

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, M. J., & Cameron, E. 2008. Critical success factors in destination marketing. *Tourism and Hospitality Research*, 8(2), 79–97
- Bryson, Robert Harvey. 2000. *The Impact of Precarious jobs on life decisions and choices. Paper prepared for the 15th Annual Employment Research Unit Conference, Cardiff Business School, 6-7th September.*
- Creswell, J. W. 2010. *Research Design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed.* Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Data Indonesia.id. Pengguna Media Sosial di Indonesia sebanyak 167 juta pada 2023 (<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>) Diakses 13 Juli 2023 Pukul 13.16
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management: Concepts and Cases.* Edition 13th Pearson Education
- Dictionary.com. Content – Define Content . (<https://www.dictionary.com/browse/content>) Diakses 4 Oktober 2023 Pukul 12.48
- Fill, Chris. 2002. *Marketing communications: contexts, contents and strategies.* Edition 3th Pearson PTR
- Helina, M. G. 2012. Strategi Komunikasi Pemasaran Paranti 105.6 FM Pandeglang dalam Mendapatkan Iklan. *Skripsi.* Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Hendryadi, Tricahyadinata, I., & Zannati, R. 2019. *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik.* Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Husein, Umar. 2010. *Riset pemasaran dan bisnis.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indriantoro, Nur., Supono, Bambang. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk. Akuntansi dan Manajemen.* Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Scheff, J. 1997. *Standing room only: Strategies for marketing the performing arts.* Harvard Business School Press.
- Margono, S. S., Subahar, R., Hamid, A., Wandura, T., Sudewi, S. S. R., Sutisna, P., & Ito, A. 2001. Cysticercosis in Indonesia: epidemiological aspects. *Southeast Asian Journal of Tropical Medicine and Public Health*, 32, 79–84.
- McLuhan, M. 1964. *Understanding Media: The extensions of man.* London MIT Press.

- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-36, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Moran, J.M.M. 2016. *Outside-In Marketing: Using Big Data to Guide your. Content Marketing*. 1. edn., IBM Press. Morrisian. 2010.
- Morissan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan. Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Oramahi, H. A. 2012. *Jurnalistik Radio: Kiat Menulis Berita Radio*. Penerbit. Erlangga: Jakarta. Halaman web Radio Republik Indonesia Bogor. www.rri.co.
- Patty, A. D. P., dkk. 2023. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Tiktok Dalam Membangun Citra Merek (Brand Image) Rolag Café Surabaya*. Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945
- Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran: strategi dan taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia, 82–87.
- Setiadi. 2013. *Konsep dan Praktik Penulisan Riset Keperawatan* (2nd ed.).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. 2015. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta ; ANDI
- Van Dijk. 2013. *The Culture of Connectivity: Critical History of Social Media*. UK: Oxford. University Press. Widada, Cahyana Kumbul.
- Wijaya, B, S. 2013. *Dimensions of Citra Merek (Brand Image): A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication. European Journal of Business and Management* ISSN (Paper) 2222-1905 ISSN (Online) 2222-2839. 5. 55-65. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yusuf. 2017. *Media Sosial Sebagai Media Massa Di kalangan Remaja (studi etnografi virtual identitas dan presentasi diri remaja Indonesia di Instagram)*. Jurnal Retorika, 9.pp. 155-174

LAMPIRAN

PROFIL PENULIS



Nama : Citrasuci Ramadhani Amritsjar
 NIM : E021191079
 Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 26 November 2000
 Alamat : Jl. Nuri, No. 44, Kel. Kampung Buyang, Kec.
 Mariso, Kota Makassar
 Nama Ayah : Amritsjar Hasaruddin, S. S
 Nama Ibu : Kamsia Hi Mide

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2019 – Sekarang : Universitas Hasanuddin
 Tahun 2015 – 2018 : SMK Perbankan Riau
 Tahun 2012 – 2015 : SMP Indonesian Creative School Pekanbaru
 Tahun 2006 – 2012 : SD IT Dar El Hikmah Pekanbaru
 Tahun 2004 – 2006 : RA Amali Tangerang

A. Pedoman Wawancara Mendalam

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO PRAMBORS MAKASSAR DALAM MEMPERKUAT CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) MELALUI INSTAGRAM @WADYABALAMAKASSAR

i. Orientasi

1. Memperkenalkan diri.
2. Menjelaskan maksud dan tujuan wawancara disertai dengan manfaat penelitian dan menjelaskan kerahasiaan informan terjamin.
3. Meminta calon informan menandatangani surat pernyataan kesediaan menjadi informan.
4. Melakukan kontrak wawancara, menawarkan waktu wawancara 15-20 menit.

ii. Inti

Setelah calon informan menandatangani surat pernyataan kesediaan menjadi informan, selanjutnya peneliti mewawancarai informan dengan merekam isi pembicaraan dengan alat perekam.

Pertanyaan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

Variabel	Subvariabel/Aspek	Pertanyaan
Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Prambors Makassar dalam Memperkuat <i>Brand Image</i>	1. Konsep besar @Wadyabalamakassar 2. Perencanaan konten 3. SOP	1. Apa tujuan dari pembentukan <i>branding</i> @wadyabalamakassar? 2. Apa pesan utama yang ingin dibawa oleh @wadyabalamakassar? 3. bagaimana pemilihan target pasar @wadyabalamakassar?

		4. Bagaimana proses pembuatan <i>Content Plan</i> @wadyabalamakassar? 5. Bagaimana proses transformasi <i>Content Plan</i> ke dalam Instagram @wadyabalamakassar 6. Bagaimana proses ideasi dalam pembuatan konten di @wadyabalamakassar? (visual dan konten) 7. Bagaimana Anda mengemas konten @wadyabalamakassar agar menarik bagi audiens? 8. Bagaimana Alur Komunikasi tim Radio Prambors dalam menggarap @wadyabalamakassar? 9. Bagaimana Standar Operasional pembuatan konten @wadyabalamakassar? 10. Bagaimana menentukan kelayakan sebuah konten dapat ditayangkan
Dimensi pembentuk <i>brand image</i> Radio Prambors Makassar pada Instagram @Wadyabalamakassar (Dimensi Pembentuk	1. <i>Brand Identity</i> (Identitas merek) 2. <i>Brand Personality</i> (Kepribadian merek)	1. Bagaimana proses ideasi pembuatan <i>key visual</i> desain di Instagram @wadyabalamakassar? 2. Apa dasar penggunaan warna di @wadyabalamakassar?

<i>Brand Image</i> Wijaya, 2013)	3. <i>Brand Association</i> (Asosiasi merek) 4. <i>Brand Behaviour and Attitude</i> (Perilaku dan sikap merek) 5. <i>Brand Competence and Benefit</i> (Kompetensi dan manfaat merek)	3. Identitas Radio Prambors apa yang ditampilkan di Instagram @wadyabalamakassar? (Misalnya pada Pemilihan warna, Font pada design, atau Mood dalam sebuah foto atau video) 4. Persona apa yang coba dibentuk oleh @wadyabalamakassar? 5. Bagaimana @wadyabalamakassar berinteraksi dengan audiens? 6. Bagaimana cara @wadyabalamakassar membuat konten yang mudah diingat oleh khalayak? 7. Bagaimana konsistensi yang dibuat oleh radio prambors dalam menciptakan keunikan tersendiri? 8. Hal seperti apa yang selalu berkaitan dengan Radio Prambors di @wadyabalamakassar? 9. Berdasarkan visi & misi Radio Prambors, adakah poin utama yang ingin ditonjolkan pada konten @wadyabalamakassar?
---	---	--

		10. Sikap dan perilaku penyiar seperti apa yang coba ditampilkan di @wadyabalamakassar? 11. Persepsi apa yang diharapkan oleh @wadyabalamakassar terhadap audiens? 12. Nilai-nilai dan manfaat apa yang ditampilkan dan diberikan di @wadyabalamakassar? 13. Bagaimana @wadyabalamakassar dalam menampilkan keunggulan radio prambors?
--	--	--

iii. Terminasi

1. Menyimpulkan hasil wawancara.
2. Menyampaikan terima kasih.
3. Mengakhiri wawancara.

B. Dokumentasi



Wawancara dengan *Operational Manager* di kantor Radio Prambors Makassar



Observasi kegiatan *Program Director dan Editor* di kantor Radio Prambors

Makassar



Wawancara dengan *Program Director* dan *Editor* di kantor Radio Prambors

Makassar



No : 004/PMKS/OPS/KET-PK/XII/23
Hal : Surat Keterangan Hasil Penelitian

**Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial & Politik UNHAS**

Yang bertanda tangan dibawah ini Operational Manager Radio Prambors Makassar, menerangkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin berikut ini:

Nama : Citrasuci Ramadhani Amritsjar
NIM : E021191079
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan yang sesungguhnya bahwa nama mahasiswa tersebut di atas **BENAR** telah melaksanakan Penelitian Lapangan atau Wawancara di Radio Prambors Makassar, dengan Judul Penelitian **“Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Prambors Makassar dalam Membangun Citra Merek (*Brand Image*) Melalui Instagram @wadyabalamakassar”**.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan oleh yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Hormat Kami,
Prambors Makassar


Andriawan
Operation Manager







PT Bayureksha
DR. Sam Ratulangi nomor 35
(Mall Ratu Indah Makassar, Lantai 4)
Telp. 0411 834556

Surat Keterangan Penelitian oleh Radio Prambors Makassar



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**
Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 10 Makassar 90245
Telepon (0411) 585024, FAX (0411) 585024
Laman www.fisip.unhas.ac.id

Nomor : 7237/UN4.8.1/PT.01.04/2023
Hal. : ***Izin Penelitian/Wawancara***

29 September 2023

Yth. Pimpinan Radio Prambors Makassar
Mall Ratu Indah
Jl. Dr. Ratulangi Kec. Mamajang
Makassar

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang tersebut berikut ini :

Nama : **Citrasuci Ramadhani Amritsjar**
Nomor Pokok : E021191079
Departemen : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Nuri No. 44 Makassar
Waktu Penelitian : Nopember s.d. Desember 2023

Bermaksud untuk melakukan penelitian lapangan/kepastakaan dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

"Strategis Komunikasi Pemasaran Radio Prambors Makassar Dalam Membangun Brand Image Melalui Instagram @Widyabalamakassar"

Sehubungan dengan hal tersebut, maka kami mohon agar yang bersangkutan diberikan izin untuk melakukan penelitian yang dimaksud.

Demikian penyampaian kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kemahasiswaan



Prof. Dr. Hasniati, S.Sos., M.Si
NIP. 196801101997022001

Tembusan :

1. Kepala Biro Humas Kementerian Sekretariat Negara RI
2. Kasubag. Pendidikan Fisip Unhas
3. Pertinggal

PERMOHONAN MENJADI INFORMAN

Kepada Yth.:

Bapak/Ibu Calon Informan Penelitian
Di Radio Prambors Makassar, Mall
Ratu Indah, Jl. DR. Ratulangi, Kec.
Mamajang, Kota Makassar, 90113

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Citrasuci Ramadhani Amritsjar

NIM : E021191079

Adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang sedang melakukan penelitian dengan judul **Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Prambors Makassar dalam Membangun *Brand Image* Melalui Instagram @Wadyabalamakassar.**

Penelitian ini tidak menimbulkan akibat yang merugikan Bapak/Ibu sebagai informan dan kerahasiaan informasi yang diberikan akan dijaga serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Apabila Bapak/ Ibu menyetujui, maka saya mohon kesediaannya untuk menandatangani persetujuan dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu informan, saya ucapkan terima kasih.

Makassar, 29 September 2023

Peneliti



(Citrasuci Ramadhani Amritsjar)

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari **Citrasuci Ramadhani Amritsjar** yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Prambors Makassar dalam Membangun Brand Image Melalui Instagram @Wadyabalamakassar**.

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 29 - 09 - 2023

Tertanda,

(.....
Amritsjar
.....)

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI INFORMAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bersedia menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Citrasuci Ramadhani Amritsjar yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Prambors Makassar dalam Membangun *Brand Image* Melalui Instagram @Wadyabalamakassar**.

Saya memahami bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap diri saya dan akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu saya bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, ²⁹.....-09-2023

Tertanda,


(A. DIMAS RADITYA N.
.....)