

Strategi Pemasaran Radio Kardopa dalam Meningkatkan Minat Pendengar

Muda di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara

Sri Rahmadani, M.M¹, Bunayyati Hakimah S. Meliala²

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email :

sriramadhani594@gmail.com¹, unabunaa170501@gmail.com²

Abstract

Technological advances have recently become the concern of all human beings, especially with this broadcasting institution, Radio Kardopa 99.4 FM. One of the things that must be able to compete with the development of an era that is increasingly rapid in its growth is technology. Initially, this radio only distributed information in a traditional way, such as through accessing only FM transmitters. Which in this day and age is considered old-fashioned and less effective because not everyone is interested in listening to radio on a frequency transmitter. So a live streaming radio and social media platform was created to convey information. On this occasion, the author uses a digitalized marketing strategy using access to social media as an information distribution strategy. So wherever they are they will always be able to listen to their favorite radio. To increase its audience, the broadcaster has evaluated the strategy used. Where this broadcasting institution, namely Kardopa Radio itself, already has a Tiktok account which aims to increase listeners, namely young people or millennials and gen-z. This is done because Kardopa Radio knows very well that information does not only belong to certain groups, but belongs to all groups, including the young people. It can be seen from the follower insight data that many follow the @radiokardopa.kdigi account, the age of 25-34 is 39.0% and the age of 18-24 is 32.0%. It is clear that the target to be achieved has been accomplished during the author's internship at this place. In this study the authors used a qualitative method with a descriptive case study approach, this aims to increase the interest of young listeners and is designed through an effective approach.

Keywords: Marketing Strategy, Tiktok, Radio Kardopa 99.4 FM, and Information Strategy

Abstrak

Kemajuan teknologi akhir-akhir ini menjadi salah satu perhatian semua insan, apalagi dengan lembaga penyiaran ini yaitu Radio Kardopa 99.4 FM. Yang harus dapat bersaing dengan perkembangan jaman yang semakin pesat dalam pertumbuhannya salah satu adalah teknologi. Awalnya radio ini hanya menyalurkan informasi dengan cara tradisional seperti melalui pengaksesan pancar FM saja. Yang dimana di jaman sekarang hal itu sudah dianggap kuno dan kurang efektif karena tidak semua orang tertarik lagi mendengar radio di pemancar frekuensi. Sehingga dibuatlah radio *live streaming* dan platform media sosial untuk menyampaikan informasi. Pada kesempatan kali ini, penulis menggunakan strategi pemasaran secara digitalisasi menggunakan pengaksesan sosial media sebagai strategi penyaluran informasi. Sehingga dimanapun mereka berada akan selalu dapat mendengarkan radio kesayangan mereka. Untuk meningkatkan pendengarnya lembaga penyiar ini sudah mengevaluasi terkait strategi yang digunakan. Dimana lembaga penyiar ini yaitu radio Kardopa sendiri sudah memiliki akun Tiktok yang bertujuan untuk menaikkan pendengar yaitu kaum muda-mudi atau milenial dan gen-z. hal ini dilakukan karena radio Kardopa mengetahui betul bahwa informasi bukan hanya milik golongan tertentu akan tetapi milik semua golongan termasuk kaum muda-mudi tersebut. Dapat dilihat dari data *followers insight* yang banyak mengikuti akun @radiokardopa.kdigi adalah umur 25-34 sebesar 39.0% dan umur 18-24 sebesar 32.0%. Jelas bahwa target yang ingin dicapai sudah terlaksanakan selama penulis magang ditempat ini. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus deskriptif, hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan minat pendengar muda dan dirancang melalui pendekatan yang efektif.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Tiktok, Radio Kardopa 99.4 FM, dan Strategi Informasi

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi akhir-akhir ini menjadi perhatian semua insan, terutama lembaga-lembaga tertentu, sehingga mendorong untuk melakukan perubahan dalam berbagai aspek seperti informasi. Dengan banyaknya populasi masyarakat Indonesia. Berdasarkan laporan Dana Moneter Internasional (IMF), menyebutkan bahwa Indonesia sendiri merupakan negara tertinggi dengan jumlah penduduk di Asia Tenggara yakni dengan jumlah sebesar 277,43 juta jiwa atau setara dengan 40,8% pada tahun 2023.¹ Data ini menunjukkan bahwa kemajuan informasi sangat di era kemajuan teknologi sekarang ini harus lebih diperkuat agar masyarakat dapat mengetahui informasi yang disajikan oleh lembaga-lembaga tertentu, baik dalam hal marketing, kesehatan, maupun yang lainnya. Tidak hanya itu informasi yang cepat, aktual, serta dapat dandalkan menjadi kunci

¹ Monavia Ayu Rizaty, 'Populasi ASEAN Capai 679,7 Juta Pada 2023, Indonesia Terbanyak', *DataIndonesia.Id*, 2023 <<https://dataindonesia.id/varia/detail/populasi-asean-capai-6797-juta-pada-2023-indonesia-terbanyak>>.

utama keberhasilan dalam suatu lembaga tertentu. Terkhusus pada lembaga penyiar atau yang biasa dikenal dengan radio, harus memanfaatkan teknologi agar dapat menyampaikan informasi dengan cepat.

Seiring dengan kemajuan dalam bidang komunikasi dan informasi, media massa terus berkembang dengan pesat. Dunia modern sangat bergantung pada informasi yang cepat, aktual, dan dapat diandalkan. Radio atau lembaga penyiaran adalah media yang dapat menyampaikan informasi dengan cepat dan didukung oleh teknologi². Teknologi inilah yang terus berkembang pesat seiring waktu berjalan. Dan terus ada saja perubahan yang pada akhirnya lembaga-lembaga penyiaran harus mampu mengikuti arusnya.

Di abad ke-21 telah menjadi periode perubahan besar bagi bentuk media tradisional termasuk radio. Digitalisasi media massa, perangkat media digital dan platform sosial yang ada dimana-mana, audiens modern memiliki berbagai kemungkinan komunikasi di ujung jari mereka. Dengan menyatu pada media sosial menjadi salah satu strategi yang harus dikembangkan dan diperluas radio untuk menjangkau konten dan menyebarkan konten mereka ke audiens. Radio juga mengadopsi sejumlah layanan interaktif dan sesuai permintaan yang menyediakan penawaran multimedia yang memungkinkan pengguna mengonsumsi konten media dimanapun dan kapan pun mereka mau³. Dan hal itu yang membuat Radio Kardopa 99.4 FM sadar akan pentingnya pengaksesan media sosial.

Sehingga stasiun radio ini menjadikan digital marketing sebagai salah satu strategi pemasarannya sebagai peningkatan pendengar lembaga penyiar ini. Dengan menggunakan platform Tiktok sebagai media penyaluran konten-konten mereka. Pada penggunaan strategi ini, diharapkan para pendengar muda memiliki preferensi yang berbeda dalam hal media hiburan dan konsumsi konten. Karena mau gimapun juga anak muda sekarang ini cenderung lebih terhubung dengan teknologi digital dan lebih memilih media sosial sebagai sumber informasi dan hiburan utama mereka. Meskipun demikian, radio masih memiliki potensi besar untuk menjangkau dan mempengaruhi pendengar muda, terutama melalui strategi pemasaran yang inovatif dan relevan.

Dalam kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, terdapat populasi penduduk muda yang signifikan. Ini terbukti dari data arsip Pemerintah Kota Medan, Sumatera Utara

² Miftahul Huda and Viro Dharma Saputra, 'Strategi Komunikasi Radio Citra FM Kendal Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pendahuluan', 1.02 (2021), 97–113.

³ Daithí Mcmahon, 'Memories of Our Youth : The Viral Spread of Radio Station Facebook Posts', 15 (2020), 53–67.

bahwa struktur penduduk di Kota Medan yang berusia produktif secara ekonomis sebesar 69,54%⁴. Sebagai pusat ekonomi dan budaya di wilayah tersebut, kota Medan menawarkan berbagai kesempatan bagi Radio Kardopa 99.4 FM untuk memperluas pangsa pasar dan menjangkau pendengar muda yang berpotensi. Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu stasiun radio ini memperkuat kehadirannya di antara persaingan yang semakin ketat dalam industri media saat ini.

Penulis melakukan penelitian selama 1 bulan terhitung dari tanggal 16 Januari s/d 16 Februari di Radio Kardopa 99.4 FM sebagai tempat magang penulis yang beralamat di Jl. Iskandar Muda No. 117A, Sei Sikambing D, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui apakah strategi pemasaran secara digitalisasi ini dapat meningkatkan pendengar muda melalui media sosial yaitu Tiktok.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Radio Kardopa 99.4 FM sebagai tempat magang penulis, yang beralamat di Jl. Iskandar Muda No. 117A, Sei Sikambing D, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan terhitung sejak 16 Januari s/d 16 Februari. Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif untuk mengetahui strategi pemasaran Radio Kardopa 99.4 FM dalam meningkatkan pendengar muda melalui media sosial yaitu Tiktok.

Penelitian kualitatif menurut David dan William (1995) dilakukan dengan latar dan metode yang alamiah oleh orang yang mempunyai perhatian yang alamiah. Latar alamiah dimaksudkan untuk memahami dan menafsirkan fenomena yang terjadi dalam suatu konteks khusus yang melibatkan berbagai metode yang ada⁵.

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah deskriptif. Pada penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran maupun penjelasan terhadap suatu karakteristik suatu fenomena yang diteliti. Di dalam artikel ini fenomena yang terjadi adalah perkembangan jaman yang membuat Radio Kardopa 99.4 FM harus mengikuti arus yang terus berkembang untuk dapat meningkatkan pendengar muda menggunakan strategi digital marketing dengan media Tiktok.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah studi kasus dengan

⁴ Anonym, 'Arsip Daerah Kota Medan Provinsi Sumatera Utara', 2023
<<http://arsip.pemkomedan.go.id/kategori/2012/11/struktur-penduduk.html>>.

⁵ Amtai Alasan, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2021.

mengambil kasus media sosial pada Tiktok yang dilakukan penulis untuk pengambilan datanya. Akun Tiktok Radio Kardopa 99.4 FM sendiri dipegang oleh penulis sendiri dengan menganalisis melalui data analisis langsung dari Tiktok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Radio Kardopa 99.4 FM berawal dari ajang penyaluran hobi musik anak-anak muda kota Medan, lahirlah Radio Kardopa pada tanggal 3 Maret 1973. Saat itu radio hanya digunakan sebagai ajang penyaluran bakat musik anak-anak muda di Kota Medan dan masih dikelola secara amatiran. Sejalan dengan perkembangan dunia broadcast, Radio Kardopa sedikit demi sedikit berkembang menjadi radio komersial. Menyadari hal ini management pun berbenah untuk membentuk suatu badan radio yang lebih profesional dan dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan uang melalui penyiaran iklan. Eksis dan eksklusif digelombang kanal AM 1017 kemudian hijrah ke kanal frekuensi 99.5 FM dan sekarang ke kanal frekuensi 99.4 FM adalah tuntutan dari pendengar untuk menyesuaikan perkembangan dunia broadcast yang semakin canggih.

Selama masa jayanya yang bahkan sudah 50 tahun ini, Radio Kardopa menjadi bagian dari sejarah dunia broadcast di Kota Medan bahkan sampai seluruh Provinsi Sumatera Utara. Lembaga ini terus mencoba melakukan yang terbaik demi terbentuknya karakter, mempertahankan budaya, jati diri anak bangsa, hiburan yang sehat dan mendidik melalui informasi yang mereka siarkan setiap harinya. Radio Kardopa memilih segmen menengah kebawah sampai menengah kebawah ke atas di setiap daerah yang ada di Kota Medan. Segmen ini bukan tanpa alasan, tetapi agar Kardopa 99.4 FM dapat terus meningkatkan pendengarnya dari tahun ke tahun.

Radio Kardopa 99.4 FM memiliki slogan “Berani Tampil Beda” yang memperlihatkan bahwa radio ini bisa terus tetap eksis dengan efisiensi, kreatifitas, maupun inovatif yang terus berkembang. Lembaga ini memiliki maksud dan tujuan khusus, yaitu memberikan informasi secara kebudayaan yang ada di Provisnis Sumatera Utara dan hiburan yang mampu mengembangkan potensi yang maju baik itu tatanan kehidupan masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera, menjadi media bisnis yang profesional, sebagai perekat serta kontrol sosial terpercaya, dan menjadi media pemasang iklan, serta sebagai media radio yang mengedepankan kepentingan lokal dalam rangka menuang optimalisasi seutuhnya.

Setiap media radio pastinya punya program unggulan untuk dapat meningkatkan minat pendengarnya. Ada tiga program unggulan Radio Kardopa 99.4 FM yaitu

Tembang Kenangan, Sex Today, dan Varia Wanita. Pada Program Sex Today dan Varia Wanita bisa didengarkan setiap Senin-Jum'at dan Minggu. Sedangkan untuk program Tembang Kenangan hadir disetiap hari Rabu-Kamis di jam 12.30 sampai dengan 13.30 WIB. Program seperti Sex Today dan Varia Wanita dibuat oleh Radio Kardopa 99.4 FM karena masih banyak orang yang belum memahami akan pentingnya sex education dan mental health dan bisa dilihat maupun didengar masyarakat Medan yang bingung untuk membicarakan masalah tersebut kepada siapa. Beda lagi dengan Tembang Kenangan, program ini dibuat agar masyarakat Medan bisa terus berpegang teguh dengan budaya-budaya yang ada, dan bisa mengenang masa-masa muda mereka.

Media radio ini memiliki target untuk meningkatkan pendengar tekhusus pendengar muda yaitu kaum Milenial dan Gen Z. Ini menjadi salah satu tantangan mereka untuk bisa tetap beroperasi maupun berjaya seiring waktu berjalan. Namun, mereka tidak bisa hanya fokus pada sistem tradisional yaitu frekuensi radio, karena yang mendengarkan sistem tradisional ini adalah para kaum lansia yang sudah berusia 35-70 tahun. Secara usia yang tengah produktif dipegang oleh kaum Milenial dan Gen Z secara ekonomis.

Oleh karena itu, mereka memenuhi targettingnya sampai kemanca negara melalui radio streaming, dan program “Membangun Generasi Cerdas” dan media sosial. Pada radio streaming yang sudah dibuat pada tahun 2020 ini bisa kita dengarkan melalui website mereka yaitu <https://kardopafm.co.id/streaming.php> sehingga dimanapun kita berada akan selalu dapat mendengarkan radio kesayagan kita.

Strategi program “Membangun Generasi Cerdas” merupakan program acara talkshow mereka yang juga bekerjasama dengan DPRD Sumut yang hadir untuk mahasiswa/i di Kota Medan. Pada acara ini menghadiri para petinggi politikus yang paham akan materi yang disampaikan pada acara tersebut, bukan hanya itu saja aktivis terkemuka kampus pun juga dihadirkan. Dengan acara ini, diharapkan mahasiswa/i di Kota Medan mendapatkan wawasan yang luas dan pastinya untuk meningkatkan pendengar muda Radio Kardopa 99.4 FM. Acara ini sudah berjalan dari tahun 2021 sampai sekarang, serta dilaksanakan setiap 1 (satu) bulan sekali. Acara ini menggunakan strategi Tour to University, Jadi mereka akan tour ke universitas-universitas di Kota Medan dengan waktu yang sudah ditetapkan. Membangun Generasi Cerdas sudah ke Universitas Sumatera Utara (USU), Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU), Universitas Negeri Medan (UNIMED), Universitas Muhammadiyah Sumatera (UMSU), dan Universitas lainnya.

Untuk semakin meningkatkan pendengarnya, terkhusus kaum milenial atau para muda-mudi, Radio Kardopa 99.4 FM juga membuat beberapa media sosial seperti Facebook, Youtube, Instagram, dan Tiktok. Namun yang akan diheadline penulis pada penelitian ini adalah Tiktok. Karena penulis magang di lembaga radio tersebut sebagai Content Creator Tiktok divisi Kardopa Digital. Akun Tiktok @radiokardopa.kdigi ini dibuat pada tanggal 24 Januari 2023 dengan Niche Radio. Hal ini dilakukan untuk mengikuti trend kaum milenial dan Gen Z. Secara Tiktok merupakan media sosial yang populer di dunia dan paling banyak digandrungi oleh anak-anak muda. Hal ini terbukti dari laporan Business of Apps, pengguna Tiktok di dunia sebesar 35% untuk kelompok usia 20-29 tahun, kemudian pengguna di usia 10-19 tahun sebesar 28%.⁶ Dan untuk Indonesia sendiri berdasarkan data We Are Social, pengguna Tiktok sudah mencapai 1,05 miliar pada Januari 2023.⁷ Inilah yang membuat Radio Kardopa untuk membuat akun Tiktok.

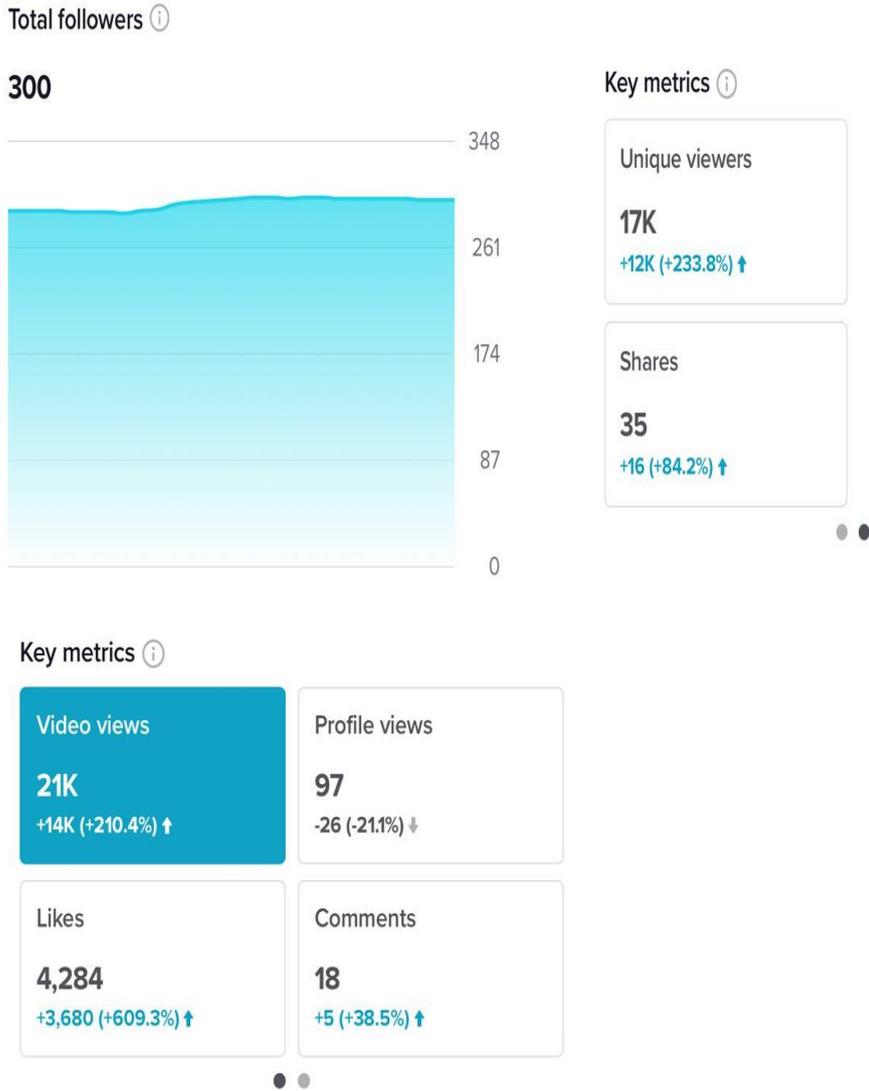
Pembuatan akun Tiktok ini juga digunakan bukan hanya sebagai mengikuti trend belaka, tetapi juga untuk mengikuti perkembangan zaman sehingga para kaum muda memiliki ketertarikan untuk mendengar. Karena seperti yang sudah penulis jelaskan diatas, bahwa diawal Radio ini masih menggunakan sistem tradisional. Sehingga, hal inilah yang menjadi awal perubahan Radio Kardopa 99.4 FM untuk beralih melihat bahwa banyak kaum muda-mudi juga membutuhkan informasi di era teknologi seperti ini.

Terbilang dari tanggal 27 Januari sampai dengan 16 Februari akun @radiokardopa.kdigi sudah mendapatkan 300 followers dalam jangka waktu selama 21 hari. Dengan video view 21K, profile views 97, likes 4.2884, Comments 18, dan unique views 17k. Ini bisa dilihat dari data Key Metric Tiktok dibawah ini.

⁶ Vika Azkiya Dihni, 'Pengguna Tiktok Mayoritas Berusia Muda, Ini Rinciannya', 2022 <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/pengguna-tiktok-mayoritas-berusia-muda-ini-rinciannya>>.

⁷ Monavia Ayu Rizaty, 'Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua Di Dunia', 2022 <<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>>.

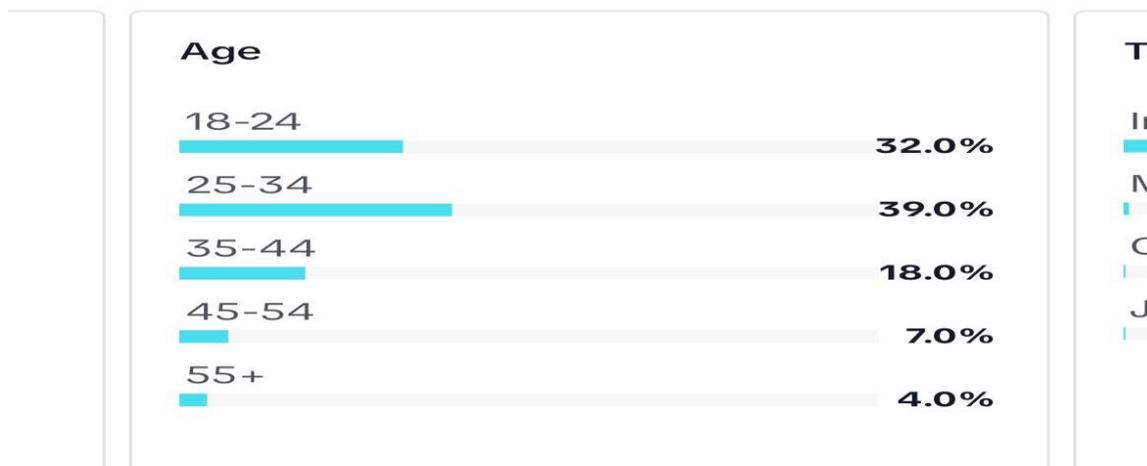
Gambar 1. Data Key Metrics



Sumber: Akun Tiktok @radiokardopa.kdigi

Gambar 2. Data Followers Insight

Follower insights ⓘ



Sumber: Akun Tiktok @radiokardopa.kdigi

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis yang peneliti lakukan terbukti bahwa dengan adanya Tiktok dapat membawa perubahan bagi Kardopa yang awalnya berfokus pada pendengar yang berumur direntan 40-60 tahun, beralih kependengar yang berusia 18-34 tahun. Dengan hal ini Tiktok juga menjadi sebuah strategi marketing yang sangat akurat bagi Kardopa untuk meningkatkan pendengaran yang masih berusia muda, karena seperti yang diketahui umumnya anak muda sekarang sangat berpengaruh terhadap suatu teknologi terkhusus pada informasi yang berkembang seperti Tiktok.

KESIMPULAN

Radio Kardopa sudah berdiri dari tahun 1973 sampai dengan tahun ini. Berawal dari ajang penyaluran bakat musik anak muda di Kota Medan berkembang menjadi radio komersial. Radio ini juga sudah memenuhi keinginan pendengarnya sampai kemanca Negara melalui radio streaming dan media sosial, sehingga dimanapun mereka berada akan selalu dapat mendengarkan radio kesayangan mereka.

Untuk meningkatkan pendengarnya lembaga penyiar ini sudah mengevaluasi terkait strategi yang digunakan. Adapun strategi yang mereka gunakan untuk meningkatkan pendengar muda adalah Radio Streaming, Program Acara “Membangun Generasi Cerdas” dan pembuatan platform media sosial. Namun pada penelitian ini penulis meng-headline Tiktok sebagai platform media sosial. Dimana lembaga penyiar ini yaitu radio Kardopa sendiri sudah memiliki akun Tiktok yang bertujuan untuk menaikkan pendengar yaitu kaum muda-mudi atau milenial dan gen-z. hal ini dilakukan

karena radio Kardopa mengetahui betul bahwa informasi bukan hanya milik golongan tertentu akan tetapi milik semua golongan termasuk kaum muda-mudi tersebut. Dapat dilihat dari data followers insight yang banyak mengikuti akun @radiokardopa.kdigi adalah umur 25-34 sebesar 39.0% dan umur 18-24 sebesar 32.0%. Jelas bahwa target yang ingin dicapai sudah terlaksanakan selama penulis magang ditempat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alaslan, Amtai, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2021
- Anonym, 'Arsip Daerah Kota Medan Provinsi Sumatera Utara', 2023
<<http://arsip.pemkomedan.go.id/kategori/2012/11/struktur-penduduk.html>>
- Dihni, Vika Azkiya, 'Pengguna Tiktok Mayoritas Berusia Muda, Ini Rinciannya', 2022
<<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/pengguna-tiktok-mayoritas-berusia-muda-ini-rinciannya>>
- Huda, Miftahul, and Viro Dharma Saputra, 'Strategi Komunikasi Radio Citra FM Kendal Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pendahuluan', 1.02 (2021), 97–113
- McMahon, Daithí, 'Memories of Our Youth : The Viral Spread of Radio Station Facebook Posts', 15 (2020), 53–67
- Rizaty, Monavia Ayu, 'Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua Di Dunia', 2022
<<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>>
- , 'Populasi ASEAN Capai 679,7 Juta Pada 2023, Indonesia Terbanyak', *DataIndonesia.Id*, 2023 <<https://dataindonesia.id/varia/detail/populasi-asean-capai-6797-juta-pada-2023-indonesia-terbanyak>>