

## BAB I

### PENDAHULUAN

Di era modern ini, perkembangan media sosial dan informasi berlangsung sangat pesat. Beragam jenis media informasi kini tersedia, seperti televisi, radio, internet, serta media cetak.<sup>1</sup> Diantara berbagai media tersebut, radio tetap menjadi salah satu media yang menarik dan memiliki keunikan tersendiri.

Radio memiliki karakteristik yang khas, sehingga tetap menjadi salah satu pilihan utama masyarakat dalam memperoleh hiburan, informasi, imajinasi, sekaligus edukasi.<sup>2</sup> Media ini memiliki kecepatan dalam penyampaian informasi yang tidak dimiliki oleh media lainnya, serta menawarkan efisiensi karena mudah dibawa ke mana saja. Dengan jangkauan siaran yang luas dan kemampuannya untuk menghubungkan berbagai kalangan, radio tetap eksis meskipun jenis media informasi semakin beragam. Keunggulan lainnya, radio dapat dinikmati kapan saja dan di mana saja tanpa memerlukan perangkat yang canggih atau berbiaya tinggi. Saat ini, akses terhadap radio juga semakin mudah melalui berbagai aplikasi yang tersedia digawai seperti *handphone*, *radio portabel*, pemutar *DVD*, sistem audio kendaraan, hingga televisi yang memiliki fitur radio.

---

<sup>1</sup> Apriadi Tamburaka, literasi media: *Cerdas Bermedia Khalayak Media Sosial* ( jakarta: PT Rajagrafindo perada, 2013), hal.75

<sup>2</sup> Nur Aahmad, "*Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik*," jurnal komunikasi dan penyiaran islam 10,no 2 (2021):45-56, diakses 8 desember 2024, <https://journal.iainkudus.ac.id/>

Radio memiliki basis pendengar yang sangat loyal. Loyalitas ini tercermin dari partisipasi aktif masyarakat terhadap berbagai program siaran, seperti program permintaan lagu melalui SMS, telepon, atau melalui komunitas-komunitas pendengar yang terbentuk secara mandiri oleh para pendengar itu sendiri. Salah satu alasan utama mengapa radio tetap menjadi media pilihan bagi masyarakat adalah karena fleksibilitasnya yang mana radio dapat didengarkan sambil melakukan berbagai aktivitas dan di lokasi mana pun, tanpa mengganggu kegiatan utama pendengarnya.

Ray G. Pendroch, dkk dalam bukunya *Media Facebook-Kapisasan Nanga Broadcasting sa Pilipinas* menyatakan bahwa radio memiliki ciri khas yang menonjol, seperti kemampuannya dalam membangkitkan imajinasi, kecepatan penyampaian informasi yang sulit disaingi oleh media lain, serta efisiensi dan portabilitasnya sebagai alat komunikasi. Selain berfungsi sebagai sarana hiburan, radio juga dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi, promosi, kampanye, hingga persuasi.<sup>3</sup>

Dari sisi ekonomi, media radio tergolong lebih terjangkau dibandingkan dengan media informasi lainnya. Hal ini membuat radio dapat menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas, mulai dari kalangan bawah hingga menengah ke atas. Di Indonesia, kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum mampu membeli perangkat media informasi dengan konten lengkap,

---

<sup>3</sup> Morisan, *Manajemen Media Penyiaran* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), hal 95

seperti televisi, ponsel pintar, atau layanan internet. Oleh karena itu, radio menjadi alternatif yang lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan.

Melalui radio, masyarakat dapat mengakses berbagai jenis konten seperti hiburan, edukasi, informasi, hingga inspirasi dengan mudah, kapan saja dan dimana saja. Selain itu, radio juga memiliki potensi besar dalam dunia periklanan karena mampu menyampaikan promosi produk yang telah dirancang khusus untuk target audiens tertentu secara efektif.

Dalam dunia penyiaran radio, hubungan yang signifikan tidak hanya terjalin antara stasiun radio dan pendengarnya, tetapi juga melibatkan pihak lain yang tak kalah penting, yaitu pengiklan. Peran iklan pada radio swasta sangat vital, bahkan dapat dikatakan bahwa iklan merupakan sumber kehidupan bagi operasional stasiun radio tersebut. Melalui iklan, radio memperoleh dana yang mendukung kelangsungan aktivitas operasional sehari-hari.

Keberlangsungan operasional radio didukung oleh adanya iklan, pendengar setia, serta kerjasama yang baik antara tim pemasaran dan karyawan. Aktivitas di radio dapat berlangsung secara berkelanjutan karena adanya dukungan dari iklan, yang menjadi sumber pendapatan utama radio melalui banyaknya pengiklan yang memasang iklan produk, jasa, atau menjalin kerjasama sesuai kesepakatan dengan stasiun radio. Dengan demikian, hubungan antara stasiun radio dan pengiklan dapat dikatakan sebagai simbiosis mutualisme, yaitu hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Para pengiklan memiliki kesempatan untuk memperkenalkan produk, jasa, bahkan perusahaan mereka kepada masyarakat atau calon konsumen dalam cakupan yang lebih luas melalui radio. Disisi lain, stasiun radio juga mendapatkan keuntungan karena para pengiklan memberikan dana sebagai imbalan atas waktu tayang iklan atau melalui bentuk kerja sama lainnya dengan stasiun radio tersebut.

Salah satu keunggulan utama radio adalah kemampuannya dalam meyakinkan pendengar. Oleh karena itu, penyiar radio berperan sebagai sarana penting bagi para produsen, baik barang maupun jasa, dalam menjalankan iklan. Tujuannya adalah agar masyarakat tertarik mendengarkan promosi produk yang disampaikan, sehingga memberikan dampak positif terhadap citra merek dan peningkatan penjualan produk tersebut.

Selain iklan, terdapat berbagai bentuk kerja sama antara stasiun radio dan pengiklan. Tidak hanya terbatas pada pemasangan iklan berupa spot atau adlips saja, tetapi juga mencakup kerja sama lain yang saling menguntungkan kedua pihak, seperti barter, semi barter, kerja sama dalam penyelenggaraan event, sponsor program, serta sistem bagi hasil berdasarkan kesepakatan antara radio dan pengiklan.

Hubungan periklanan yang loyal, tahan lama, dan terus berkembang dengan berbagai stasiun radio menjadi salah satu indikator keberhasilan radio dalam membina hubungan yang baik dan memberikan pelayanan terbaik kepada

pengiklan. Sudah menjadi hal yang wajar bagi stasiun radio untuk terus berinovasi dan menciptakan program-program menarik bagi pendengar. Selain bertujuan menarik perhatian pendengar, radio juga menyajikan acara yang unik dan menarik, termasuk menyediakan lagu-lagu terbaik serta menghadirkan penyiar yang profesional guna menarik minat pengiklan.

Pendengar merupakan aset berharga bagi sebuah stasiun radio, karena semakin banyak pendengar yang dimiliki, semakin besar pula minat para pengiklan untuk memasang iklan produk, jasa, atau lembaga mereka di radio tersebut. Dari sudut pandang pengiklan, beriklan di stasiun radio dengan jumlah pendengar yang banyak berarti mereka dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen, sehingga hal ini sangat menguntungkan bagi mereka.

Sama halnya seperti menjaga hubungan dengan pendengar agar tetap setia pada stasiun radio, hubungan dengan pengiklan juga harus dirawat dengan baik. Meski sebuah stasiun radio memiliki banyak pendengar, jika pelayanan dan komunikasi dengan pengiklan tidak terjaga dengan baik, para investor atau pengiklan tidak akan tertarik untuk memasang iklan produk mereka di stasiun tersebut.

Radio Paranti 105,6 FM Pandeglang merupakan stasiun radio swasta yang beroperasi di Kabupaten Pandeglang dan memiliki jumlah pendengar yang cukup besar, terutama di wilayah Pandeglang, Lebak, dan sekitarnya. Sebagai

radio swasta, Radio Paranti sangat bergantung pada keberadaan pengiklan untuk mendukung kelancaran operasional sehari-hari.<sup>4</sup>

Berbeda dengan kebanyakan radio lain yang hanya mengandalkan departemen pemasaran khusus untuk mengatur strategi *marketing*, Radio Paranti menerapkan sistem “*All Crew Is All Sales*,” di mana seluruh anggota kru radio berperan sebagai tim sales marketing. Setiap crew memiliki tanggung jawab untuk turut serta membantu kegiatan pemasaran, terutama jika mereka memiliki kemampuan dan kesempatan untuk melakukannya.

Radio paranti 105,6FM menerapkan strategi dan pengaturan yang disetujui oleh pimpinan radio dan tetap akan melalui bagaian *marketing* yang telah ditugaskan untuk mengurus berbagai keperluan dan administrasi lainnya. Kebanyakan radio tidak terlalu aktif untuk menawarkan kerja sama kepada pengiklan atau bahkan hanya menunggu para klien yang berdatangan untuk memasang iklan dengan menyebarkan *company profile* kepada perusahaan-perusahaan tertentu. Biasanya ini terjadi pada radio yang sudah memiliki nama besar dan berada di perkotaan.

Radio Paranti 105.6 FM Pandeglang, sebagai radio lokal, menyediakan berbagai peluang bagi pengusaha menengah maupun pelaku usaha daerah untuk mempromosikan produk atau perusahaan mereka melalui radio ini. Tim marketing dari crew radio secara aktif melakukan pendekatan langsung atau yang

---

<sup>4</sup> “Radio Muara Paranti,” *Radio Muara Paranti Network*, diakses pada 20 desember 2024, <https://radiomuaranetwork.id/radio-muara-paranti/>

dikenal dengan istilah “jemput bola.” Pendekatan ini tentu berbeda jika dibandingkan dengan penawaran kepada pengiklan besar yang sudah memiliki kerja sama dengan media, karena pengiklan kecil atau menengah membutuhkan strategi yang lebih personal dan proaktif.

Pendekatan kepada masyarakat juga membutuhkan strategi yang berbeda, seperti menjelaskan jadwal tayang iklan, biaya produksi iklan, serta memberikan bukti siar. Hal ini penting karena banyak perusahaan kecil dan menengah yang belum terbiasa dengan sistem kerja sama dalam periklanan media, terutama media elektronik. Hal tersebut dapat dilihat dari profil pengiklan yang bekerja sama dengan Radio Paranti, yang tidak hanya terdiri dari perusahaan besar, tetapi juga berbagai usaha kecil dan menengah seperti toko pakaian, butik lokal, rumah makan, toko peralatan rumah tangga, salon kecantikan, dealer motor, serta banyak UMKM lainnya.

#### **A. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana strategi pemasaran iklan pada Radio Muara Paranti 105.6 FM Pandeglang, Banten?

#### **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan strategi pemasaran iklan yang diterapkan oleh Radio Muara Paranti 105.6 FM di Pandeglang, Banten.

### **C. Manfaat Peneliti**

Dalam penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat, baik dari segi teori maupun praktik, yang akan dijelaskan sebagai berikut.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu menambah wawasan dan pengetahuan pribadi, serta menjadi referensi bagi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Selain itu, peneliti juga sangat berharap dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran iklan pada Radio Muara Paranti 105.6 FM Pandeglang, Banten.

#### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada pembaca dalam memahami ilmu strategi pemasaran iklan pada radio muara paranti 105.6 FM pandeglang banten lebih detailnya strategi pemasaran iklan. Semoga penelitian ini bisa menjadi referensi atau pedoman bagi para mahasiswa semester akhir.