**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN RADIO SUARA SURABAYA DALAM MENDAPATKAN IKLAN DIMASA PANDEMI COVID-19Disusun Oleh:**

**Medyta Indra Kinasih**

**Email:** **Medytaik@gmail.com**

**Dosen Pembimbing:**

**Dr.Fitria Widiyani Roosinda, S.Sos, M.Si**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bhayangkara Surabaya**

***Abstract***

During the COVID-19 pandemic, Suara Surabaya radio was impacted by a reduction in employee salaries. Ad revenue is needed to provide employee salaries and other operations so it is very important to attract advertisers. This study aims to determine the implementation of marketing communications by Suara Surabaya radio in getting advertisements during the covid-19 pandemic. The method used is a qualitative descriptive case study. In getting advertisers during the covid-19 period to attract advertisers' attention, that is by providing discounts and options for advertising packages offered to potential advertisers and by using them. As a support, promotions in creating a positive image of Suara Surabaya radio during the COVID-19 pandemic lead to soft campaigns and are educational in nature.

Keywords: Implementation, marketing communication, Surabaya voice radio, advertising, covid.

**Abstrak**

 Pada masa pandemi covid-19 ini radio Suara Surabaya terkena dampak yang dirasakan hingga adanya pengurangan gaji karyawan. Pemasukan iklan dibutuhkan untuk memberikan gaji karyawan dan operasional lainnya maka sangat penting untuk menarik minat pengiklan.Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan radio Suara Surabaya dalam mendapatkan iklan pada masa pandemi covid-19. Metode yang digunakan adalah studi kasus deskriptif kualitatif. Dalam mendapatkan pengiklan pada masa covid-19 untuk menarik perhatian pengiklan yaitu dengan memberikan diskon dan plihan paket- paket iklan yag ditawarkan kepada calon pengiklan dan dengan digunakan. Sebagai penunjang, promosi dalam menciptakan citra positif radio Suara Surabaya pada masa pandemi covid-19 mengarah ke soft campaign dan bersifat edukasi.

Kata kunci: Implementasi, komunikasi pemasaran, radio suara surabaya, iklan, covid.

**PENDAHULUAN**

Saat ini Indonesia sedang mengalami krisis yang cukup besar ialah karena adanya pandemi covid19 yang menyebabkan banyak sektor perekonomian menurun di Indonesia sendiri banyak perusahaan-perusahaan yang menutup bisnisnya karena tidak sanggup menanggung biaya operasioanal perusahaan-perusahaan.

Terdapat pula perusahaan-perusahaan yang tetap bertahan namun dengan melaksanakan pengurangan tenaga kerja. Adanya Pertumbuhan perekonomian Indonesia pada masa pandemi covid19 menyebabkan melemahnya nilai tukar rupiah Pemutusan hubungan kerja yang dilakukan perusahaan-perusahaan ini sebagai upaya untuk mengurangi biaya operasional perusahaan-perusahaan.

Salah satu penyebab adanya pemutusan hubungan kerja adalah pembatasan aktivitas sosial masyarakat di luar rumah. Pada masa pandemi covid19 mengharuskan masyarakat untuk mengurangi aktivitas di luar rumah sebagai pencegahan terpapar dengan covid-19, sehingga hal tersebut memengaruhi pendapatan perusahaan-perusahaan.

Ditambah dengan adanya penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) membuat masyarakat tidak dapat menjalani aktivitas seperti biasa dengan anjuran kebijakan pemerintah work from home (WFH) dan school from home dengan begtersebut semua aktivitas hanyalah bisa dilakukan di rumah. Dengan adanya dampak covid-19 ini perusahaan-perusahaan bisnis mengharuskan mengubah pola penerapan strategi yang digunakan supaya dapat tetap bertahan.

Menerapkan strategi komunikasi dalam menghadapi krisis organisasi menjadi sangatlah penting, terutama jika organisasi akan segera menyelesaikan permasalahan yang ada. Krisis organisasi dapat dipenyebabkan oleh banyak faktor. Bisa karena faktor internal atau faktor eksternal yang ada. Faktor internal seperti kerjasama antar tim, pola kepemimpinan, sistem birokrasi, dll. Sedangkan faktor eksternal dapat diakibatkan dari buruknya hubungan kerjasama dengan organisasi lain atau ancaman dari luar organisasi tersebut sendiri.

Ketika sebuah organisasi berada di dalam krisis seperti tersebut, diperlukan adanya sebuah tindakan/langkah yang tepat dan baik untuk menyelesaikan masalah tersebut. Di bawah ini adalah beberapa jenis tindakan-tindakan yang dapat dilakukan organisasi untuk mempercepat penyelesaian krisis melalui berbagai cara penggunaan strategi komunikasi yang tepat. Pendekatan komunikasi diperlukan karena proses ini memungkinkan masalah diselesaikan dengan lebih efektif dan cepat.

Beberapa media telah berhasil survive dari krisis yang terjadi dalam masa pandemi covid19 saat ini,salah satunya ialah Radio Suara Surabaya, Radio Suara Surabaya adalah salah satu radio swasta yang mempunyai berbagai macam pendengar setia dari berbagai daerah. Radio Suara Surabaya mempunyai format radio news, interaktif, solutif, informasi dan berita

Radio Suara Surabaya juga akan terus melaksanakan berbagai inovasi serta dalam mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi. Biaya operasional yang tidak sedikit ditanggung oleh perusahaan-perusahaan, untuk memenuhi biaya operasional tersebut didapatkan dari jumlah pendapatan iklan. Radio Suara Surabaya harus tetap terus menerus mendapatkan pendapatan dari iklan. Dilihat dari segi pengiklan Radio Suara Surabaya termasuk mempunyai jumlah iklan yang cukup tinggi dan rate harga tinggi jika dibandingkan radio lokal lainnya.

Radio Suara Surabaya dalam program promosi mempunyai beragam event yang diselenggarakan setiap tahunnya dengan mendatangkan media massa yang jumlahnya tidak sedikit. Seperti event Jazz Traffic Festival yang selalu adanya setiap tahunnya sejak awal kemunculannya yang tidak pernah absen, serta Radio Suara Surabaya Economic Forum, dan Surabaya Urban Culture Festival dengan mempunyai tujuan sebagai meningkatkan brand image. Namun pada masa pandemi covid19 covid-19, Radio Suara Surabaya menerapkan komunikasi pemasaran dengan upaya yang berbeda untuk menarik minat pengiklan. Komunikasi pemasaran yang diterapkan ialah dengan menyediakan pilihan paket iklan dan strategi promosi yang berbeda.

Radio Suara Surabaya mempunyai tiga jenis bagian marketing yang masing-masing mempunyai job desc yang berbeda-beda. Bagian marketing Radio Suara Surabaya terdiri dari marketing promotion yang bertugas sebagai marketing komunikasi untuk memberikan dampak yang ditimbulkan ialah citra positif Radio Suara Surabaya, marketing accounting eksekutif yang bertugas melaksanakan penawaran dan kerja sama pada klien, dan marketing support bertugas sebagai memasukkan data iklan ke dalam sistem komputer Radio Suara Surabaya dan melaksanakan bagian administrasi.

Sangatlah pentingnya pendapatan iklan untuk biaya operasional dan upah karyawan maka komunikasi pemasaran saat ini yang digunakan harus tepat untuk menarik dan mendapatkan iklan dalam stersebutasi pandemi covid19.

**.METODE PENELITIAN**

**Jenis Penelitian**

Didalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.

### Teknik .Pengumpulan .Data

### Metode Penelitian

1. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah metode studi kasus.

2. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Ialah informasi lebih lanjut Proses penelitian, yang menyediakan beberapa data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan oleh orang-orang atau pengetahuan yang dapat diamati, berguna serta dapat diterapkan pada berbagai masalah. Supaya umum penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran atau usaha untuk menggambarkan suatu peristiwa atau gejala supaya sistematis, objektif, serta terencana.

3. Metode ini juga dapat digunakan karena beberapa alasan ialah supaya kualitatif, menerapkan metode pendekatan kualitatif, dengan memperhatikan kemampuan mempunyai data yang diperoleh di lapangan berupa data berupa fakta yang memerlukan analisis mendalam.

Oleh karena tersebut, pendekatan terhadap kualitatif akan mendorong proses pembangkitan data yang lebih meluas, terutama yang mnyangkut penelitian ini sendiri di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadikan alat utama/perantara dalam mengumpulkan data yang dapat berhubungan secara lansgung dengan objek penelitian

**Teknik pengumpulan data**

Observasi

Observasi merupakan aktivitas penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung di lapangan. Peneliti beradanya ditempat tersebut, untuk mendapatkan bukti-bukti yang valid dalam laporan yang akan diajukan. Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian (W. Gulo, 2002: 116). Dalam observasi ini peneliti menggunakan jenis observasi non partisipan, ialah peneliti hanyalah mengamati supaya langsung keadanyaan objek, tetapi peneliti tidak aktif dan ikut serta supaya langsung (Husain Usman, 1995: 56).

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan upaya mengamati suatu fenomena yang adanya dan terjadi. Observasi yang dilakukan diharapkan dapat memperoleh data yang sesuai atau relevan dengan topik penelitian.

Teknik observasi dapat digunakan sebagai data primer atau sekunder, tergantung relevansinya dengan rumusan masalah. Tentu saja, jika pertanyaan penelitian yang relevan dijawab melalui observasi, metode observasi dapat menjadi sumber data primer.

Hasil observasi dapat berupa teks, gambar atau foto, video, rekaman suara, dan lain-lain. Bentuk-bentuk data yang berbeda ini dapat menjadi data utama dalam penelitian kualitatif. Sebagai contoh, kami mengkaji perilaku konsumsi fesyen mahasiswa di Papua. Data berupa foto yang kita ambil di lapangan bisa menjadi data utama yang mendukung penalaran kita.

Wawancara (interview)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, ialah pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan pewawancara yang menjawab pertanyaan (Lexy J. Meleong, 2010:186). tersebutr utama dari wawancara adalah kontak pribadi langsung antara pencari informasi dan sumber informasi. Berbagai pertanyaan disiapkan dalam wawancara, tetapi berbagai pertanyaan lain juga muncul selama penelitian.

Melalui wawancara ini, peneliti mengkaji data, informasi dan kerangka informasi subjek penelitian. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara bebas terpimpin, ialah pertanyaan yang diajukan tidak ditentukan dalam pedoman wawancara dan dapat diperdalam atau dikembangkan lebih lanjut tergantung pada stersebutasi dan bidang studi.Teknik wawancara mendalam hampir selalu menjadi senjata utama dalam mengumpulkan data primer untuk penelitian kualitatif. Hasil wawancara mendalam berupa narasi lisan, yang biasanya bersifat deskriptif. Narasi lisan direkam atau direkam dan kemudian ditranskripsikan.

Transkrip wawancara rinci adalah teks yang dijadikan sebagai data utama. Jika perlu, transkrip diterjemahkan ke dalam bahasa yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena tersebut, wawancara mendalam adalah salah satu teknik pengumpulan data yang paling sangatlah penting untuk penelitian kualitatif.

Pada tahap penggunaan, tentunya tidak semua transkrip naratif digunakan sebagai data. Peneliti harus cermat memilih mana yang relevan untuk diolah dan dianalisis. Hasil transkrip merupakan fakta-fakta-fakta-fakta naratif yang berpotensi sebagai data kualitatif primer.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

 1. Dampak yang terjadi pada Radio Suara Surabaya selama masa pandemi covid19

“dampaknya sangatlah besar dari penurunan iklan karena di awal pandemi covid19 pengiklan sangatlah turun 30% dari biasanya, dengan adanya pandemi covid19 ini kami terpaksa melaksanakan pengurangan karyawan yang belum bertanda tak dan tidak memperpanjang batas waktu pada karyawan magang”

Adanya pandemi covid19 ini tentu tidaklah mudah bagi Radio Suara Surabaya,banyak upaya yang dilakukan Radio Suara Surabaya untuk mempertahankan karyawan-karyawanya, dikarenakan pendapatanyang di dapatkan Radio Suara Surabaya belum efektif seperti sediakala terpaksa sempat adanya penurunan upahkurang lebih 10% sesuai dengan kesepakatan bersama dan di bulan mei 2020 upahkaryawan Radio Suara Surabaya sudah kembali normal.

“di saat-saat seperti ini bukan hanyalah perusahaan-perusahaan yang harus membantu karyawan tapi karyawan juga harus bekerjasama untuk salong membantu supaya perusahaan-perusahaan tetap bangkit”

2. Inovatif dan Upaya Radio Suara Surabaya dalam mendapat iklan di masa pandemi covid19

Radio Suara Surabaya juga mempunyai banyak inovatif dan juga berbagai program baru di masa pandemi covid19 ini salah satunya ialah dengan adanya “Digitalisasi” di era yang serba digital ini supaya tidak ketinggalan zaman.

Upaya yang dilakukan Radio Suara Surabaya dalam menggait iklan salah satunya ialah dengan media zoom supaya memudahkan klien dalam memasarkan produk di masa pandemi covid19 ini. Radio Suara Surabaya

Radio Suara Surabaya terus menghadirkan beberapa program-program baru selama pandemi covid19 ialah program

• acceRadio Suara Surabaya mobile

• zoom,

• Live instagram,

Radio Suara Surabaya juga mempunyai program yang menyediakan donasi untuk program swab supaya gratis untuk kalangan yang kurangg mampu,program ini juga termasuk program baru di kala pandemi covid19, mengingat sebelumnya Radio Suara Surabaya belum pernah mengadakan atau membuka program donasi dikarenakan banyak faktor yang kurang mendukung namun dengan adanya pandemi covid19 ini.

Radio Suara Surabaya mengambil tindakan yang sangatlah tepat untuk menerima bantuan yang di sediakan masyarakat dan untuk masyarakat sendiria ialah dengan adanya program swab supaya gratis bagi masyarakat Surabaya.

3. Kendala yang di alami Radio Suara Surabaya dalam mendapatkan iklan di masa pandemi covid19

Di masa pandemi covid19 saat ini sangatlahlah banyak kendala yang di alami oleh Radio Suara Surabaya yang terpaksa harus mengganti beberapa program yang mengadakan kunjungan keberbagi tempat untuk melaksanakan wawancara ataupun kegiatan lain yang yang menyertakan kunjungan-kunjungan, tidak hanyalah tersebut saja mereka juga menghentikan program magang di Radio Suara Surabaya dalam kurung waktu beberapa bulan namun saat ini sudah mulai efektiv kembali namun dengan syarat atau ketentuan baru yang sesuai dangan kebijakan yang di berikan Radio Suara Surabaya di masa pandemi covid19 saat ini,walaupun program ini sudah di buka Radio Suara Surabaya tetap membatasi jumlah karyawan magang beberapa persen dari tahun-tahun yang sebelumnya

4. Motivasi Radio Suara Surabaya untuk tetap bangkit di masa pandemi covid19

Radio Suara Surabaya termasuk salah satu media yang berhasil survive dengan berbagai proses yang di alami, adanya beberapa alasan untuk mereka tetap bangkit di kala pandemi covid19 saat ini ialah dengan adanya SDM yang harus terpenuhi supaya finansial, tak hanyalah tersebut saja Radio Suara Surabaya juga sudah sangatlah dipercayai oleh masyarakat karena memberdayakan masyarat maupun di internal yang mempunyai banyak manajemen baik di produksi,bisnis, dan marketing

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan adalah pernyataan yang ditarik secara singkat dari keseluruhan hasil pembahasan atau analisis. Dengan kata lain, kesimpulan adalah hasil diskusi. Kesimpulan adalah bagian yang sangatlah sangatlah penting dari setiap karya ilmiah dan berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan,maka dapat di tarik kesimpulan bahwa Implementasi Radio Suara Surabaya dalam mendapatkan iklan cukup berhasil dan survive walaupun banyak kendala dan hambatan yang terjadi supaya tidak terduga tetapi Radio Suara Surabaya tetap bangkit dengan berbagai program baru seperti accseRadio Suara Surabaya mobile,zoom,live Instagram,Live Facebook, dengan kapitas dan ketentuan yang baru demi bertahannya Radio Suara Surabaya walaupun tidak sedikit kendala yang di alami Radio Suara Surabaya yang seharusnya adanya beberapa program yang bisa terealisasikan dengan baik namun harus terhambat di karenakan pandemi covid19 yang menimpah di Indonesia saat ini.

1. Radio Suara Surabaya tetap survive karena bantuan dan kerjasama para karyawan Radio Suara Surabaya dalam melawati masa pandemi covid19 walaupun harus dengan berbagai upaya yang dilakukan namun Radio Suara Surabaya terbilang berhasil menangani semua ini

2. Radio Suara Surabaya tetap mendapat pemasokan iklan di saat pandemi covid19 seprti ini namun dengan program yang berbeda dari sebelum-sebeumnya,dengan memunculkan inovatif terbaru ialah berbagai program yang adanya saat ini,zoom,live Instagram,live Facebook dan platfrom/tempat lainnya

SARAN

Saran biasanya berasal dari hasil pemikiran dan digunakan dalam rangka tujuan membangun sesuatu yang belum sempurna dan perlu disempurnakan melalui nasehat, sifatnya dapat mendidik untuk menjadi lebih baik, dan nasehat yang diberikan harus sesuai dengan apa. sedang dibahas. Sehingga dapat dikatakan proposal lebih dtersebutjukan untuk menyempurnakan bangunan dan hal ini dilakukan secara objektif. Maka dari tersebut berdasarkan dari hasil penelitian di harapkan dapat memberikan sedikit sumbangan dalam pemikiran untuk meningkatkan kemampuan,maka saran yang saya ajukan sebagai berikut:

1. Menambah program-program baru yang menyertakan masyarakat atau anak-anak muda di surabaya supaya Radio Suara Surabaya semakin berkembang

2. Tetap mengadakan program donasi swab gratis supaya masyarakat surabaya tidak keberataan biaya apabila harus melaksanakan tindakan swab

3. Menambah metode atau upaya baru untuk meningkatkan iklan yang di dapat supaya pengiklan tertarik untuk terus mengiklan kan melalui platfrom/tempat Radio Suara Surabaya

Bagi peneliti selanjutnya:

**REFERENSI**

http://nanangsuryadi.lecture.ub.ac.id/2012/03/perkembangan-media-komunikasi-pemasaran

https://alihamdan.id/implementasi

https://ejournal.upi.edu/index.php/MetodikDidaktik/article/view/30125

https://id.wikipedia.org/wiki/Suara\_Surabaya

https://jurnal.faiunwir.ac.id/index.php/Jurnal\_Risalah/article/download/142/123

https://konvergensimediablog.wordpress.com/blog

http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/568/5/111801090\_file%205.pdf

https://www.suarasurabaya.net/visualradio/

https://twitter.com/e100ss

https://eprints.stikosa-aws.ac.id/50/1/20.%20KEPUASAN%20PENDENGAR%20TERHADAP%20PROGRAM%20KELANA%20KOTA%20RADIO%20SUARA%20SURABAYA.pdf

https://moestopo.ac.id/wp-content/uploads/2016/05/Pandeglang-Dalam-Implementasi-Kebijakan-Peningkatan-IPM-Sebuah-Disertasi-Oleh-Dr.-Taufiqurokhman.-M.Si\_.pdf

https://www.academia.edu/35453235/implementasi\_kebijakan\_pd