

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Radio yang berfungsi untuk memberikan informasi dengan menyampaikan pesan secara cepat dan serentak ini adalah salah satu bisnis media yang harus tetap berjalan. Radio menggunakan teknologi modulasi dan radiasi gelombang elektromagnetik sebagai pengirim sinyal (Rahanatha, 2008). Radio sampai saat ini masih memiliki daya tarik tersendiri bagi pendengarnya karena difungsikan sebagai latar belakang, hal tersebut dapat disadari dari banyak masyarakat dan kalangan yang memanfaatkan radio sebagai pengiring dan teman pada saat sedang melakukan kegiatan atau pekerjaan.

Meski peran televisi sangat penting, namun tidak dapat dipungkiri kehadiran radio tetap penting. Hal ini tidak terlepas dari peran lembaga penyiaran yang mampu mengemas informasi siaran. Ketika masyarakat menikmati teknologi seperti radio, maka teknologi tersebut berfungsi sebagai sarana informasi dan hiburan, dan penyiaran radio harus selalu mempraktikkannya. Secara keseluruhan, kedua aspek inilah yang menjadi tren utama masyarakat dalam penggunaan radio. Radio merupakan sumber informasi dan sarana hiburan, sehingga Radio juga dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk pengembangan diri. Di zaman media baru ini, radio perlu beradaptasi dengan perkembangan media terkini. Kondisi ini terjadi karena masyarakat kini mampu dengan mudah mengakses internet dalam berbagai kegiatan mereka, didukung oleh kemajuan teknologi informasi yang terus berkembang pesat dan mudah diakses. Oleh karena itu, saat

ini kita sedang mengalami masa konvergensi media, di mana masyarakat cenderung menggunakan satu perangkat untuk melakukan dua aktivitas sekaligus, yaitu mengakses internet dan mendengarkan radio.

Salah satu radio yang mengalami ini adalah Radio Suara Surabaya. Sejak awal mengudara pada 1983, Radio Suara Surabaya masih bisa tetap berdiri dengan beradaptasi dengan perkembangan zaman. Salah satu strateginya adalah menambahkan segmen berita online yang dinamakan suarasurabaya.net. Radio Suara Surabaya telah beroperasi sejak tahun 1983 dan merupakan salah satu stasiun radio terkemuka di Indonesia. Radio Suara Surabaya telah berhasil membangun basis pendengar yang setia dengan komitmen untuk menyampaikan informasi yang akurat dan hiburan yang berkualitas. Dalam era digital yang semakin berkembang, strategi yang tepat untuk menarik perhatian audiens sangat penting. Penyelenggaraan acara yang dapat meningkatkan interaksi dengan pendengar dan memperkuat merek radio adalah strategi yang penting.

Pada radio swasta pengiklan sangatlah penting, karena berfungsi sebagai sumber dana bagi berjalannya kegiatan operasional radio tersebut. Salah satu radio swasta yang masih tetap eksis adalah radio Suara Surabaya (SS) dengan kecepatan informasi yang lebih cepat dan *up to date*. Eksistensi radio Suara Surabaya terbukti dari para pendengarnya lebih percaya melaporkan kejadian - kejadian yang dialami langsung ke radio Suara Surabaya. Kejadian yang dilaporkan berupa berita lalu lintas, kehilangan, ataupun melaporkan tentang PLN dan PDAM jika terjadi pemadaman listrik atau air yang tidak menyala, dan baru - baru ini para pendengar juga menyuarakan tentang pandemi yang belum tahu kapan berakhirnya

(Sampoerno et al ., 2018).

Dalam era yang semakin kompetitif, promosi menjadi kunci keberhasilan sebuah event. Promosi yang efektif dapat menarik minat publik, meningkatkan jumlah pengunjung, dan pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan event secara keseluruhan. Kegiatan promosi dapat memiliki manfaat untuk memberikan informasi mengenai media tersebut, serta membujuk khalayak agar tertarik untuk menikmati media tersebut, dan juga mengingatkan khalayak luas secara langsung ataupun secara tidak langsung mengenai produk yang dimiliki media tersebut dan juga media itu sendiri (Kotler & Keller, 2010:496). Dalam melakukan kegiatan promosi terdiri dari banyak hal dan cara yang dapat dilakukan oleh media massa, yang mana kegiatan tersebut salah satunya dengan menyelenggarakan sebuah event yang dapat memberikan dampak pada meningkatkannya " Brand image" media massa tersebut dimata khalayak luas dan juga sponsor (Shimp, 2000:598).

Radio Suara Surabaya adalah salah satu radio swasta yang memiliki berbagai macam pendengar setia dari berbagai daerah. Radio Suara Surabaya memiliki format radio news, interaktif, solutif, informasi dan berita dengan segmen pendengarnya adalah dewasa. Radio Suara Surabaya memiliki berbagai kemasan program yang disajikan kepada pendengar yaitu program on air serta off air program yang sangat diminati oleh masyarakat sebagai media. Dimana sebagai penyalur informasi dan wadah interaktif masyarakat dalam menyalurkan informasi. Radio Suara Surabaya merupakan media radio dengan kualitas pemancar siarannya sangat baik yang dapat dilihat dari segi kejernihan frekuensi

saat mendengarkannya.

Selain itu radio Suara Surabaya memfasilitasi radio live streaming berbasis internet sehingga kita dapat mendengarkan dan mendapatkan informasi dari live streaming tersebut tanpa terbatas jarak dan waktu. Radio Suara Surabaya merupakan radio yang memaksimalkan konvergensi media dengan menggunakan media sosial yaitu facebook, instagram dan twitter (Ulfa, 2016). Radio Suara Surabaya akan terus melakukan berbagai inovasi serta adaptif dalam mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi. Biaya operasional yang tidak sedikit ditanggung oleh perusahaan, untuk memenuhi biaya operasional tersebut didapatkan dari jumlah pemasukan iklan. Radio Suara Surabaya harus tetap terus menerus mendapatkan pemasukan dari iklan. Dilihat dari segi pengiklan radio Suara Surabaya termasuk memiliki jumlah iklan yang cukup tinggi dan rate harga tinggi jika dibandingkan radio lokal lainnya.

Radio Suara Surabaya memiliki strategi komunikasi yang sudah direncanakan untuk menarik minat para pendengar, khususnya pada kalangan muda melalui berbagai kegiatan promosi. Radio tidak hanya menyediakan hiburan, tetapi juga memberi pendengar kesempatan untuk berinteraksi secara langsung, memperkuat merek radio, dan bekerja sama dengan sponsor dan komunitas lokal. Di Radio Suara Surabaya, Divisi Promosi Event memiliki peran yang sangat penting dalam hal ini. Divisi ini bertanggung jawab untuk merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi berbagai acara agar pendengar mendapatkan pengalaman yang menarik dan berkesan. Penting juga bagi divisi promosi event

dalam proses perancangan kebijakan dan langkah-langkah strategis yang diambil untuk kegiatan program kerja berikutnya guna mencapai tujuannya yakni membangun citra positif Radio Suara Surabaya sebagai salah satu penyelenggara acara yang berkualitas.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Pada pelaksanaan kerja praktik, penulis mengambil posisi sebagai promosi & event. Dalam aktivitas promosi & event turut berkontribusi membantu dalam mengelola semua acara yang diadakan di Suara Surabaya maupun yang bekerjasama dengan Suara Surabaya setiap hari dalam jam kerja selama 8 jam.

I.3. Tujuan Kerja Praktik

I.3.1. Tujuan Umum

Tujuan dari kerja praktik ini adalah sebagai pemenuhan kebutuhan akademik pada mata kuliah Kerja Praktik sebagai salah satu persyaratan khusus kelulusan dalam menempuh studi pendidikan tingkat sarjana jurusan Ilmu Komunikasi. Selain itu tujuan lainnya yaitu mengembangkan kemampuan dan memperluas wawasan. Maka dari itu, penulis juga mendapatkan kesempatan untuk menerapkan teori-teori dasar yang telah diperoleh selama kuliah.

I.3.2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan-tujuan khusus yang ingin dicapai meliputi :

- a. Mendapatkan kesempatan untuk mempelajari dan memahami secara lebih mendalam seluruh proses yang terlibat selama periode kerja praktik di Radio Suara Surabaya, termasuk dari tahap perencanaan hingga tahap pelaksanaan tiap acara sehingga mahasiswa dapat terjun langsung kedalam profesi Marketing Promosi & Event.
- b. Mengetahui kegiatan lapangan dunia marketing di Radio Suara Surabaya.

I.4. Manfaat Kerja Praktik

I.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi penulis mendapatkan kesempatan guna memperluas wawasan dan mengembangkan ilmu yang diterapkan sesuai teori-teori dasar yang telah diperoleh selama perkuliahan.
- b. Bagi marketing promosi & event menciptakan hubungan yang baik antara pihak radio dan berbagai sponsor atau mitra yang terlibat dalam acara. Hubungan kerjasama ini dapat memperluas relasi yang dapat bermanfaat juga bagi pengembangan karir mahasiswa di bidang pemasaran dan event. Pada kesempatan yang diperoleh untuk mahasiswa juga nantinya akan terlibat langsung dalam proses perencanaan dan pelaksanaan acara. Melalui pengalaman ini, mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan praktis yang diperlukan dalam manajemen acara, seperti pengorganisasian, koordinasi, dan evaluasi, yang sangat relevan dalam dunia pemasaran.

I.4.2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan manfaat pengetahuan sekaligus perkembangan ilmu komunikasi terutama dalam bidang promosi & event di Radio Suara Surabaya. Selain itu penulis juga mendapatkan pengalaman dan kreativitas cara mengelola tiap acara yang diadakan.

I.5. Tinjauan Pustaka

I.5.1 Radio

Radio Suara Surabaya tidak hanya terkenal karena jangkauannya yang luas. Selain itu, seperti yang ditunjukkan oleh berbagai penghargaan yang telah diterima selama bertahun-tahun, stasiun ini telah membangun reputasi yang kuat di bidang jurnalistik dan penyiaran. Radio Suara Surabaya adalah lembaga penyiaran yang sangat penting untuk memberikan informasi, hiburan, dan edukasi yang berkualitas kepada masyarakat Surabaya dan sekitarnya. Lembaga ini sangat berdedikasi untuk mempertahankan integritas dan profesionalisme dalam setiap programnya.

Radio telah mengalami perubahan besar dalam hal fungsinya selama perkembangannya. Radio siaran, saluran komunikasi publik, menyediakan berbagai program untuk memenuhi kebutuhan pendengar. Radio siaran, baik yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta, telah menjadi platform penting bagi masyarakat untuk mengakses informasi penting, hiburan, pendidikan, dan banyak lagi. Seiring waktu, jenis radio lainnya muncul. Ini termasuk radio komunikasi, yang memungkinkan orang berbicara satu sama lain, radio navigasi, yang digunakan untuk navigasi penerbangan dan maritim, dan radio satelit, yang mencapai audiens yang tersebar di seluruh dunia melalui penggunaan satelit.

Namun, radio mengalami evolusi ke bentuk yang lebih modern seiring kemajuan teknologi digital, seperti radio internet yang menggunakan streaming online untuk menjangkau pendengar di seluruh dunia. Perubahan ini menunjukkan adaptasi industri radio terhadap tren teknologi yang terus berkembang, yang memastikan bahwa medium ini tetap relevan dan efektif dalam menyebarkan

informasi, hiburan, dan berita kepada masyarakat luas.

Keberadaan radio merupakan salah satu media massa yang masih bertahan dan diminati oleh masyarakat. Radio berfungsi sebagai pengirim sinyal yang menggunakan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik. Radio menggunakan bahasa lisan dalam penyampaian pesannya dengan jumlah lambang - lambang non verbal yang minim serta ditandai oleh bunyi telegrafi atau bunyi salah satu alat musik pada saat akan memulai penyampaian berita (Nasution, 2018).

I.5.2 Promosi Event

Promosi adalah salah satu kombinasi pemasaran yang mengutamakan pada teknik-teknik yang secara efektif meningkatkan jumlah penjualan barang dan jasa melalui penggunaan teknik yang dirancang untuk menjual produk. Menurut Zahara & Sembiring, dalam Veronika at al., (2022) promosi adalah proses menginformasikan kepada masyarakat mengenai penawaran produk yang diberikan sehingga konsumen merasa tertarik dengan membeli suatu barang atau jasa yang diberikan.

Promosi merupakan salah satu elemen yang penting dalam bauran pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, ketertarikan, dan partisipasi audiens terhadap produk atau layanan. Menurut Kotler dan Keller (2016), promosi melibatkan berbagai kegiatan yang dilaksanakan untuk memberi informasi, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen mengenai produk atau layanan yang disediakan. Dalam konteks media, promosi juga berperan dalam membangun hubungan yang positif antara media dan audiens.

Promosi acara di radio memiliki karakteristik unik, di mana radio berfungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi dan menarik perhatian pendengar.

Menurut Rakhmat (2015), radio memiliki keunggulan dalam menciptakan kedekatan emosional dengan pendengar melalui suara, yang dapat dimanfaatkan dalam promosi acara. Radio Suara Surabaya, sebagai salah satu stasiun radio terkemuka di Indonesia, telah berhasil menggunakan strategi promosi yang efektif untuk menarik audiens melalui berbagai acara yang diselenggarakan. Promosi Event adalah kegiatan menyebarkan informasi tentang acara kepada khalayak sasaran melalui berbagai saluran yang relevan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik acara, serta mendorong kehadiran peserta. Promosi acara merupakan bagian dari strategi pemasaran acara yang penting untuk memastikan keberhasilan acara.

Radio Suara Surabaya telah menjadi salah satu contoh berhasil dalam menyelenggarakan acara dan promosi. Melalui berbagai program yang menarik, stasiun radio ini dapat mencapai audiens yang besar dan menciptakan kesetiaan pendengar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2020), Divisi Promosi Event di Radio Suara Surabaya memainkan peran krusial dalam merancang serta melaksanakan acara yang tidak hanya menghibur, tetapi juga menyajikan informasi yang berguna bagi masyarakat.