

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Pandemi Covid-19 adalah epidemi penyakit yang disebabkan oleh virus penyebab infeksi saluran pernafasan yang menyebabkan isolasi bagi yang terpapar bahkan dapat menyebabkan kematian. Virus ini mudah menular dan menyebar di China serta 190 negara lebih.<sup>1</sup> WHO menyatakan Covid-19 sebagai pandemi pada 12 Maret 2020. Korban pandemi Covid-19 ada 634.835 kasus dan 33.106 kematian di seluruh dunia sedangkan di Indonesia ada 4.272.421 kasus dengan Covid-19 positif yang telah ditentukan. Kasus kematian telah meningkat empat orang pada 17 Januari 2022.<sup>2</sup> Ada ratusan ribu kasus Covid-19 di Indonesia yang menimbulkan banyak transformasi baru di Indonesia. Pemerintah memberikan aturan untuk memutus mata rantai penyebaran, termasuk memberlakukan pembatasan aktivitas di berbagai sektor kesehatan pendidikan, ekonomi, dan budaya.

Virus Covid-19 merupakan virus yang cepat menular dan mengakibatkan jumlah korban terus bertambah, sehingga memaksa Indonesia untuk menerapkan kebijakan yang dapat menurunkan jumlah kematian. Pandemi Covid-19 banyak memengaruhi evolusi kehidupan ekonomi masyarakat. Sejak April 2020, pemerintah Indonesia telah menetapkan kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di beberapa daerah. Hal ini berdampak signifikan terhadap proses produksi,

---

<sup>1</sup>Nurul Hidayah Nasution, Arinil Hidayah, dkk, *Gambaran Pengetahuan Masyarakat Tentang Pencegahan Covid-19 di Kecamatan Padangsidempuan Batunadua, Kota Padangsidempuan*, (Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia, Vol. 6 No. 1 Juni 2021), 108.

<sup>2</sup> Tribunnews.com di akses pada 18 Januari 2022 pukul 19.12.

pendistribusian, dan aktivitas fungsional. Kebijakan ini berdampak negatif terhadap perekonomian karena membatasi mobilitas dan aktivitas masyarakat. Pendapatan dari masyarakat pun menurun karena pandemi Covid-19 yang memaksa beberapa sektor ekonomi harus mengurangi aktivitas, termasuk aktivitas dalam media penyiaran.<sup>3</sup>

Radio merupakan tumpuan masyarakat untuk mendapatkan berbagai informasi, dan merupakan media yang dekat dengan masyarakat yang juga telah merasakan efek dari Covid-19, seperti perubahan dalam kegiatan penyiaran dan juga pada program yang disajikan. Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang dianggap sesuai untuk menyebarkan informasi karena jangkauannya yang luas sehingga dapat menyampaikan informasi yang diperlukan kepada masyarakat.<sup>4</sup> Radio dalam mempertahankan eksistensinya menghadirkan program unggulan yang diinginkan oleh pendengar yang dianggap penting dan perlu bagi pendengar. Radio mampu menjalankan perannya dalam menyampaikan informasi yang terpercaya, sehingga pada situasi pandemi membutuhkan informasi yang cepat dan terbuka, namun tetap kredibilitas dan akurat. Dengan demikian, radio menjadi media yang turut menyumbangkan tindakan preventif, melalui kemampuannya dalam menyampaikan informasi yang menarik dan benar.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>Bemf MIPA Unej 2021, Kastrad Beraksi#2: Kondisi Perekonomian Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19, 2021. <https://bem.fmipa.unej.ac.id/kastrad-beraksi2-kondisi-perekonomian-indonesia-di-tengah-pandemi-covid-19/> di akses pada 19-01-2022 pukul 20.36.

<sup>4</sup> Macharioi El Okta, Skripsi: *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Sonora 102.6 FM Palembang dalam Mendapatkan Pengiklan di Masa Pandemi Covid-19*, 2021, 16.

<sup>5</sup> Yanti Amiliani, Pawito, Soedarmo. *Pemanfaatan Peran Radio di Tengah Pandemi Covid-19*, Surakarta: Prosiding Seminar Nasional Unimus, Vol.3, 2020,

Di Kabupaten Jombang ada beberapa radio seperti Radio Kartika FM, Radio Atasan FM, Radio Suara Pendidikan Jombang, dan Radio Gita FM. Radio Gita FM merupakan salah satu radio di Jombang yang cukup terkenal dan masih eksis hingga saat ini. Radio Gita FM berdiri pada tahun 1993. Radio Gita FM memiliki gelombang 97.40 FM yang beralamatkan di Jl. Irian Jaya IV, No. 10, Tebuireng, Cukir, Jombang, Jawa Timur. Radio Gita FM atau lebih dikenal dengan *radione wong Jombang* memiliki peralatan dan perangkat yang mumpuni. Radio Gita FM mampu menjangkau radius hingga 80 km. Radio Gita FM memiliki segmentasi remaja dan juga orang dewasa. Keunggulan dari Radio Gita FM yaitu memiliki beberapa program unggulan, *on air* selama 24 jam, selain bisa didengar secara manual Radio Gita FM juga dapat didengar secara digital di manapun tanpa menggunakan antena maupun *earphone*, pada program tertentu antara penyiar dan pendengar dapat berinteraksi secara langsung sehingga dapat menjalin kedekatan dengan pendengar.<sup>6</sup>

Radio Gita FM mendapatkan beberapa pemasang iklan yang membuat Radio Gita FM masih eksis hingga pada tahun 2022. Dari iklan swasta hingga nasional seperti, dealer motor Anyar Makmur Grup, SMK Sultan Agung 1, Roti Ramayana dan juga Kapsida HS. Radio Gita FM mendapatkan keuntungan dari pemasang iklan adalah dalam hal keeksistensiannya, yaitu sebagai salah satu radio yang masih bertahan di Kabupaten Jombang. Menurut Rusna Haryati, penting adanya strategi khusus untuk tetap mempertahankan minat para pemasang iklan,

---

<sup>6</sup> Wawancara Dian Safitri Admin Radio Gita FM pada 09 Maret 2022.

karena pendapatan dari iklan tersebut menentukan keberlanjutan dari radio Gita FM tersebut.<sup>7</sup>

Adanya pandemi Covid-19 yang telah berlangsung selama hampir 2 tahun membuat Radio Gita FM menghadapi masa sulit. Hal tersebut dikarenakan dalam masa pandemi Covid-19 pemerintah Kabupaten Jombang melarang masyarakat untuk bertemu, berkerumun, dan melakukan aktivitas di luar rumah. Sejak awal pandemi masuk di Indonesia pemerintah Kabupaten Jombang sudah menyosialisasikan kepada masyarakat untuk selalu jaga jarak, memakai masker saat berada di luar rumah dan selalu mencuci tangan. Pemerintah berharap tiga kebiasaan itu selalu diterapkan oleh seluruh masyarakat khususnya warga Kabupaten Jombang agar terhindar dari Covid-19.

Radio Gita FM sendiri juga tidak henti-hentinya untuk memberikan informasi mengenai Covid-19 dan memotivasi pendengar untuk selalu mematuhi protokol kesehatan. Radio Gita FM Jombang melakukan *podcast* bertema kesehatan secara *on air* dengan mematuhi protokol kesehatan. Hal ini bertujuan untuk menjaga kualitas siaran dan menjaga kontinuitas pendengar, karena para pendengar membutuhkan informasi mengenai Covid-19. Dari kegiatan tersebut, adanya kreativitas dan semangat siaran meskipun dalam masa pandemi Covid-19 sehingga tetap menjaga eksistensi dari Radio Gita FM tersebut<sup>8</sup>.

Fenomena Radio Gita FM sebagai salah satu radio swasta di Jombang yang tetap melakukan siaran di masa pandemi Covid-19, yaitu dengan mengandalkan

---

<sup>7</sup> Wawancara Rusna Haryati Head Marketing Radio Gita FM, pada 13 September 2022

<sup>8</sup>Wawancara Dian Safitri Admin Radio Gita FM, pada 09 Maret 2022.

program-program menarik yang menjadi hiburan, edukasi dan informasi untuk publik di Kabupaten Jombang dan sekitarnya. Dalam perkembangannya, Radio Gita FM telah tergabung dalam grup Mercury pada tahun 2006 dengan tujuan untuk lebih maju dan profesional dalam menyajikan program-program berkualitas dan membangun manajemen yang dapat memberikan yang terbaik kepada pelanggan dengan tetap mengutamakan prinsip-prinsip *broadcast*, yang berorientasi untuk kemajuan klien dan membentuk opini massa<sup>9</sup>. Radio Gita FM juga melakukan evolusi pada konten informasi, musik dan tema *talkshow*. Radio Gita FM memiliki tujuan untuk memilih keuntungan dari pengiklan yang ingin mengiklankan produknya melalui Radio Gita FM.<sup>10</sup> Radio Gita FM memanfaatkan media baru dan melibatkan kaum muda untuk meningkatkan pendapatan iklan yang masuk dengan mempertimbangkan daya jangkau media dan tujuan segmentasi yang luas di masa pandemi Covid-19.

Seiring dengan perkembangan media massa, Radio Gita FM memodifikasi program atau konten agar lebih relevan dengan pendengarnya, Radio Gita FM juga memperluas saluran distribusinya melalui media yang sedang populer seperti android dan ios, melalui media sosial dan berbagai platform yang digunakan oleh Radio Gita FM untuk menarik khalayak yang aktif di media baru untuk menjadi pendengar setia radionya agar tetap eksis di masa pandemi Covid-19.<sup>11</sup>

Dalam menjalin dan memelihara hubungan, sudah menjadi kepercayaan umum bahwa jika seseorang dapat memilih kata yang tepat dan mempersiapkan,

---

<sup>9</sup><https://radiomaya.blogspot.com/2016/02/radio-gita-fm-974-jombang.html?m=1> diakses pada 23 Juni 2022 pukul 18.52.

<sup>10</sup> Wawancara Dian Safitri Admin Radio Gita FM pada 09 Maret 2022.

<sup>11</sup> Wawancara Dian Safitri Admin Radio Gita FM pada 09 Maret 2022.

serta mengungkapkan dengan tepat, dengan promosi yang baik, maka hasil komunikasi dapat dipastikan sempurna. Radio Gita FM membangun hubungan baik dengan pemangku kepentingan dan pemegang saham melalui layanan profesional yang berkomitmen untuk pembangunan berkelanjutan.<sup>12</sup>

Penting untuk memiliki strategi khusus untuk menjaga eksistensi radio, salah satu strategi yang dapat meningkatkan minat pendengar dan pengiklan adalah strategi komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dapat menunjang keberhasilan menopang eksistensi radio di masa pandemi Covid-19.<sup>13</sup>

Dalam penelitian ini, akan menjelaskan mengenai strategi serta faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan komunikasi pemasaran yang berdampak pada eksistensi Radio Gita FM Jombang di masa pandemi Covid-19. Dari latar belakang di atas, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gita FM Jombang dalam Mempertahankan Eksistensi di Masa Pandemi Covid-19”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian konteks penelitian di atas, fokus penelitian dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Radio Gita FM melalui *integrated marketing communication (advertising,*

---

<sup>12</sup> <https://radioindostream.my.id/radio-gita-fm-jombang/> diakses pada 3 Januari 2022.

<sup>13</sup> M. Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020), 3

*public relations, event sponsorship, sales promotion, personal selling*)

dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi Covid-19?

2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran oleh Radio Gita FM untuk mempertahankan eksistensi di masa pandemi Covid-19?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendalami strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Radio Gita FM melalui *integrated marketing communication* (*advertising, public relations, event sponsorship, sales promotion, personal selling*) dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi Covid-19.
2. Untuk menjelaskan faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran oleh Radio Gita FM dalam mempertahankan eksistensi di masa Pandemi Covid-19.

### **D. Manfaat Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu yang berkaitan dengan judul penelitian, kegunaan terbagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoretis dan kegunaan praktis yang secara umum diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi.

- a. Kegunaan Teoretis

Penelitian ini secara teoretis diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang komunikasi penyiaran Islam terutama kajian tentang komunikasi pemasaran

b. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif dalam memperkuat strategi komunikasi pemasaran Radio Gita FM yang telah diterapkan sebelumnya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya untuk menjadi bahan referensi di bidang penelitian yang sama dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut dengan variabel yang berbeda, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran.

### **E. Penelitian Terdahulu**

Peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan untuk mempermudah penelitian dalam mendapatkan informasi terkait strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh beberapa radio maupun lembaga lainnya. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat tema yang sama dengan penelitian yang akan diteliti:

1. Jurnal “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran *Merchandise* di Kedai Digital 8 Solo) oleh Doni (2019). Penelitian tersebut bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai strategi komunikasi pemasaran Kedai Digital Solo dalam rangka meningkatkan penjualan produk *merchandise*. Metode kualitatif deskriptif



dalam penelitian ini. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan, dengan melalui *advertising* dan *personal selling*.<sup>14</sup> Persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan teori komunikasi pemasaran dan juga metode penelitian kualitatif. Perbedaan terletak pada objek, dalam penelitian tersebut menggunakan objek penelitian di Kedai 8 Solo sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian Radio Gita FM

2. Jurnal “Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Panjebar Semangat dalam Mempertahankan Eksistensi” oleh Ibtisam (2018). Studi ini membahas mengenai bagaimana strategi komunikasi pemasaran dapat mempertahankan eksistensi Majalah Panjebar Semangat. Metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini. Hasil penelitian menemukan bahwa hanya empat elemen *Integrated Marketing Communication* yang diterapkan oleh perusahaan Majalah Panjebar Semangat, ini berarti eksistensi Majalah Panjebar Semangat tidak bergantung pada semua elemen IMC.<sup>15</sup> Persamaan penelitian dengan yang akan peneliti lakukan adalah sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, penelitian tersebut

---

<sup>14</sup> Doni Mardiyanto, *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran)*, Surakarta: Surakarta Management Journal, Vol. 01 No. 1, 2019, 65.

<sup>15</sup> Ria Yunita, *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Dangdut Terdepan di Jakarta (Studi Kasus Eksistensi Radio CBB 105, 4 FM)*, (Jakarta: Universitas Mercu Buana, 2017), 125.

menggunakan objek penelitian Majalah Panjebar Semangat, peneliti menggunakan objek pada Radio Gita FM di Kabupaten Jombang<sup>16</sup>.

3. Jurnal “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Dangdut Terdepan di Jakarta” (Studi Kasus Eksistensi Radio Cbb 105,4 FM) Jurnal Komunikasi Vol. 8, No 1 (2017) oleh Ria Yunita Universitas Bima Sarana Informatika. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan *paradigm post-positivisme*. Data dari observasi, dan *in-depth interview* dengan kepala bagian pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Cbb melakukan strategi yang diterapkan untuk mencegah pendengar beralih ke saluran lain dan menaikkan rank atau rate radio Cbb. Promosi yang dilakukan oleh Radio Cbb adalah dengan melakukan promosi *on air*, *off air promotion*, dan *cross promotion* dan menerapkan komunikasi pemasaran terpadu yang berfokus pada pendengar radio dan pengiklan. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan terletak pada objek yang diteliti, pada penelitian tersebut menggunakan objek pada Radio Cbb di Jakarta sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian Radio Gita FM Jombang.
4. Jurnal “Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia”. Penelitian ini

---

<sup>16</sup>Ibtisam, *Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Panjebar Semangat dalam Mempertahankan Eksistensi*, (Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945, 2018), 4.

bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran Shopee di masa pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk mengurangi interaksi sosial dan bersaing dengan rival E-Commerce di Indonesia. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil penelitian tersebut didukung oleh pendekatan strategis menggunakan ide konten pesan yang rasional, emosional, dan etis, didukung dengan memanfaatkan media baru untuk memasukkan karakteristik saluran media Shopee melalui penggunaan media dan membangun kesenjangan konsumen yang benar berdasarkan kondisi. Dengan menarik perhatian konsumen dan membuat tertarik, Shopee membentuk posisi langsung di antara pengguna, terutama masyarakat Indonesia.<sup>17</sup> Persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaan pada objek yang diteliti, penelitian tersebut menggunakan objek penelitian Shopee sedangkan peneliti menggunakan objek penelitian pada Radio Gita FM Jombang.

5. Skripsi “Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Sonora 102,6 FM Palembang Dalam Mendapatkan pengiklan Di Masa Pandemi Covid-19” oleh Machario El Okta Sriwijaya University (2021). Penelitian tersebut bertujuan untuk memahami strategi komunikasi pemasaran Radio Sonora FM Palembang dalam menarik pengiklan di masa Pandemi Covid-19. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dan

---

<sup>17</sup>Priyo Suswanto, Setiawati, Sri Dewi, *Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam Membangun Positioning di Tengah Pandemi Covid 19 di Indonesia*, (Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara, 2020, 18.

menggunakan teori komunikasi pemasaran terpadu. Hasil dari penelitian menunjukkan Radio Sonora FM Palembang, dalam rangka menarik pengiklan di masa Pandemi Covid-19 menawarkan paket iklan langsung dan menyelenggarakan acara sosial dengan pendengar dan sponsor yang mampu menciptakan citra positif di masyarakat.<sup>18</sup> Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terletak pada objek, pada penelitian tersebut menggunakan objek penelitian Radio Sonora FM Palembang, peneliti menggunakan objek penelitian Radio Gita FM Jombang.

---

<sup>18</sup> Machario El Okta, *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Sonora 102,6 FM Palembang Dalam Mendapatkan pengiklan di Masa Pandemi Covid-19*, (Palembang: Sriwijaya University, 2021, 1.