

ANALISIS *EMOTIONAL BRANDING* RADIO WARNA FM PADANG

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas

Oleh:

Indri Dwi Yastuti Rudianto

1510862028

Dosen Pembimbing :

- 1. Yesi Puspita, M.Si**
- 2. Revi Marta, M.I.Kom**



JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

2020

ABSTRAK

Analisis Emotional Branding Radio Warna FM Padang

Oleh :

Indri Dwi Yastuti Rudianto

1510862028

Pembimbing :

Yesi Puspita, S.Sos, M.Si

Revi Marta, M.I.Kom

Radio Warna FM Padang merupakan salah satu radio yang masih eksis di kota Padang. Terdapat berbagai usaha yang dilakukan oleh Radio Warna FM Padang untuk menarik pendengar. Salah satu di antaranya adalah dengan melakukan *branding*. Kegiatan *branding* yang dilakukan oleh Radio Warna FM Padang merupakan *branding* yang berorientasi pada pendengar mereka. Kegiatan tersebut dinamakan *emotional branding*. Pelaksanaan *emotional branding* yang dilakukan oleh Radio Warna FM Padang menjadikan seluruh aspek yang mereka sajikan didasari pada kebutuhan pendengar mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *emotional branding* yang dilakukan oleh Radio Warna FM Padang dengan menggunakan *Emotional Branding Theory* yang dikemukakan oleh Marc Gobé dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya Radio Warna FM Padang telah berkomitmen untuk menjadikan pendengar mereka sebagai bagian dari perusahaan dan kebutuhan pendengar sebagai acuan untuk menentukan hal-hal yang akan mereka sajikan. Radio Warna FM Padang hanya memfokuskan diri pada kelompok pendengar yang telah mereka kelompokkan pada segmentasi pendengar mereka, yaitu masyarakat yang berusia 17 – 35 tahun, *energetic*, bersemangat untuk mencapai sesuatu, berpikiran terbuka, dan berkarakter baik. Berdasarkan segmentasi pendengar ini, Radio Warna FM Padang pun menentukan visi perusahaan, *playlist* yang diputarkan, program yang diberikan, cara siaran Radio DJ, informasi yang disampaikan, iklan, materi promosi, dan media promosi yang digunakan. Selain itu, Radio Warna FM Padang juga melakukan beberapa usaha untuk terus menjaga hubungan antara perusahaan dengan pendengar. Usaha tersebut terdiri dari menggunakan nomor *handphone* yang terhubung dengan aplikasi *whatsapp*, memanfaatkan media sosial, mengadakan kuis berhadiah, dan membuat grup percakapan pada aplikasi *whatsapp*.

Kata Kunci : *Branding, Emotional Branding, Radio*

ABSTRACT

Analysis of Emotional Branding Radio Warna FM Padang

By :

**Indri Dwi Yastuti Rudianto
1510862028**

Supervisor :

**Yesi Puspita, S.Sos, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom**

Radio Warna FM Padang is one radio that still exists in Padang. There are various attempts made by Radio Warna FM Padang to attract listeners. One of them is by doing branding. The branding activities carried out by Radio Warna FM Padang is branding oriented to their listeners. This activity is called emotional branding. The emotional branding carried out by Radio Warna FM Padang makes all aspects that they are presents based on the needs of their listeners. Therefore, this study aims to analyze the emotional branding carried out by Radio Warna FM Padang using Emotional Branding Theory by Marc Gobé by using qualitative methods. The results of this study indicate that Radio Warna FM Padang has committed to making their listeners part of the company and the needs of listeners as a reference to determine the things they will present. Radio Warna FM Padang only focuses on the listeners they have grouped on their listener segmentation, namely people aged 17 - 35 years old, energetic, eager to achieve something, open-minded, and have good character. Based on this listener segmentation, Radio Warna FM Padang determines the company's vision, played playlist, provided programs, how Radio DJs do the broadcast, delivered informations, advertisements, promotional materials, and promotional media. In addition, Radio Warna FM Padang also do several efforts to maintain the relationship between the company and the listeners. The efforts consist of using a mobile number connected to the whatsapp application, using social media, holding a quiz with prizes, and creating a conversation group on the whatsapp application.

Keywords : Branding, Emotional Branding, Radio