



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 6 Nomor 2 Tahun 2026 Page 10-24

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Penyelenggaraan *Event* Dalam Upaya Meningkatkan Minat Pendengar Radio 97.5 Play FM Palembang

Nursilawati^{1✉}, Rahma Santhi Zinaida²

Universitas Bina Darma Palembang

Email: rahmasanthi@bidadarma.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi pemasaran melalui penyelenggaraan event dalam meningkatkan minat pendengar Radio 97.5 Play FM Palembang. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi terhadap informan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, event off-air, dan media luar ruang, berhasil menarik perhatian pendengar dan memperkuat loyalitas audiens. Implementasi strategi komunikasi 4P (Product, Price, Place, Promotion) pada event terbukti efektif dalam menciptakan hubungan yang lebih interaktif antara radio dan pendengarnya.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Event, Promosi, Minat Pendengar, Media Sosial*

Abstrak

This research aims to explore the marketing communication strategy through event organization to increase listener interest in Radio 97.5 Play FM Palembang. A qualitative approach was used, with data collection methods including interviews and observations with relevant informants. The results indicate that an effective marketing communication strategy, including the use of social media, off-air events, and outdoor media, successfully captured listener attention and strengthened audience loyalty. The implementation of the 4P communication strategy (Product, Price, Place, Promotion) in events proved effective in creating a more interactive relationship between the radio station and its audience.

Keywords: Communication Strategy, Events, Promotion, Listener Interest, Social Media

PENDAHULUAN

Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan hadirnya berbagai platform digital, radio menjadi salah satu media komunikasi dan hiburan yang memiliki daya tarik tersendiri bagi para pendengarnya. Keberadaan radio sebagai media elektronik tentunya memudahkan dalam penyampaian informasi. Menurut Muda (2005:4) radio adalah bentuk komunikasi massa elektronik tertua dan fleksibel. Urgensi teknologi informasi dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, termasuk dalam penyampaian pesan selain itu radio juga dapat digunakan sebagai sarana komunikasi yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Radio memiliki jangkauan yang cukup luas, apalagi jika menggunakan teknologi streaming bisa menjangkau seluruh dunia. Informasi tersebut juga dapat memengaruhi seluruh masyarakat.

Radio meski tidak memenuhi kebutuhan audiens akan visual, radio tetap menjadi media yang tak lekang oleh waktu. Radio sebagai komunikasi massa yang bergantung pada komunikasi sebagai medianya untuk menyediakan informasi. Pada dasarnya media dapat diartikan sebagai pengiriman pesan melalui saluran untuk disampaikan kepada Publik (Shirley Biagi, 2010). Walaupun kemajuan teknologi membuat banyak orang pesimis akan kemampuan radio untuk bertahan di ketatnya persaingan media, namun data berkata sebaliknya radio masih eksis dan digemari masyarakat hingga saat ini walaupun jumlah audiens nya tidak sebanyak 10 tahun yang lalu. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) punya survei yang menggambarkan "presentase orang berusia 10 tahun keatas yang mendengarkan radio" hasil survei BPS menunjukkan jumlah pendengar radio di seluruh indonesia, menurut presentase BPS jumlah pendengar radio pada tahun 2003 mencapai 50,29%, tahun 2006 40,26%, tahun 2009 23.50%, dan tahun 2012 sebesar 18,57%, meski jumlah pendengar menurun namun tetap ada.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kementerian Kominfo bersama Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2022, hanya 4% dari 10.000 responden yang biasa mengakses radio untuk mencari informasi. Meskipun jumlah ini relatif kecil dibandingkan dengan media lain seperti media sosial yang mencapai 73%, radio tetap memiliki pendengar setia. Radio Republik Indonesia (RRI) menjadi stasiun radio yang paling banyak diakses dan dipercaya oleh masyarakat, dengan persentase 35,7% dari total responden pendengar radio tahun 2021 dan tingkat kepercayaan sebesar 40,6%. Selain itu, hasil survei Nielsen pada tahun 2016 menunjukkan bahwa 57% pendengar radio adalah konsumen masa depan yang berada pada usia yang relatif muda, dengan Generasi Millenials mendominasi sebesar 38%, diikuti oleh Generasi X sebesar 28%, dan Generasi Z sebesar 19%.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun di tengah kemajuan teknologi dan banyaknya media baru, radio masih memiliki relevansi, terutama di kalangan generasi muda.. Kehadiran internet dan penggunaan media baru dalam beberapa tahun terakhir tanpa sadar membantu meningkatkan popularitas platform berdasarkan konten visual seperti youtube, spotify dan juga instagram. Fenomena maraknya konten visual berbasis video dapat dibuat oleh siapa saja dan kapan saja sesuka hati memiliki potensi menjadi konten masa depan, hal ini mengakibatkan stasiun radio harus lebih ekstra untuk tetap bisa bersaing dengan platform- platform dan media sosial. Maka dari itu stasiun radio harus menemukan cara inovatif untuk tetap mendapatkan informasi dan melibatkan pendengar. Persaingan yang ketat antar radio dan juga perkembangan internet yang semakin maju menuntut stasiun radio untuk dapat mempertahankan dan menumbuhkan audiens mereka. Tentu saja strategi pemasaran yang inovatif dan efektif memainkan peran kunci dalam menjaga relevansi stasiun radio dan meningkatkan jumlah audiens.

Setiap stasiun radio sangat membutuhkan strategi komunikasi pemasaran untuk menjual produknya serta mengembangkan dan mempromosikan kegiatan penyiarannya. Peran komunikasi tentunya sangat berperan penting dalam perencanaan strategi komunikasi pemasaran, Tanpa komunikasi, konsumen dan masyarakat secara keseluruhan tidak menyadari keberadaan produk. kemudian persaingan yang ketat mendorong stasiun radio untuk terus berinovasi. Menurut pakar desain komunikasi Middleton di Cangara (2013:61) juga mendefinisikan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi, dari semua elemen komunikasi mulai dari pesan, saluran (media), penerima hingga pemberi pengaruh (efek) untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Komunikasi pemasaran dapat di pahami dengan menggambarkan dua unsur

fokusnya yaitu pada komunikasi dan pemasaran. Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2009), komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk dan merek yang mereka jual secara langsung atau tidak langsung, komunikasi pemasaran mewakili suara perusahaan dan mereknya serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen.

Menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat di industri radio, strategi komunikasi pemasaran yang efektif sangat diperlukan. Salah satu bagian dari strategi yang mendapatkan perhatian adalah penyelenggaraan Event radio. Penyelenggaraan event dianggap sebagai alat yang ampuh untuk meningkatkan interaksi langsung dengan pendengar, menciptakan pengalaman yang tak terlupakan dan tentunya memperkuat posisi stasiun radio di dalam benak pendengarnya. Event memberi kesempatan kepada stasiun radio untuk berinteraksi langsung dengan pendengar, tetapi juga menjadi alat yang ampuh untuk menyajikan konten menarik yang dapat membangkitkan minat dan jumlah pendengar. Menurut Kennedy (2009) event adalah pameran, pertunjukan atau festival dengan syarat ada penyelenggaraan, peserta dan juga pengunjung.

Pada penelitian yang menjadi fokus adalah stasiun radio lokal yaitu Radio 97.5 Play FM, radio swasta yang mampu mengikuti perkembangan, menyajikan program yang luar biasa menyesuaikan dengan para pendengarnya. 97.5 Play FM Palembang sudah mengudara sejak Januari 2009, dimana radio ini merupakan radio yang menunjukkan idealisme dengan cara yang berbeda dengan mengusung format "Radio Hit Konteporer Dewasa". Sebagai radio yang masih eksis di kota Palembang. Sebagai salah satu stasiun radio swasta yang terkenal di kota Palembang Radio 97.5 Play FM telah berhasil menarik perhatian pendengar setianya selama bertahun-tahun. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri penyiaran, 97.5 Play FM terus berusaha untuk berinovasi dalam menjaga minat dan kesetiaan pendengar. Oleh karena itu, peneliti akan meneliti "Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Penyelenggaraan Event Dalam Upaya Meningkatkan Minat Pendengar Radio 97.5 Play Fm Palembang". Dengan berfokus pada penyelenggaraan event.

METODE PENELITIAN

Dilihat dari pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kualitatif, apa yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan wawancara secara terbuka untuk mendapatkan dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan juga perilaku individu (Timotius, Kris H.:2017). Penelitian deskriptif dapat mendeskripsikan gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian, jenis penelitian ini akan mendeskripsikan data bukan untuk mengukur data yang diperoleh. Penulis melakukan observasi dan wawancara dengan informan yang merupakan orang-orang pilihan yang dianggap mampu memberikan informasi kepada peneliti dengan baik dan rinci.

Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari narasumber. Data ini diambil dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti lalu akan ditulis sebagai pendukung dan bukti peneliti dalam melakukan penelitian. Dalam mendapatkan informasi yang akurat peneliti melakukan wawancara langsung bersama Program Direction Radio 97,5b Play Fm Palembang.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dan sudah diproses oleh pihak lain sehingga data itu telah tersedia disaat penelitian membutuhkan data tersebut. Sumber data bisa didapatkan oleh penelitian dari berbagai referensi informasi yang telah di publikasikan seperti buku-buku ilmiah, literatur yang berhubungan dengan judul dan pengumpulan dokumen-dokumen mengenai radio Play FM. Teknik pengumpulan data dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematis, logis, dan proses pencarian yang valid, baik diperoleh secara langsung ataupun tidak langsung untuk keperluan analisis dan pembahasan pelaksanaan. Observasi Wawancara.

Analisis data dapat dilakukan saat pengumpulan data dan atau setelah proses pengumpulan data berakhir. Setelah data terkumpul, kemudian dianalisis dengan teknik triangulasi yaitu menggabungkan kedua hasil data sementara dari observasi dan wawancara untuk dibuat kesimpulan, kemudian data-data itu diolah atau direvisi kembali dengan menggunakan pendekatan kualitatif sehingga penelitian ini dapat dengan mudah untuk dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era digital ini, persaingan di industri radio, terutama untuk stasiun radio seperti Radio Play FM yang berlokasi di Palembang, semakin ketat. Teknologi telah mengubah cara audiens mengonsumsi musik dan hiburan, sehingga mendorong Radio Play FM untuk mengadopsi strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Radio Play FM mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran dengan fokus pada 4P (Product, Price, Place, dan Promotion) dalam upaya mereka untuk meningkatkan peminat pendengar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dari Radio Play FM Palembang, penulis berhasil mengidentifikasi strategi pemasaran yang sukses dalam meningkatkan minat pendengar melalui akun *Instagram* mereka. Strategi pemasaran ini kuat terkait dengan konsep bauran pemasaran (marketing mix). Dalam konteks ini, strategi pemasaran mencakup beragam aspek, termasuk inovasi dalam konten siaran, penetapan harga yang bersaing, kemudahan akses pendengar melalui platform *Instagram*, dan promosi yang efektif.

Berdasarkan hasil wawancara sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Radio Play FM Palembang telah berhasil menjalankan komunikasi eksternal mereka dengan baik. Pendengar sering melaporkan bahwa mereka terpapar dengan baik pada promosi acara dan konten Radio Play FM melalui media sosial, media cetak, dan media luar ruangan. Komunikasi eksternal yang efektif ini telah membantu dalam membangun kesadaran positif terhadap merek stasiun radio dan telah meningkatkan keterlibatan pendengar. Pendengar merasa terhubung dengan Radio Play FM melalui berbagai platform komunikasi, yang menciptakan hubungan yang kuat antara stasiun radio dan audiensnya. Dalam hal ini, komunikasi eksternal telah membantu Radio Play FM untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pendengar serta menjaga relevansinya di pasar yang kompetitif.

Radio Play FM Palembang memaksimalkan media sosial, khususnya *Instagram*, sebagai salah satu saluran komunikasi utama dalam strategi pemasaran mereka. Dalam era digital, media sosial telah menjadi platform penting dalam berinteraksi dengan pendengar dan audiens potensial, sehingga memahami bagaimana Radio Play FM menggunakan *Instagram* untuk mempromosikan diri dan menciptakan keterlibatan dengan pendengar.



Gambar 1. Tampilan Profile Instagram Play FM

Analisis penggunaan media sosial, khususnya *Instagram*, oleh Radio Play FM Palembang menunjukkan bahwa platform ini berhasil menjadi pintu gerbang bagi sejumlah pendengar baru yang kemudian menjadi setia. Muhamad Raka dan Meliani adalah contoh konkret bagaimana *Instagram* menjadi saluran yang efektif dalam memperkenalkan Radio Play FM kepada pendengar potensial. Dalam contoh Muhamad Raka, dia mengetahui tentang Radio Play FM melalui akun *Instagram* yang mengumumkan *Event* mereka. Hal ini menunjukkan bagaimana kehadiran Radio Play FM di media sosial mampu memberikan informasi yang relevan dan menarik bagi audiens potensial. Sementara itu, Meliani juga mengungkapkan bahwa dia pertama kali mengetahui tentang Play FM saat melihat postingan mereka di *Instagram*, yang mengundang rasa penasaran untuk mendengarkan. Hal ini menggarisbawahi peran penting media sosial dalam membangun kesadaran merek dan memancing minat pendengar baru.

Selain itu, pemanfaatan media sosial seperti *Instagram* juga memberikan kesempatan bagi Radio Play FM untuk berinteraksi secara aktif dengan pendengar mereka, mempromosikan acara, dan menyampaikan konten yang menarik. *Instagram* memungkinkan mereka untuk menciptakan keterlibatan yang lebih mendalam dengan audiens, yang dapat membantu mempertahankan setia pendengar dan memperluas jangkauan mereka secara online. Dengan demikian, penggunaan media sosial dalam strategi komunikasi Radio Play FM tidak hanya menjadi alat untuk memperkenalkan diri kepada pendengar baru, tetapi juga untuk menjaga keterlibatan pendengar yang sudah ada dan membangun komunitas pendengar yang kuat di platform online.

- 1) Fitur *Caption* (Deskripsi), fitur ini pada dasarnya digunakan untuk memberikan judul pada gambar yang diposting, karena di foto ini pengguna bisa menuliskan hingga 2200 karakter. Inilah salah satu alasan @975playfm menggunakan *Instagram* untuk memposting informasi secara lebih rinci dan panjang yang berkaitan dengan @975playfm.
- 2) Fitur *Hashtag* (Tanda Pagar), Fitur ini mempermudah pengguna dalam mencari foto

dengan menggunakan "kata kunci" tertentu, dengan bantuan tanda pagar (#), sehingga memudahkan pengguna untuk menemukan foto tersebut melalui fitur pencarian.

Pada setiap postingan @975playfm terdapat hashtag #975playfmpalembang, hashtag tersebut untuk memudahkan pengguna dalam mencari informasi yang berkaitan dengan Radio Play FM. Dari analisis penulis, menemukan bahwa penggunaan tanda pagar (#) di *Instagram* @975playfm membantu pengguna *Instagram* lain untuk lebih mudah menemukan konten dan profil Play FM. Fitur ini juga dimanfaatkan untuk mempromosikan kepada lebih banyak orang, sehingga dapat menjangkau lebih banyak pendengar yang tertarik dengan konten yang disajikan oleh @975playfm.

Selain itu, penulis menemukan bahwa di *Instagram* @975playfm terdapat penggunaan hashtag yang konsisten sebagai identitas online stasiun radio @975playfm. Hashtag ini terkait dengan berbagai konten dan acara yang disiarkan di stasiun radio, menciptakan kesinambungan dalam pengenalan merek. Yang menarik, hasil wawancara juga mengungkapkan bahwa penggunaan hashtag ini merupakan bentuk promosi gratis, memanfaatkan fitur yang telah disediakan oleh *Instagram* untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan dengan pendengar.

Media Cetak

Radio Play FM Palembang memanfaatkan media cetak sebagai salah satu saluran komunikasi utama dalam strategi pemasaran mereka. Media cetak, yang mencakup berbagai bentuk seperti brosur, pamflet, Banner dan iklan di surat kabar atau majalah, tetap menjadi salah satu alat yang relevan dalam upaya berkomunikasi dengan pendengar dan audiens potensial. Radio Play FM menggunakan media cetak untuk mempromosikan diri dan mencapai minat pendengar serta audiens dalam konteks yang berbeda dalam dunia pemasaran yang semakin berubah dengan cepat.

Dari hasil wawancara dengan Rian Sepriyansah, banner yang digunakan selama acara di Pizza Hut terbukti menjadi cara yang efektif dalam memperkenalkan Radio Play FM. Banner tersebut langsung menciptakan kesadaran tentang acara yang diselenggarakan oleh Play FM di tempat tersebut. Penggunaan media cetak dalam bentuk banner di lokasi fisik seperti restoran atau tempat umum telah terbukti efektif dalam menarik perhatian dan memperkenalkan acara kepada pendengar potensial.

Selain itu, wawancara dengan Sabrina mengungkapkan bahwa *flyer* juga berhasil dalam memperkenalkan Play FM. Temannya memberikan *flyer* program Play FM yang

menarik perhatiannya, sehingga *flyer* ini tidak hanya mempromosikan program Play FM tetapi juga berfungsi sebagai alat yang memberikan informasi kepada pendengar potensial. Analisis ini menunjukkan bahwa penggunaan *flyer* sebagai media cetak efektif dalam situasi di mana seseorang secara aktif membagikan informasi tentang stasiun radio kepada orang lain, menciptakan peluang untuk menjangkau lebih banyak pendengar melalui efek domino dari rekomendasi dari orang ke orang.

Hasil Analisis efektivitas Penyelenggaraan *Event Saturday play sound*

Analisis Strategi Komunikasi *Event Saturday play sound*

Dalam hal strategi produk Play FM menggunakan pendekatan yang terencana dan matang dalam pelaksanaan acara *Saturday PlaySound*. Mereka memperhatikan detail dari pra-acara hingga pasca-acara untuk memastikan kesuksesan acara dan kepuasan semua pihak yang terlibat. VPlay FM juga melakukan penyesuaian budget dengan artis yang diundang, melakukan negosiasi harga dengan baik, dan mempertimbangkan analisis untung rugi untuk menetapkan harga tiket yang sesuai. Mereka juga memperhitungkan risiko-risiko potensial yang dapat mempengaruhi keuangan acara.

Play FM menggunakan pendekatan digital melalui platform *Instagram* sebagai alat utama promosi. Mereka juga menjalin kerjasama promosi dengan media The South Media. Selain itu, mereka memanfaatkan strategi promosi berantai melalui para penampil yang tampil dalam acara untuk memperluas jangkauan promosi. Enamdua Coffee & Eatery dipilih sebagai lokasi acara karena sesuai dengan konsep acara dan memiliki fasilitas yang memadai. Play FM memperhatikan keterbatasan ruang dan fasilitas tempat untuk memastikan kenyamanan, keselamatan, dan kesuksesan keseluruhan acara.

Dengan keempat strategi di atas, Play FM berusaha untuk menciptakan pengalaman acara yang dapat memenuhi kebutuhan upaya meningkatkan minat pendengar. Selain itu, mereka juga berupaya untuk meminimalkan risiko dan meningkatkan keuntungan melalui strategi harga, serta memaksimalkan promosi melalui platform digital dan kemitraan dengan media. Dalam pemilihan tempat acara, mereka memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan dan keselamatan pengunjung serta memastikan kesesuaian dengan konsep acara.

Analisis Aktifitas Promosi *Event Saturday play sound*

Play FM melakukan strategi promosi untuk meningkatkan kesadaran dan minat

terhadap acara *Saturday PlaySound*. Mereka menggunakan berbagai pendekatan, mulai dari pemasaran digital hingga kemitraan dengan media lokal. Salah satu strategi utama mereka adalah memanfaatkan platform *Instagram* sebagai alat utama untuk promosi. Dengan menyebarkan *flyer* digital acara dan konten promosi lainnya melalui akun resmi mereka, Play FM berhasil menjangkau audiens potensial secara luas.

Selain itu, mereka juga menjalin kerjasama dengan media lokal seperti The South Media. Ini membantu mereka mencapai audiens yang lebih luas dan memperkuat kesadaran merek di tingkat lokal. Play FM juga mengadopsi strategi promosi berantai dengan melibatkan para penampil yang akan tampil dalam acara. Dengan meminta para penampil untuk membagikan informasi tentang acara kepada penggemar mereka sendiri, Play FM menciptakan efek domino dalam penyebaran informasi.

Setelah acara berlangsung, Play FM membuat recap video yang menampilkan momen-momen terbaik dari pertunjukan. Video ini dibagikan kembali di berbagai platform media sosial dan saluran digital Play FM untuk mempertahankan minat dan keterlibatan dari para penonton. Melalui berbagai aktivitas promosi ini, Play FM berusaha memaksimalkan promosi acara mereka, membangun minat dan keterlibatan yang kuat dari para pendengar potensial, serta memastikan keberhasilan acara *Playsound*.

Analisis Kepuasan Konsumen *Event Saturday play sound*

Beberapa faktor yang berkontribusi pada kepuasan konsumen, salah satunya adalah pemenuhan kebutuhan personal audiens. Melalui wawancara dengan salah satu performer, Jimmie Delvian, terungkap bahwa sebagian besar penonton datang dengan niat yang jelas untuk menikmati acara tersebut. Mereka sengaja membeli tiket dan berpartisipasi dalam acara, menunjukkan bahwa *Event Saturday PlaySound* mampu memenuhi kebutuhan personal audiens dalam hal hiburan dan pengalaman musik yang diinginkan.

Selain itu, Radio Play FM juga memperhitungkan pengalaman terdahulu yang diungkapkan oleh para penampil, seperti Jimmie Delvian. Kehadiran dalam acara *Saturday PlaySound* tidak hanya memberikan pengalaman yang berharga bagi para penampil dengan meningkatkan jam terbang mereka, tetapi juga memiliki potensi untuk menarik penggemar baru. Umpan balik positif terhadap penampilan para artis dapat berkontribusi pada peningkatan jumlah penggemar mereka, sehingga menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi.

Selanjutnya, memanfaatkan word of mouth atau rekomendasi dari mulut ke mulut

sebagai salah satu faktor peningkatan kepuasan konsumen. Seorang audiens menyatakan bahwa mereka baru mengenal Radio Play FM melalui acara *Saturday PlaySound* dan tertarik untuk mendengarkan radio tersebut secara reguler setelah menghadiri acara tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Radio Play FM berhasil menarik perhatian pendengar potensial dan meningkatkan kesadaran mereka terhadap stasiun radio, yang pada akhirnya dapat menghasilkan peningkatan pendengar dan loyalitas terhadap Radio Play FM.

Radio Play FM juga memanfaatkan komunikasi eksternal melalui forum penggemar atau komunitas eksternal. Seorang audiens menyatakan bahwa mereka mengetahui tentang acara *Saturday PlaySound* melalui forum penggemar Hutan Tropis, yang aktif menyebarkan informasi tentang acara tersebut kepada anggota komunitas mereka. Dengan demikian, Radio Play FM berhasil memperluas jangkauan promosi mereka melalui komunitas eksternal.

Hasil Analisis efektivitas penyelenggaraan *Event* dalam meningkatkan minat pendengar Radio 97.5 Play FM Palembang.

Dari hasil analisis efektivitas penyelenggaraan *Event Saturday PlaySound*, dapat disimpulkan bahwa Radio 97.5 Play FM Palembang telah berhasil menciptakan sebuah acara yang berhasil dalam menarik minat pendengar dan memberikan dampak positif bagi stasiun radio tersebut.

Pertama-tama, dalam strategi komunikasi pemasaran, Play FM telah menunjukkan pendekatan yang terencana dan matang. Mereka memperhatikan detail dari tahap pra-acara hingga evaluasi pasca-acara untuk memastikan kesuksesan acara dan kepuasan semua pihak yang terlibat. Dalam hal pengelolaan keuangan acara, Play FM melakukan penyesuaian anggaran dengan artis yang diundang dan melakukan negosiasi harga dengan baik. Hal ini membantu mereka menetapkan harga tiket yang sesuai dan mengelola keuangan acara dengan efektif. Selain itu, pemanfaatan platform digital, terutama Instagram, dan kerjasama dengan media lokal seperti The South Media, membantu Play FM untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kesadaran merek. Strategi promosi berantai melalui para penampil juga menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam memperluas jangkauan promosi.

Kedua, aktivitas promosi yang dilakukan Play FM beragam dan efektif dalam meningkatkan kesadaran dan minat terhadap acara *Saturday PlaySound*. Mereka menggunakan pendekatan pemasaran digital dan berkolaborasi dengan media lokal untuk

menjangkau audiens potensial. Selain itu, pembuatan konten promosi yang menarik dan pembagian recap video pasca-acara membantu Play FM untuk mempertahankan minat dan keterlibatan para penonton.

Terakhir, kepuasan konsumen menjadi faktor kunci dalam kesuksesan *Event Saturday PlaySound*. Acara ini berhasil memenuhi kebutuhan personal audiens dalam hal hiburan dan pengalaman musik yang diinginkan. Umpan balik positif dari penampilan para artis dan rekomendasi dari mulut ke mulut membantu meningkatkan kepuasan konsumen dan menciptakan dampak positif dalam menarik pendengar baru. Pemanfaatan komunikasi eksternal melalui forum penggemar atau komunitas eksternal juga membantu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kesadaran terhadap acara *Saturday PlaySound*.

Dengan demikian, efektivitas penyelenggaraan *Event Saturday PlaySound* telah berhasil dalam meningkatkan minat pendengar Radio 97.5 Play FM Palembang, membuktikan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang terencana, aktivitas promosi yang efektif, dan pemenuhan kebutuhan konsumen merupakan faktor kunci kesuksesan acara tersebut.

Melalui kegiatan eksternal seperti promosi digital dan komunikasi langsung dengan komunitas, Play FM berhasil memanfaatkan kesempatan untuk berinteraksi dengan pendengar secara lebih intim. Hal ini membantu membangun hubungan yang lebih dekat dengan pendengar dan memperkuat koneksi emosional mereka terhadap stasiun radio. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan acara *Event Go Out and Play* telah berhasil efektif dalam meningkatkan minat pendengar terhadap Radio 97.5 Play FM Palembang. Analisis ini memberikan wawasan yang berharga bagi tim manajemen Play FM untuk terus meningkatkan kualitas acara dan strategi komunikasi mereka guna mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendengar di masa mendatang.

Saturday PlaySound, telah berhasil secara efektif dalam meningkatkan minat pendengar terhadap Radio 97.5 Play FM Palembang. Strategi Komunikasi Pemasaran yang Terencana: Play FM menunjukkan pendekatan yang terencana dan matang dalam strategi pemasaran untuk kedua acara. Mereka memperhatikan detail dari tahap pra-acara hingga evaluasi pasca-acara, serta menggunakan berbagai saluran promosi, termasuk media digital dan kerjasama dengan media lokal, untuk memperluas jangkauan promosi.

Pemenuhan Kebutuhan Konsumen: Kedua acara berhasil memenuhi kebutuhan personal audiens dalam hal hiburan dan pengalaman yang diinginkan. Umpan balik positif dari para penampil dan rekomendasi dari mulut ke mulut membantu meningkatkan

kepuasan konsumen serta menciptakan dampak positif dalam menarik pendengar baru. Kerjasama dengan Mitra: Melalui kerjasama dengan mitra, Play FM berhasil memperluas jangkauan promosi dan memperkenalkan merek mereka kepada audiens yang lebih luas. Hal ini juga membantu membangun hubungan yang lebih dekat dengan pendengar dan memperkuat koneksi emosional mereka terhadap stasiun radio.

Dengan demikian, efektivitas penyelenggaraan kedua acara tersebut telah berhasil dalam meningkatkan minat pendengar Radio 97.5 Play FM Palembang. Analisis ini memberikan pandangan yang penting bagi tim manajemen Play FM untuk terus meningkatkan kualitas acara dan strategi komunikasi mereka guna mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendengar di masa mendatang.

SIMPULAN

Dari hasil temuan penelitian serta pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan

1. Radio Play FM Palembang telah berhasil menciptakan strategi pemasaran terpadu yang berbasis pada konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mencakup 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*).
2. Dalam strategi promosi, Radio Play FM Palembang telah mengadopsi pendekatan cross-promosi melalui berbagai media yang mereka miliki, termasuk media luar ruangan (OOH).
3. Radio Play FM Palembang telah berhasil menciptakan strategi pemasaran yang kuat dengan fokus pada pengalaman pendengar, yang telah membantu meningkatkan minat dan keterlibatan pendengar di era media sosial.
4. *Saturday PlaySound* telah efektif dalam meningkatkan minat pendengar terhadap Radio 97.5 Play FM Palembang. Kedua acara berhasil menyajikan konten yang menarik dan interaktif, memenuhi kebutuhan hiburan audiens, dan memanfaatkan strategi promosi dengan baik.
5. Pendekatan terencana dan matang dalam strategi komunikasi pemasaran menjadi kunci keberhasilan dalam menjangkau audiens potensial dan memperluas kesadaran merek. Hal ini termasuk perencanaan detail dari tahap pra-acara hingga pasca-acara, penyesuaian anggaran yang tepat, dan pemanfaatan platform promosi yang efektif.
6. Kerjasama dengan mitra membantu memperluas jangkauan promosi serta memperkenalkan merek Radio 97.5 Play FM kepada audiens yang lebih luas. Selain itu,

interaksi yang lebih intim dengan komunitas juga membantu membangun hubungan yang lebih dekat dengan pendengar.

DAFTAR PUSTAKA

- Tyas Permana. (2015) *Event Organizer Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Radio Unisi Yogyakarta*. Skripsi Thesis, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rahma, A. (2018). *Event sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran produk fashion nasional (event tahunan Jakcloth)*. Nyimak: Journal of Communication, 1(2), 149-169.
- Permana, T. (2015). *Event Organizer sebagai strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat pendengar radio unisi Yogyakarta* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Syauqi, M. R., Winangsih, R., & Nesia, A. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Top Fm Cilegon Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Warouw, K. R. (2015). *Peran Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Produk PT. Pokphan Luwuk Sulawesi Tengah*.
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran* . Jakarta : Erlangga.
- Kotleir, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotleir, Phiilip & Gary Amstrong. (2001). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Terjemahan oleh Tim Mark Plus. 2004. Jakarta: PT Indeks
- Kotleir, Philip & Kevin Lanei Keiller. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Eidisi Kedua belas. Terjemahan oleh Benyamin Molan. 2009. Jakarta: PT Indeks
- Noor, A. (2009). *Manajemen Event* . Bandung : Alfabeta
- Priansa, L. A. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran* . Bandung : ALFABETA, cv .
- Prof.Dr.H.Hafied Cangara, M. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Puji, H. (2018). *Manajemen Event* . Malang : Polinema Press
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.

- Wijayani, R. S. (2022). public Speaking. Palembang : Noer Fikri Offset.
- Jakpat Admin. (2019). Data Pendengar Radio di Indonesia Tinggi Apa alasannya? Diakses melalui tautan <https://jakpat.net/info/data-pendengar-radio-di-indonesia-tinggi-apa-alasannya/>
- Kemenparekraf. (2021). Peran Radio dari Masa ke Massa. Diakses melalui tautan <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Peran-Radio-dari-Masa-ke-Masa>
- Nielsen. (2016). Radio Masih Memiliki Tempat di hati . Diakses melalui tautan <https://www.nielsen.com/id/news-center/2016/radio-masih-memiliki-tempat-di-hati-pendengarnya/>
- Statistik, B. P. (2015). Indikator Sosial Budaya 2003-2012 . Diakses melalui tautan <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTAzlzl=/indikator-sosial-budaya.html>.