

ABSTRAK

Perkembangan media massa yang pesat telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi. Namun, radio tetap menjadi salah satu media komunikasi yang masih diminati. Radio Suara Bangkalan FM (SBFM), sebagai radio konvensional di bawah naungan pemerintah Kabupaten Bangkalan, memiliki misi untuk memberikan informasi, edukasi, dan hiburan kepada masyarakat, sekaligus berpotensi meningkatkan pendapatan operasionalnya. Sayangnya, sumber pendapatan Radio Suara Bangkalan FM masih sangat terbatas, sementara beban operasionalnya sepenuhnya ditanggung oleh Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Berdasarkan data observasi, pendapatan Radio Suara Bangkalan FM hanya berasal dari layanan pelaporan kehilangan masyarakat, sedangkan biaya operasional dan gaji tenaga kerja sepenuhnya bergantung pada APBD. Situasi ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih efektif untuk mengatasi tantangan tersebut.

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Radio Suara Bangkalan Fm dalam meningkatkan Pendapatan Radio Suara Bangkalan Fm. Penelitian ini Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Temuan menunjukkan bahwa radio SBFM hanya menerapkan tiga dari tujuh elemen Integrated Marketing Communication (IMC), yaitu advertising, Public Relation, serta interactive marketing. Namun, implementasi elemen-elemen ini belum optimal akibat keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Radio SBFM belum berhasil meningkatkan Pendapatannya. Pendapatan dari aktivitas pemasaran masih jauh dari potensi maksimal. Oleh karena itu, optimalisasi elemen IMC lainnya, seperti personal selling, direct marketing, sales promotion, dan event marketing, diperlukan untuk menjangkau lebih banyak mitra bisnis dan pendengar. Dengan perbaikan strategi dan pelaksanaan yang konsisten, Radio Suara Bangkalan Fm diharapkan dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi Radio Suara Bangkalan Fm.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, IMC, Radio Suara Bangkalan, Program, Khas

ABSTRACT

The rapid development of mass media has transformed how people access information. However, radio remains one of the preferred communication media. Radio Suara Bangkalan FM (SBFM), a conventional radio station under the jurisdiction of the Bangkalan Regency Government, is committed to providing information, education, and entertainment to the public while holding the potential to enhance its operational revenue. Unfortunately, the revenue sources of Radio Suara Bangkalan FM are still very limited, with operational costs entirely covered by the Regional Revenue and Expenditure Budget (APBD). Based on observational data, the station's income is solely derived from community lost-and-found reporting services, while operational costs and staff salaries remain dependent on APBD. This situation highlights the need for more effective strategies to address these challenges.

This study aims to analyze the marketing communication strategies employed by Radio Suara Bangkalan FM to increase its revenue. The research utilizes a descriptive qualitative method with a constructivist paradigm, with data collected through observation, interviews, and documentation. The findings reveal that SBFM only implements three of the seven elements of Integrated Marketing Communication (IMC): advertising, public relations, and interactive marketing. However, the execution of these elements has not been optimal due to budgetary and human resource constraints.

The results show that the marketing communication strategies employed by Radio SBFM have not succeeded in increasing its revenue. Income generated from marketing activities remains far below its potential. Therefore, optimizing other IMC elements, such as personal selling, direct marketing, sales promotion, and event marketing, is necessary to reach more business partners and listeners. With improved strategies and consistent implementation, Radio Suara Bangkalan FM is expected to become a significant revenue source for its operations.

Keywords: Marketing Communication, IMC, Radio Suara Bangkalan, Program, Unique.