

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PROMOSI DAN IKLAN RADIO GAMASI FM

Audya Fitri Maharani¹, Fadhilah Wardah², Nurul Jihadah Muthmainnah³
audyfitrim16@gmail.com¹, wrdhsudais@gmail.com², nuruljihadahm211101@gmail.com³

Universitas Negeri Alauddin Makassar

ABSTRAK

Abstrak: Jurnal ini membahas pemanfaatan media sosial sebagai strategi dalam promosi dan iklan radio Gamasi FM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis penggunaan platform media sosial terkait peningkatan pendengar, interaksi dan efektivitas kampanye iklan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Hasilnya menunjukkan bahwa radio Gamasi FM telah memanfaatkan media sosial (Facebook, Instagram, dan Youtube) sebagai alat pemasaran produk dengan baik. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi industri radio dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial strategi promosi dan iklan mereka.

Kata Kunci: Strategi, Media Sosial, Promosi dan Iklan, Radio Gamasi FM.

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, transformasi media massa menjadi semakin dinamis, terutama dalam industri penyiaran. Radio merupakan salah satu media massa yang digunakan sebagian orang untuk memperoleh atau mengakses informasi. Selain sebagai sarana menyebarkan informasi, radio juga bisa dimanfaatkan untuk mengiklankan suatu produk atau layanan. Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dan iklan sudah menjadi kunci utama bagi banyak stasiun radio, termasuk Radio Gamasi FM.

Media sosial merupakan sebuah media daring yang digunakan satu sama lain agar para penggunanya bisa dengan mudah berinteraksi satu sama lain. Media sosial memiliki respon secara langsung dengan pengguna, sehingga memudahkan mereka untuk menjangkau promosi tersebut. Media sosial memiliki banyak sekali fungsi dan manfaat, salah satunya media sosial Instagram, Facebook, dan Youtube menjadi alternatif baru dalam melancarkan aksi pemasaran atau promosi sebuah produk atau jasa. Media sosial sendiri kini memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk mempromosikan produk oleh para pelaku usaha. Media sosial memiliki respon secara langsung dengan pengguna, sehingga memudahkan mereka untuk menjangkau promosi tersebut. Media sosial tidak lagi hanya menjadi platform untuk berinteraksi sosial, tetapi telah menjadi alat yang efektif dalam membangun brand awareness, meningkatkan interaksi dengan pendengar, serta meningkatkan cakupan dan kehadiran radio secara keseluruhan. Radio Gamasi FM, sebagai bagian integral dari industri penyiaran, telah menyadari potensi besar yang dimiliki media sosial dalam mencapai tujuan promosi dan iklan. Media sosial, dari akar katanya yang pertama sosial merujuk pada strategi komunikasi atau cara orang berinteraksi. Kemudian media merupakan alat komunikasi seperti televisi, koran atau radio. Jadi sosial media adalah komunikasi 2 (dua) arah melalui tulisan, foto, video maupun audio yang disalurkan melalui internet (Riese, 2010).

Periklanan merupakan salah satu bentuk khusus komunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, biasanya melalui sistem simbol yang berlaku umum, dengan kualitas bervariasi. Informasi sangat di butuhkan oleh manusia. Banyak cara

yang dapat di gunakan untuk menyampaikan informasi baik melalui media massa, cetak maupun elektronik. Salah satu media yang dapat diterima dimana saja dan dalam jangkauan pancarannya yang luas adalah media radio. Apalagi sekarang zamannya sudah canggih radio frekuensi beralih ke radio streaming. Menurut Fandy Tjiptono (2008:225) Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Banyak hal yang menjadi daya tarik Masyarakat untuk melakukan pengiklanan di Radio Gamasi, yakni Gamasi Pionir untuk konsep kearifan lokal, orang-orang menjadi ingin tau apa yang khas di Makassar.

Tujuan yang ingin dicapai penulis yaitu bagaimana Radio Gamasi FM memanfaatkan media sosial sebagai strategi promosi dan iklan. Penelitian ini juga akan melibatkan pemahaman tentang interaksi antara stasiun radio dan audiensnya melalui media sosial, peningkatan pendengar, dan keberlanjutan stasiun radio dalam lingkungan digital yang terus berubah. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana media sosial digunakan oleh Radio Gamasi FM, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi industri penyiaran secara umum, serta pengembangan lebih lanjut dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat strategis dalam konteks radio.

METODOLOGI

- Jenis Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah di mana peneliti sendiri adalah instrumennya, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna (Sugiyono 2018, hlm. 213). Sedangkan menurut Ibrahim (2018, hlm. 52) mengatakan bahwa pendekatan kualitatif merupakan cara kerja penelitian yang menitik beratkan pada aspek pendalaman data untuk memperoleh kualitas dari penelitian yang dilakukan. Pendekatan kualitatif menggunakan kata atau kalimat deskriptif, dimulai dengan pengumpulan data sampai dengan menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Yusuf (2017, hlm. 330-331) yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif sangat menekankan pada pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, atau deskripsi peristiwa yang bersifat alami kemudian disajikan dalam bentuk kata-kata.

Berdasarkan beberapa pandangan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pendekatan kualitatif merupakan sebuah pendekatan penelitian yang mengarah pada kondisi alamiah di suatu tempat atau kejadian dan menggunakan tahapan-tahapan sesuai dengan aturan atau langkah-langkah yang diperlukan untuk pengumpulan data.

- Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu. Lokasi penelitian ini dilakukan di Radio Gamasi FM yang berada di Jl. Veteran Selatan, Kompleks Marindah Blok B No.12 Makassar

- Jenis Data

Data pada penelitian merupakan sesuatu yang diperlukan dalam kegiatan penelitian. Menurut Arikunto (2013) "Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh". Adapun sumber data penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

a) Data Primer

Data Primer Menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara.

b) Data Sekunder

Data Sekunder Menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen Data sekunder. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

- Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian mengenai pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dan iklan di Radio Gamasi FM dapat melibatkan beberapa teknik yang sesuai dengan tujuan penelitian dan sifat data yang diperlukan. Berikut adalah beberapa teknik pengumpulan data yang mungkin digunakan:

a) Wawancara

Wawancara (interview) adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan percakapan tujuannya untuk mencari informasi, baik dari narasumber atau informan. Menurut Anggoro (2009, hlm. 17) wawancara semi terstruktur terdiri dari serangkaian pertanyaan-pertanyaan dan diperdalam dengan menggunakan pertanyaan yang setengah terbuka. Wawancara semi terstruktur ini akan lebih leluasa bagi peneliti dan lebih banyak mendapatkan informasi lebih mendalam. Metode wawancara ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dan iklan di Radio Gamasi FM.

b) Observasi

Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya. Dalam observasi ini, peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari subjek yang sedang diamati, merekam, dan mencatat semua kegiatan yang dilakukan oleh sumber data. Peneliti melakukan observasi dengan mengamati Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dan iklan di Radio Gamasi FM.

c) Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2017, hlm. 124) dokumen adalah catatan peristiwa masa lampau. Dokumen dapat berbentuk gambar, tulisan atau karya-karya monumental dari seseorang. Peneliti menggunakan dokumentasi agar memperoleh suatu bukti dari wawancara yang dilakukan di Radio Gamasi FM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gamasi merupakan akronim Gaya Makassar Ada di Sini yang berada di frekuensi 105.9 dan hadir pada 28 Juni 1980, sekarang sudah berumur 43 tahun. Radio Gamasi didirikan oleh Abdul Hamid (75) akrab disapa Masno. Gamasi adalah nama sebuah pohon, saat itu salah satu stasiun radi di Makassar memanfaatkan pohon Gamasi sebagai tiang pemancar. Pohon gamasi dulunya banyak di Makassar, pohon yang konon katanyasangat kuat untuk jadi tiang penyangga jaringan Radio. Disitulah Radio ini diberi nama Radio Gamasi yang artinya peneduh, dan juga bisa memberikan informasi. Radio Gamasi bagi Masno adalah bagian dari hidup dan matinya. Begitupun dengan lagu Makassar, menurutnya selama Gamasi masih mengudara, lagu makassar tetap dilantunkan.

Seiring berkembangnya zaman, kita dihadapkan dengan media baru yang cukup banyak, oleh karena itu media penyiaran seperti radio bisa memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi dan iklan. Pada penelitian ini, peneliti akan lebih berfokus pada bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dan iklan di Radio Gamasi FM. Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara langsung, berikut hasil yang diperoleh oleh peneliti.

1. Bagaimana Interaksi Pendengar Dalam Menggunakan Strategi Promosi Melalui Media Sosial di Radio Gamasi FM?

Interaksi adalah satu pertalian sosial antar individu sedemikian rupa sehingga individu yang bersangkutan saling mempengaruhi satu sama lainnya (Chaplin, 2011). Strategi dapat dilihat sebagai pola keputusan atau tindakan yang mencerminkan tujuan dan sasaran organisasi dalam jangka Panjang (Henry Mintzberg). Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai, (David, 2011:18- 19). Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu strategia yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah – daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Tjiptono

(2006:3). Promosi penjualan yaitu usaha untuk mempengaruhi konsumen dan pihak-pihak lain melalui aktifitas-aktifitas jangka pendek, misalnya pameran dan pemberian contoh produk. G. Kismono (Pondaag & Soegoto, 2016). Promosi adalah komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan juga produknya agar masyarakat bisa menerima, membeli dan juga loyal pada produk yang ditawarkan oleh Perusahaan (Fandy Tjiptono).

Sekarang ini, tantangan dalam industri penyiaran sangat luar biasa, dihadapkan dengan media baru yang cukup banyak, dan tentunya itu menjadi pilihan masyarakat untuk memilih. Tapi dalam industri radio sebagian orang mengatakan Radio saat ini Hidup segan Mati tak mau, namun nyatanya tidak seperti itu, dari hasil survey Radio Gamasi itu sendiri bahwa Radio itu masih punya banyak pendengar, seiring berkembangnya zaman sekarang dengan banyaknya media baru dan rajin mengalami yang namanya konvergensi media. Sama halnya dengan Radio Gamasi yang juga melihat dan memperhatikan kebutuhan pasar. Radio Gamasi bisa saja di dengarkan atau di akses melalui website www.radiogamasi.com bisa juga melalui aplikasi Radio Gamasi yang bisa di download di Play Store.

Adapun pendengar di Radio Gamasi FM berasal dari berbagai karakter dan beragam warna. Warna dalam artian bukan hanya pendengar dari Makassar tetapi dari luar negeri seperti TKI banyak yang berinteraksi dari Hongkong, Malaysia, termasuk juga anggota kerukunan Sulawesi Selatan, dengan adanya live streaming dengan internet maka bisa diketahui pendengar Radio Gamasi tersebar Dimana saja.

Dalam melakukan Promosi dan Pengiklanan ada beberapa strategi yang perlu di perhatikan, diantaranya ;

1. Strategi Berjejaring, memanfaatkan jaringan sosial yang dimiliki dari background penyiar yang berbeda-beda, baik itu dosen atau panwas.
2. Media Sosial
3. Melalui kerja sama event
4. Cetak Produk
5. Menghubungi relasi yang sudah lama tidak mengiklan di Gamasi

Ada hal yang dapat dijadikan tolak ukur bahwa iklan yang disiarkan Gamasi sukses menarik perhatian masyarakat, salah satunya, pengiklan yang datang di Gamasi tidak hanya satu kali, tetapi berulang. Dan juga dipastikan bahwa iklan yang dilakukan itu sangat bermanfaat bagi masyarakat.

2. Bagaimana Radio Fajar Fm Dalam Menggunakan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Iklan?

Pemasaran media sosial merupakan bentuk promosi untuk dapat memasarkan produk, jasa atau brand dengan isu memanfaatkan khalayak di media sosial. Pemasaran Media Sosial dipusatkan pada usaha menciptakan konten (posting, tulisan, gambar, video) yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk membagi (share) melalui jaringan social mereka. Periklanan adalah model dari bauran promosi menurut Hermawan (2012). Iklan merupakan salah satu hal yang penting karena iklan adalah salah satu komunikasi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengenalkan produknya ke pasar. Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang dapat membentuk citra merek (brand image). Brand Image berpengaruh besar bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan produknya. Hal ini selaras dengan pendapat dari Tjiptono (2011), brand image merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan sebagai pelaku pasar, karena dengan brand image yang baik dapat menimbulkan nilai-nilai emosional pada diri konsumen. Iklan dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen yang dimulai dari menimbulkan minat beli konsumen (purchase intention). Kotler dan Keller (2012)

mengatakan bahwa minat beli konsumen sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan.

Seiring berkembangnya zaman menyebabkan banyaknya media baru sehingga mengalami yang namanya konvergensi media. Sama halnya dengan Radio Gamasi yang juga melihat dan memperhatikan kebutuhan pasar, Radio tidak hanya didengarkan melalui frekuensi normal atau konvensional, akan tetapi radio bisa juga di dengarkan melalui akses internet. Selain itu Radio Gamasi juga mengikuti perkembangan zaman dan terbilang aktif di Media Sosial, seperti Youtube, Instagram, Facebook, dan juga Gamasi memiliki program Podcast. Dari banyaknya akun media sosial Gamasi, bisa dikatakan Gamasi lebih memanfaatkan dua media Sosial yaitu Facebook dan Instagram karena setelah melakukan evaluasi, pendengar Gamasi cukup banyak menggunakan dua media sosial ini.

Dalam melakukan periklanan di Gamasi, terlebih dahulu client bertanya mengenai jam tayang yang ramai pendengar, dan biasanya jam tayang yang ramai pendengar adalah pagi dan sore hari, di saat itulah client membelanjakan uangnya untuk melakukan iklan di Gamasi. Gamasi menjadikan media sosial sebagai pemantik, mungkin dari beberapa promosi atau publikasi dari Mitra yang sudah bekerja sama dilempar ke Media social. Keberadaan media sosial bagi industri media sangat umum, dan bisa menjadi benefit bagi para pengiklan.

Radio Gamasi memiliki rate card atau harga iklan tersendiri, bentuk iklan di radio Gamasi itu berbeda-beda, diantaranya:

1. Lospot yaitu iklan dalam bentuk pesan suara yang sudah di produksi dan mengandung music serta pesan dari Voice Over atau penyiarinya dan memiliki durasi yang terbatas, biasanya hanya sampai 1 menit.
2. Iklan baca, adalah iklan yang langsung dibaca oleh penyiar.
3. Insert, adalah suara baik itu jingle yang durasinya bisa sampai 3 menit
4. Talk Show, adalah gelar wicara yang melibatkan host, narasumber, tanya jawab, ada interaktif dengan pendengar dan durasinya 1 jam sudah termasuk komersial break.
5. Live report, Gamasi juga melakukan on the spot dilapangan juga bisa berbayar, tergantung keinginan client.
6. Sponsorship, adalah produk yang dipublish sepanjang acara.
7. Kuis, juga berbayar, namun tergantung konteksnya seperti apa, misalkan client pasang iklan dan mau dibonuskan kuis itu boleh.

Banyak hal yang menjadi daya tarik masyarakat untuk melakukan pengiklanan di Radio Gamasi, yakni Gamasi Pionir untuk konsep kearifan lokal, orang-orang menjadi ingin tau apa yang menjadi ciri khas Makassar. Selain itu dalam menyampaikan iklan Radio Gamasi tentunya menggunakan gaya bahasa daerah Makassar, dan itulah salah satu khas yang membuat orang tertarik untuk mengiklan dan setia menjadi pendengar Radio Gamasi.

KESIMPULAN

Jurnal ini menyimpulkan bahwa radio Gamasi FM telah berhasil memanfaatkan media sosial (Facebook, Instagram, dan Youtube) sebagai alat pemasaran produk dengan baik. Mereka menggunakan berbagai strategi promosi dan iklan, termasuk strategi berjejaring, media sosial, kerja sama event, cetak produk, dan menghubungi relasi lama. Radio Gamasi juga menarik pengiklan dengan konsep kearifan lokal dan penggunaan gaya bahasa daerah Makassar. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi industri radio dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dan iklan, serta memperkuat pemahaman tentang interaksi antara stasiun radio dan audiensnya melalui media sosial. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya peningkatan pendengar dan

keberlanjutan stasiun radio dalam lingkungan digital yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- News. (2021). Unsur-unsur iklan radio : target pendengar hingga efek musik.
- Nuaeni, I. (2020). Pengaruh pengalaman bisnis dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas pendidikan ekonomi dan bisnis UPI .
- Thabroni, G. (2021). Metode Penelitian Kualitatif : pengertian karakteristik dan jenis. Serupa.id.
- Tysara, L. (2021, Nov 05). liputan 6. Retrieved from <https://www.liputan6.com/hot/read/4702723/10-pengertian-promosi-menurut-para-ahli-ketahui-tujuan-bentuk-dan-strateginya?page=2>
- Wiwekananda, I. G. (n.d.). Pengaruh Sosial Media Advertising Terhadap Purchase Intention Samsung S9 & S9+ Dimediasi Oleh Brand Image.