

ABSTRAK

Noviansyah, Nafa Nadzilla. 2025, *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INOVASI PEMASARAN RADIO KISS FM (Studi Kasus PT. Kirana Sentrasvara Jember)* Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing H. Mohammad Thamrin Ir.,M.Si

Kata Kunci: *Inovasi Pemasaran, Radio Kiss FM, Faktor Internal, Faktor Eksternal, Pemerintah Daerah..*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi pemasaran di Radio Kiss FM, sebuah stasiun radio lokal di Kabupaten Jember. Dalam era digital yang ditandai dengan perubahan perilaku konsumen dan kemajuan teknologi, stasiun radio menghadapi tantangan yang signifikan dalam mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus, yang melibatkan wawancara mendalam dengan manajemen, penyiar, dan pendengar Radio Kiss FM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi pemasaran di Radio Kiss FM dipengaruhi oleh faktor internal, seperti kapasitas sumber daya manusia dan budaya inovasi, serta faktor eksternal, termasuk perubahan tren konsumen dan kemajuan teknologi. Selain itu, peran pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan inovasi pemasaran juga menjadi faktor penting. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi stasiun radio lokal lainnya dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif di tengah persaingan yang semakin ketat.

ABSTRACT

Noviansyah, Nafa Nadzilla. 2025, *FACTORS AFFECTING THE MARKETING INNOVATION OF KISS FM RADIO (Case Study of PT. Kirana Sentrasvara Jember)* Thesis of the Communication Science Program, Faculty of Social and Political Sciences. Muhammadiyah University of Jember. Mentor H. Mohammad Thamrin Ir.,M.Si

Keywords: *Marketing Innovation, Radio Kiss FM, Internal Factors, External Factors, Local Government.*

This study aims to analyze the factors influencing marketing innovation at Radio Kiss FM, a local radio station in Jember Regency. In the digital era marked by changes in consumer behavior and technological advancements, radio stations face significant challenges in maintaining their existence. This research employs a qualitative descriptive approach using a case study method, involving in-depth interviews with management, broadcasters, and listeners of Radio Kiss FM. The findings indicate that marketing innovation at Radio Kiss FM is influenced by internal factors, such as human resource capacity and innovation culture, as well as external factors, including changing consumer trends and technological advancements. Additionally, the role of local government in supporting the development of marketing innovation is also a crucial factor. This study is expected to provide insights for other local radio stations in developing effective marketing strategies amid increasingly fierce competition.

