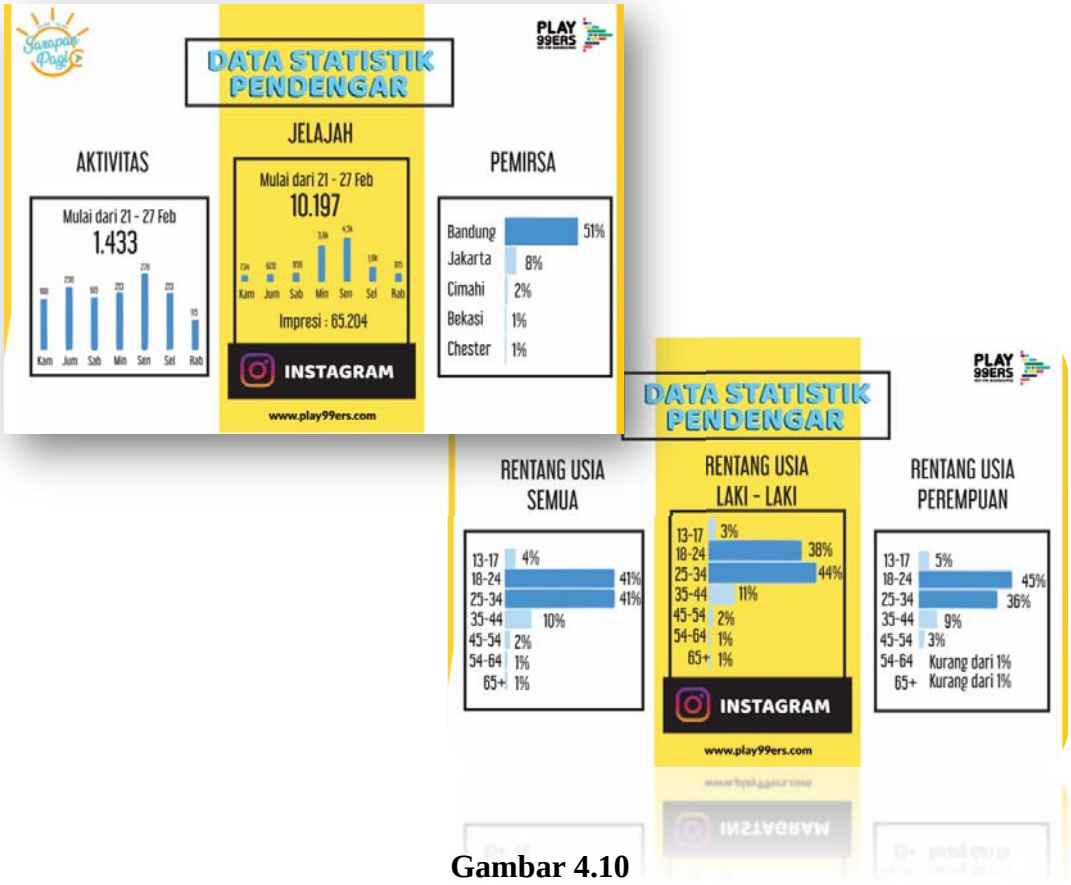
Gambar 4.8

Jumlah data statistik pendengar radio 99ers.



Gambar 4.9

Jumlah statistik data pendengar/aktivitas di twitter di radio 99ers.



Gambar 4.10

Jumlah data statistik pendengar/aktivitas di instagram radio 99ers.

Melihat data-data yang bersumber dari arsip dokumen radio 99ers mengenai jumlah pendengar radio dari sumber streaming web radio 99ers jika kita lihat total pendengarnya dari bulan Januari-Desember 2018 itu 319268 dan rata-ratanya yaitu 26606 orang pendengar streaming. Berbeda halnya dengan pendengar radio di mobil yang diasumsikan oleh radio 99ers bahwa pendengar radio di mobil lebih banyak dibanding dengan pendengar streaming bisa disebut 2x lipat lebih banyak pendengar radio di mobil daripada di rumah atau streaming.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan mengenai akktivitas *Marketing Public Relations* dalam mempertahankan minat pendengar radio 99ers 100FM Bandung. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aktivitas *Marketing Public Relations* dalam upaya pemasaran yang dilakukan oleh radio 99ers 100fm Bandung yaitu dengan mempermudah agar pendengar radio bisa lebih dekat dengan para crew radio seperti halnya membuat suatu kegiatan atau event. Atau juga disebut dengan tiga O (on air off air dan online). Dimana on air seperti iasanya melakukan siaran di saluran 100fm dengan memberikan musik-musik yang sedang di trending dikalangan anak muda dengan menyapa setiap para pendengarnya dengan menggunakan gaya bahasa yang kekinian. Agar para pendengar tetap bertahan mendengarkan radio 99ers dan penyiarnya pun harus kreatif supaya bisa menarik perhatian para pendengar radio. dengan pembahasan-pembahan yang mudah dipahami oleh kalangan anak muda. Off air juga membuat agar para pendengar setia radio 99ers yang hanya bisa mendengarkan saja, dengan diadaknya suatu event atau kegiatan dengan bekerja sama dengan pihak lain dapat bertemu langsung dengan para crew radio 99ers secara *face to face*. Secara online juga pihak radio 99ers memanfaatkan media sosial sebagai kawan bukan lawan dimana setiap sosial media yang digunakan oleh radio 99ers ini di manfaatkan dan di fokuskan berdasarkan kebutuhan akan pemasaran yang lebih penting untuk dapat memperkenalkan radio maupun program-programnya ini. Selain itu

juga pihak radio 99ers mencari klien agar dapat bekerja sama dengan salah satu program di radio 99ers yaitu program Pulang Sore. Tidak hanya ntuk mendapatkan eksistensi tapi pihak radio 99ers juga berusaha agar dapat mendapatkan keuntungan dengan bekerja sama dengan pihak lain. misalnya pihak cafe, hotel, CGV dan perusahaan lainnya.

2. Ada 3 Media sosial yang digunakan dalam Aktivitas *Marketing Public Relations* di radio 99ers 100fm Bandung. Yaitu youtube, instagram dan twitter. Ketiganya digunakan berdasarkan fokusnya masing-masing misalnya youtube channel lebih kedalam memberikan visualnya agar pendengar radio 99ers tidak hanya mendengarkanya saja tetapi juga dapat melihat aktivitas atau program-program di radio 99ers. Dan juga di youtube channelnya pihak radio 99ers berhati-hati dalam pemilihan setiap konten-konten menarik agar dapat mempunyai banyak subcribernya dan dapat meningkatkan lagi pendengar radio khusunya radio 99ers. Di instagram leih terfokus dalam desain-desain pamplet baik itu pamflet program-program di radio 99ers maupun pamflet kegiatan ataupun event dengan bekerja sama dengan pihak lain. di instagram juga pihak radio dapat mengetahui berapa banyak jumlah orang yang mendengarkan radio 99ers atau yang sering berkunjung ke instagram radio 99ers. Sedangkan di twitter sendiri pihak radio 99ers lebih memfokuskan sebagai alat publikasi baik itu program, kegiatan atau pun event yang melibatkan radio 99ers, informasi-informasi yang sedang trending pun bisa dilihat di twitternya radio 99ers dengan begitu followers di twitternya dapat mengetahui informasi terkini yang sedang trending. Dengan memanfaatkan ketiga media sosial itu radio 99ers isa mengetahui apa yang diinginkan oleh masyarakat khususnya kalangan

anak muda, dengan begitu radio 99ers bisa menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan bisa menarik perhatian masyarakat. Radio 99ers juga dapat mempertahankan para pendengar setianya karena radio 99ers ini sendiri dapat dengan baik mempergunakan media sosial dengan kebutuhan dan fungsi dari setiap media sosial itu.

3. Pesan yang disampaikan nya pun beragam warna dan dapat menarik perhatian masyarakat dengan desain-desain pamflet yang unik dan bahasa-bahasa yang dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat tidak hanya itu juga pihak radio 99ers selalu memberikan pesan yang leih kekinian dengan mengikuti kata-kata nge hits seperti xabi, santuy dan lain-lain yang lebih kekinian. Dengan begitu pendengar pun akan nyaman dan enjoy ketika mendengarkan radio 99ers baik dari penyiarnya maupun dengan musik-musik yang di putarkan. Musik-musik yang diputarkan pun harus sesuai dengan waktu memutarkan lagu misalnya ketika malam hari pasti memutarkan musik-musik slow dan musik pengantar tidur. Jika pesan yang sudah disampaikan itu bisa dicerna dengan baik dari gaya bahasa maupun warna yang beragam tentunya pesan itu isa dikatakan efektif untuk dapar menarik perhatian masyarakat dan mempertahankan minat para pendengar radio.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas peneliti akan memberikan beberapa saran, antara lain sebagai berikut :

1. *Maketing Public Relations* di radio 99ers 100fm Bandung harus lebih membuat ide-ide kreatif untuk dapat menarik perhatian

khalayak/masyarakat atau membuat kuis-kuis di media sosialnya suapaya dapat memberikan sesuatu yang berbeda dan baru di media sosialnya tidak hanya memberikan informasi tapi juga dapat memberikan hadiah bagi para pendengar setianya.

2. Guna lebih mengembangkan youtube channelnya dengan membuat konten-konten yang lebih kekinian, edukatif dan kreatif.
3. Membuat program radio yang unik dan berbeda dengan radio lainnya atau media massa lain agar dapat mempertahankan eksistensi radio dan mempertahankan minat pendengar radio.
4. Membuat suatu event atau seminar tentang dunia radio atau juga penyiar radio agar kalangan anak muda dapat mengetahui bagaimana cara menjadi penyiar yang komunikasinya lancar dan mengetahui dunia industri kreatif radio.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ardianto, Elvinaro (2011), *Handbook Of Public Relations Pengantar Komprehensif,* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro DKK (2015), *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Edisi Revisi 2015), Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro (2016), *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif,* Bandung: Sembiosa Rekatama Media.

Coulson, Colin-Thomas (1990), *Public Relations Pedoman Praktis Untuk PR,* Jakarta: PT Bumi Aksara.

Gunawan, Imam (2013), *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik,* Jakarta: PT Bumi Aksara

Kriyantono, Rachmat (2006), *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran,* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Mulyana, Deddy (2015), *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Edisi Revisi 2015), Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.

Nurjaman, Kadar & Umam, Khaerul (2012), *Komunikasi & Public Relations,* Bandung: Pustaka Setia.

Ruslan, Rosady (2012), *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi* (Edisi Revisi 2012), Jakarta: Rajawali Pers.

Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro (2012), *Dasar-Dasar Public Relations,* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Saputra, Wahidin & Nasrullah, Rulli (2011), *Public Relations 2.0 Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber 1010,* Jakarta: Gramata Publishing.

Yulianita, Neni, Hajjah (2012), *Dasar-Dasar Public Relations,* Bandung: P2U.

INTERNET

https://id.wikipedia.org/wiki/Radio (diakses pada tanggal 18-03-2019, 19.16 wib)

Dokumentasi

Foto bersama Pak Ramadhan kepala bagian Marketing & PR radio 99ers setelah melakukan sesi wawancara

Sesi wawancara dengan Pak Ramadhan Kepala Bagian Marketing & PR Radio 99ers

Sesi wawancara dengan Kang Beben anggota staff Marketing & PR Radio 99ers

Momen ketika melakukan sesi wawancara dengan kang Beben anggota staff Marketing & PR Radio 99ers 100fm setelah melakukan sesi wawancara

Foto bersama dengan kang Beben anggota staff Marketing & PR Radio 99ers setelah melakukan sesi wawancara

Penampilan salah satu band di acara Record Store Day 2019 Bandung.

Foto bersama acara Record Store Day 2019 Bandung

Foto kegiatan Sunday Fun Run bersama Amora

Foto bersama setelah melakukan kegiatan Sunday Fun Run bersama Amora

penampilan salah satu band di acara musik ODYSSEY

Foto bersama acara musik ODYSSEY bersama para pengisi acara

Foto bersama setelah kegiatan program pulang sore radio 99ers 100fm Bandung di Shibuya Quarter

PROFIL PENULIS

Ibnu Setiawan lahir di Ciamis 03 September 1997 tapi sekarang beliau tinggal di Cicalengka Kab. Bandung. Meskipun lahir di ciamis namun ia dibesarkan dan sekolah di Cicalengka. Ia lahir di keluarga yang sederhana dan menjungjung tinggi agama islam, ayahnya bernama Jeni Heri dan ibunya Eti Sumiati. Ia merupakan anak pertama dari dua orang bersaudara. Ia memiliki adik laki-laki yang bernama Aditya Alamsyah yang sekarang adiknya kelas 1 SMA. Motto hidupnya yaitu nikmati prosesnya dan tunggu hasilnya, apapun yang terjadi bawa santai saja. Ia adalah alumni SDN Cicalengka 8, SMP dan SMA Bina Muda Cicalengka dan saat ini, ia tercatat sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. Ia merupakan orang yang biasa-biasa saja tidak ada yang spesial darinya. Meskipun terkadang sering bertingkah konyol. Hobinya yaitu main musik.

Semasa kecil ia jarang sekali bermain dengan teman sebayanya, menginjak remaja ia memiliki banyak teman mungkin dulu ia waktu kecil belum terlalu baik berbaur dengan teman sebayanya berbeda dengan remaja, ia sangat mudah bergaul dan berbaur dengan orang lain. di sisi lain ia adalah anak yang rajin meskipun terkadang agak pemalas dan urak-urakan dalam bergayanya. Ia juga anak yang ramah, sopan dan murah senyum terhadap orang lain.

Ia memiliki cita-cita menjadi musisi internasional yang bisa keliling dunia dan pengusaha di bidang kuliner dan seni yang sukses serta ingin mengelilingi Indonesia dan dunia. Selain itu ia juga ingin membanggakan dan membahagiakan kedua orang tuanya meskipun dari sd sampai sekarang kuliah ia belum pernah mendapatkan prestasi apapun. Dengan harapan kedepannya ia ingin menjadi orang yang bermanfaat dan berguna untuk orang-orang terdekatnya dan keluarganya.