

BAURAN PEMASARAN RADIO RAMAYANA FM DALAM MENJAGA EKSISTENSI DI KOTA PALU

Dandi Nawir¹, Elimawaty Rombe², Syamsul Bahri Dg Parani³, Farid⁴

^{1,2,3,4}Universitas Tadulako

Jl. Soekarno Hatta Km.9 Palu, Sulawesi Tengah, Indonesia.

Email Correspondence: dandinawir180399@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: March 15, 2024

Revised: April 26, 2024

Accepted: April 30, 2024

Kata Kunci: Bauran

Pemasaran, Radio, Eksistensi

Keywords: Marketing Mix,

Radio, Existence

ABSTRAK

Banyaknya teknologi baru yang bermunculan, akan menggeser dan menjadi sebuah saingan dari teknologi yang telah tertinggal salah satunya Radio. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi Radio Ramayana FM dalam menjaga eksistensi di kota Palu. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan melakukan Observasi dan Wawancara. Pada kajian ini data yang digunakan adalah data Primer yang diperoleh dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung pada Radio Ramayana FM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan melaksanakan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p Radio Ramayana dapat Meningkatkan Eksistensinya di Kota Palu dengan Membuat Product berupa Program khusus penikmat musik dangdut usia 30-50an tahun. Price (Harga) penerapan harga yang dilakukan Radio Ramayana lebih mengedepankan fleksibilitas dan kenyamanan harga ketika bernegosiasi dengan klien. Hasil yang diharapkan yaitu Radio Eksistensinya tidak mati

ABSTRAK

The number of new technologies that have emerged will shift and become a rival to the technology that has been left behind, one of which is radio. The purpose of this research is to find out how Ramayana FM Radio's strategy in maintaining its existence in Palu city. This research uses a qualitative method by conducting observations and interviews. In this study the data used is Primary data obtained by data collection techniques through direct interviews at Ramayana FM Radio. The results of this study indicate that by implementing the 7p Marketing Mix, Radio Ramayana can increase its existence in Palu by creating a product in the form of a special program for dangdut music lovers aged 30-50 years. Price: Radio Ramayana's pricing practices prioritize flexibility and price convenience when negotiating with clients. The expected result is that Radio Ramayana's existence does not die.

PENDAHULUAN

Pada era digital seperti sekarang ini media komunikasi sangatlah diperlukan. Di Indonesia terdapat berbagai jenis media komunikasi untuk menyebarkan informasi, antara lain televisi, radio, surat kabar, internet dan lain-lain. Banyaknya teknologi baru yang bermunculan, akan

menggeser dan menjadi sebuah saingan dari teknologi yang telah tertinggal salah satunya Radio. Radio adalah salah satu jenis media massa satu arah yang berperan untuk menyampaikan pesan (berita, informasi dan hiburan) kepada masyarakat dengan jangkauan luas. Diantara media yang ada seperti televisi, media cetak radio memiliki beberapa keunggulan dimana dapat diakses secara mudah, tidak di perlukan keterampilan khusus dari khalayak yang ingin dituju seperti keterampilan membaca karena radio merupakan media imajinatif. Selain itu masyarakat dapat mendapatkan informasi dengan cepat dari radio dengan biaya murah. Namun adanya media komunikasi internet membuat radio perlu memberikan inovasi sebagai bentuk untuk menjaga ke eksistensinya.

Radio merupakan medium komunikasi yang disalurkan dari gelombang elektromagnetik untuk mentransmisikan suara, musik, dan data lainnya dari satu tempat ke tempat lain. Radio merupakan salah satu medium paling tua dan tetap menjadi salah satu media yang paling populer didunia hingga saat ini. Dengan demikian, yang dimaksud dengan istilah radio bukan hanya bentuk fisiknya, tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio yang saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Oleh karena itu apabila pengertian radio tersebut dipisahkan satu persatu atau pun diperinci secara fisik, maka yang dimaksud dengan radio adalah keseluruhan dari pada. pemancar, studio, dan pesawat penerima siaran sekaligus. Radio memiliki keunggulan karena tidak mengenal rintangan. geografis, itulah sebabnya berita atau informasi melalui radio dapat diterima dimana saja. Siaran radio dapat diterima atau didengar bukan hanya oleh orang yang berpendidikan tinggi, tetapi juga oleh orang yang berpendidikan rendah (Putra & Khairil, 2021).

Radio Ramayana FM adalah salah satu stasiun Radio yang berada di Kota Palu Sulawesi Tengah yang mengudara di frekwensi 87,6 FM, pada awalnya Radio Ramayana FM memiliki format lagu beraliran pop rock kemudian sekarang beralih ke format musik dangdut dengan presentase program 80% hiburan, 15% informasi, 5% pendidikan. Dengan format musik dangdut tersebut Radio Ramayana dapat menentukan segmentasi pasarnya kemana. Di tengah persaingan kompetitor, Radio Ramayana berdiri sejak tahun 1981 hingga sekarang masih tetap menjaga eksistensinya. Radio Ramayana merupakan salah satu radio yang sudah cukup lama berdiri dan termasuk Radio yang aktif sekarang dengan pemasangan iklan langganan paling banyak dari pada

Radio lain yang ada di Kota Palu. Pengamatan yang telah dilakukan peneliti dalam menarik Radio Ramayana sebagai objek sasaran penelitian melalui Program MBKM Magang mandiri di Kantor Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Sulawesi Tengah bagian Pengawasan dalam Penyiaran Radio yang ada di Kota Palu.

Penelitian ini ingin menarik Radio sebagai objek penelitian karena ditengah perkembangan digitalisasi sekarang banyak radio mengalami penurunan peminatnya tetapi, masih ada juga radio yang mampu mempertahankan eksistensinya hal tersebut yang menjadi daya tarik peneliti ingin meneliti tentang radio. Masalah penelitian ini didasari karena Radio adalah salah satu media komunikasi yang tertinggal dan kurangnya minat sekarang. Pesat dalam beberapa tahun terakhir telah membuat TV dan Radio di Indonesia semakin ditinggalkan. Ini terlihat dari menurunnya presentasi penduduk yang menikati siaran dikedua jenis media tersebut pada 2021.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Radio

Menjelaskan pengertian radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektronik (gelombang elektromagnetik). Dengan demikian, yang dimaksud dengan istilah radio bukan hanya bentuk fisiknya, tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio yang saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Oleh karena itu apabila pengertian radio tersebut dipisahkan satu persatu atau pun diperinci secara fisik, maka yang dimaksud dengan radio adalah keseluruhan dari pada kegiatan. pemancar, studio, dan pesawat penerima sekaligus. Radio memiliki keunggulan karena tidak mengenal rintangan. geografis, itulah sebabnya berita atau informasi melalui radio dapat diterima dimana saja. Siaran radio dapat diterima atau didengar bukan hanya oleh orang yang berpendidikan tinggi, tetapi juga oleh orang yang berpendidikan rendah (Putra & Khairil, 2021).

Manajemen Pemasaran

Menurut kotler, pengertian pemasaran adalah aktivitas sosial dan sebuah pengaturan yang dilakukan oleh perorangan ataupun sekelompok orang dengan tujuan untuk mendapatkan tujuan mereka dengan jalan membuat produk dan menukarnya dengan besaran nominal tertentu ke pihak lain (Wibowo, 2019).

Rombe & Kristina Parinsi (2023) mengungkapkan bahwa Salah satu tugas yang harus

diselesaikan oleh pebisnis yang baik dalam menyediakan barang atau jasa, agar operasinya tetap berjalan yaitu dengan memperhatikan jalannya pemasaran. Hal ini karena kegiatan dari perusahaan yaitu menjalankan pemasaran dengan baik, karena pemasaran mempunyai hubungan kontak langsung dengan pelanggan. Kemudian setiap aktivitas manusia yang terjadi dalam kaitannya dengan pasar dapat dipandang sebagai aktivitas pemasaran.

Manajemen pemasaran adalah sebuah Seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler & Keller, 2009).

Dalam menentukan ide bisnis perusahaan diperlukan ilmu dalam pengelolaan pemasaran yaitu manajemen pemasaran untuk dapat tersampaikan dengan tepat pada sasaran konsumen yang ingin dituju oleh perusahaan produk barang ataupun jasa.

Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan, Bauran pemasaran juga merupakan konsep yang paling utama dalam pemasaran. Hal ini juga dikemukakan juga oleh Kotler dan Amstrong (2012) bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasar yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang dipakai perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Purbohastuti, 2021).

Konsep marketing mix tidak hanya dapat digunakan untuk memajukan bisnis lama, melainkan juga untuk mengembangkan bisnis baru. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Neil Boden seorang di tahun 1948 kemudian disempurnakan E. Jerome McCarthy di tahun 1960-an di mana mulai ada 4 elemen utama dalam marketing mix yaitu: 1. product (produk), 2. promotion (promosi), 3. price (harga), serta 4. place (tempat/lokasi).

Konsep 4 P tersebut berkembang menjadi 7 P pada tahun 1980 an oleh Boom & Bitner dengan adanya penambahan 3 elemen yaitu *People* (orang), *Process* (proses) serta *Physical evidence* (bukti fisik). Pengembangan ini terjadi khususnya untuk penetapan marketing mix pada perusahaan jasa atau yang perusahaan yang tidak memiliki dasar-dasar Pemasaran produk secara kasat mata seperti berupa pelayanan, di mana ketiga elemen baru akan membuat pemasaran yang

dijalankan lebih terstruktur (Widiana & Sinaga, 2010).

Eksistensi

Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan berhenti, melainkan lentur pada situasi apapun dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasi potensi-potensinya (Rambalangi dkk, 2018).

Eksistensi dalam sebuah bisnis adalah ukuran sejauh mana bisnis dapat bertahan dan tetap relevan dalam perkembangan yang terus meningkat. Hal ini menggambarkan tentang bagaimana bisnis dapat mempertahankan daya saingnya di pasar yang terus berkembang cepat. Eksistensi bukan berarti sebatas bertahan hidup, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan suatu perusahaan produk maupun jasa dalam menjalankan bisnis untuk menyeimbangi zaman dengan terus ada tumbuh dan berkembang. Memiliki eksistensi yang kuat sangatlah penting bagi suatu bisnis agar dapat bertahan dalam dunia bisnis yang penuh persaingan ini. Bisnis yang memiliki eksistensi yang baik maka akan memiliki kepercayaan diri yang tinggi, visi jangka panjang, dan strategi yang efektif dalam menghadapi perkembangan perubahan pada pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pengurus dari Radio Ramayana FM yakni yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, dengan tehnik pengumpulan data melalui wawancara observasi tatap muka langsung.

Tempat penelitian bertempat di jalan srikaya no 3. Kamonji kec.palu barat, Kota Palu (Stasiun Radio Ramayan Fm). Penelitian di lakukan pada mulai dari tanggal 28 November 2023, Hal penunjang dalam penelitian tersebut sehingga dapat tertarik melakukan penelitian di radio yaitu ketika pelaksanaan Program Magang Mandiri MBKM yang ditugaskan di Komisi Penyiaran Indonesia Daerah SulTeng, kurang lebih 5 bulan terhitung mulai 1 September 2023 sampai dengan 29 januari 2024. Dalam tugas yang diberikan ditempat magang adalah pemantauan/Pengawasan Radio, sehingga peneliti tertarik untuk mencari bagaimana Strategi

Bauran Pemasaran yang di terapkan oleh Radio Ramayana FM dalam menjaga Eksistensinya.

Penelitian ini menggunakan metode wawancara untuk mengumpulkan data selain itu, peneliti juga menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara dan memberikan sejumlah pertanyaan kepada pengurus Radio Ramayana yang menyangkut tentang Strategi Bauran Pemasaran dalam menjaga eksistensi dari Radio Ramayana di Kota Palu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang di dapatkan bahwa Radio Ramayana FM merupakan radio yang berdiri sejak 1981 di Kota Palu. Radio Ramayana yaitu Radio Bisnis yang berformat Musik pop rock namun dengan adanya perkembangan melihat sudah banyak radio yang memakainya, Radio Ramayana berubah alih ke format musik dangdut dengan presentase 80% dan musik daerah 20% dengan menggunakan format ini radio banyak digandrungi oleh penikmat musik dangdut yang berusia 30-50 tahun ke atas dengan rata-rata profesi karyawan 15%, wiraswasta 25%, pelajar-mahasiswa 15%, ibu rumah tangga 30%, pensiunan 80%. Minat pendengar radio di padangsidempuan cukup banyak, seiring dengan perkembangan teknologi di masyarakat. Kemudahan mengakses informasi dapat dilakukan dengan sangat mudah. Tidak jarang kebutuhan informasi dan hiburan menjadi kebutuhan yang tidak dapat dilepaskan. Radio sebagai salah satu media komunikasi yang dapat di dengar oleh banyak orang memberikan suguhan program-program acara yang memanjakan pendengar

Menurut analisa penelitian yang didapatkan bahwa Radio Ramayana dengan mengalami kekurangan pendengar diakibatkan munculnya media komunikasi baru yang berbasis internet dan mudah dijangkau seperti handphone, namun itu tidak menyurutkan semangat dari pengurus Radio Ramayana dalam menyeimbangi perkembangan teknologi sekarang ini misalnya mengikuti trend menggunakan berbagai media sosial baik facebook, instagram, tiktok dan lainnya. Penulis melakukan wawancara pada salah satu penyiar dengan mempertanyakan eksistensi dari radio yaitu



(Wawancara Pada Penyiar radio)

“Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu penyiar mengatakan bahwa Radio Ramayana FM berdiri sejak 1981. pada awal mula Radio Ramayana FM memiliki format musik pop rock kemudian beralih ke musik dangdut dengan sasaran target pendengar yaitu penikmat dangdut yang berumur 30-50an tahun ke atas yang rata-rata berprofesi sebagai pelaku usaha. Dengan gaya siaran yang energik dan komunikatif semakin berhasil untuk membangun keharmonisan dan memikat para pendengarnya”

Pengaruh eksistensi pada radio di kota palu

Rahayu & Dewi Katili, (2019) mengungkapkan bahwa eksistensi bukan merupakan tempat dimana suatu benda berada, akan tetapi eksistensi mengandung pengertian tentang keberadaan suatu kegiatan yang secara terus-menerus dilakukan, sehingga kegiatan terus berjalan dengan lancar.

Ispriadi dkk (2020) mengungkapkan Eksistensi diartikan sebagai keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud adalah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya sesuatu. Eksistensi ini perlu “diberikan” orang lain karena dengan adanya respon dari orang disekeliling maka membuktikan bahwa keberadaan itu diakui. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dijelaskan Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan.

Gogali & Tsabit (2020) mengungkapkan bahwa pentingnya radio mengikuti perkembangan teknologi untuk mempertahankan eksistensi radio. sebagai salah satu media massa yang banyak diminati masyarakat. Radio harus memberikan konten baru di era digital pada masa kini agar tak ketinggalan untuk bertahan di jaman new media. Karna perkembangan new media dengan

berbagai macam digital konten membuat persaingan semakin ketat banyaknya konten yang menarik seperti salah satu digital konten yang sangat disukai yaitu podcast.

Royan (2018) mengungkapkan bagi sebuah stasiun radio, pendengar adalah target utama dalam menjaga eksistensi. Semakin banyak siaran radio di dengar, maka eksistensi atas radio semakin di akui oleh masyarakat. Radio membagi pendengar ke dalam dua jenis, yaitu pendengar pasif dan pendengar aktif. Pendengar pasif adalah pendengar yang hanya menikmati siaran radio saja tanpa melakukan komunikasi dua arah, sementara pendengar aktif adalah pendengar yang melakukan komunikasi dua arah yaitu berinteraktif dengan penyiar radio melalui jalur komunikasi seperti telepon on air, SMS, dan Whatsapp.

Eksistensi dengan hadirnya stasiun radio sebagai media pendengar pada masyarakat Kota Palu dengan menghadirkan berita-berita berupa hiburan dan informasi. Maka dari itu perlunya implementasi Bauran pemasaran sebagai wadah untuk meningkatkan eksistensi dari radio.

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 7P pada Radio Ramayana FM di Kota Palu

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap image suatu produk. Oleh karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk (Selang, 2013).

Parani (2023) mengungkapkan dalam buku manajemen syariah, Bauran pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence) dengan peluang pasar sasaran guna mencapai sasaran usaha Implementasi dalam variabel-variabel bauran pemasaran dapat dilihat, misalnya pada produk, barang dan jasa yang ditawarkan adalah produk yang berkualitas atau sesuai dengan yang dijanjikan. Pada variabel harga, terhadap pelanggan akan disajikan harga yang kompetitif. adapun Konsep dari 7 P yaitu:

1. *Product* (produk)

Produk merupakan konten atau layanan yang akan dipromosikan melalui iklan radio. Bagaimana produk tersebut dibahas dalam iklan dan dapat memberikan keunggulan, manfaat, dan fitur lainnya pada radaio.

2. *Price (Harga)*

Harga produk atau layanan adalah merupakan nilai nominal yang diberikan ke konsumen untuk mendapatkan produk/layanan yang diinginkan. Seperti dalam pemasangan iklan radio, bisa menyertakan informasi tentang harga, diskon, atau penawaran khusus untuk pendengar agar dapat tertarik dengan tawaran yang diberikan.

3. *Place (Tempat)*

Tempat adalah sebuah keberadaan suatu lokasi/ produk pada perusahaan diproduksi atau layanan tersebut dapat dibeli atau diakses. Dalam konteks radio menyertakan tentang lokasi toko atau situs web tempat produk tersebut tersedia

4. *Promotion (Promosi)*

Promosi adalah upaya pemasaran untuk memperkenalkan suatu produk atau layanan yang sedemikian menarik kepada target konsumen, iklan radio dapat mencakup berbagai strategi promosi seperti penawaran khusus, kontes, acara, promosi, atau endorsement selebriti untuk meningkatkan daya tarik pada

5. *People (orang)*

People adalah individu/orang yang mencakup staf yang terlibat dalam promosi produk atau layanan tersebut. Dalam hal ini iklan radio, ini bisa mencakup pengisi suara, narator, atau tokoh publik yang memberikan testimonial.

6. *Process (Proses)*

Proses merupakan langkah-langkah meliputi pembelian atau cara konsumen dapat memperoleh produk atau layanan tersebut. Dalam konteks radio, iklan dapat menyertakan instruksi tentang cara memesan produk, mengunjungi toko, atau mengakses situs web yang telah tersedia.

7. *Physical Evidence*

Bentuk fisik (*Physical evidence*) ini mencakup seluruh bukti fisik yang ada dalam membantu jalannya suatu bisnis pada perusahaan produk maupun jasa, bukti fisik meliputi fasilitas, merek dan desain yang menunjang jalannya suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil pengambilan data melalui wawancara dan observasi dari penelitian ini membuktikan dengan berjalannya Bauran pemasaran dengan baik dilihat dari implementasi Bauran Pemasaran pada Radio Ramayana yaitu.

Product (Produk) atau program yang diadakan adalah segmentasi pasarnya khusus penikmat musik dangdut dan lagu daerah kaili dan bugis makassar yang umurnya diatas 30-50an tahun ke atas dengan provesi rata-rata berprofesi sebagai karyawan 15%, wiraswasta 25%, pelajar-mahasiswa 15%, ibu rumah tangga 30%, pensiunan 80%.

Price (Harga) penerapan harga yang dilakukan oleh Radio Ramayana lebih mengedepankan fleksibilitas dan kenyamanan harga ketika bernegosiasi dengan klien dengan ini membuat kenyamanan ketika berbicara tarif pemasangan iklan di Radio Ramayana.

Place (Tempat) Radio Ramayana FM merupakan salah satu radio tertua yang masih aktif mengudara di frekwensi 87,6 FM , yang beralamat di jalan srikaya no 3. Kamonji kec.palu barat Kota Palu. Bertepatan dekat dengan pasar masomba dan sekitarnya sehingga dapat memperoleh jangkauan yang diinginkan oleh radio.

Promotion (Promosi) Radio Ramayana melakukan beragam cara agar dapat menarik konsumen dalam berlangganan seperti melakukan periklanan tentang Radio Ramayana menyediakan bagi para pelaku usaha untuk memasang iklan melalui radio dengan tawaran yang diberikan sedemikian menarik secara On Air dan Off Air, radio ramayana juga memberikan promosi spot yang diputarkan, kemudian melalui addlib (iklan baca), dan postingan melalui social media, Radio Ramayana juga menjalin kemitraan dengan beberapa penjual agar dapat berlangganan dengan radio.

People (orang) atau individu yang terlibat di Radio Ramayana memiliki beberapa orang yang bekerja keras dalam menaikkan dan mempertahankan konsumen yaitu orang yang sering menyiar pada program yang diunggulkan dan yang sudah menjalin kedekatan dengan pendengar, sehingga pendengar mendapatkan kenyamanan dan tetap eksis stay di Frekwensi 87,6 FM.

Process (Proses) yang dilakukan Radio Ramayana dalam menjaga eksistensinya Radio Ramayana mengadakan beberapa program yang menarik pendengar dengan gaya siaran yang energik dan komunikatif melalui sapaan penikmat dangdut terasa memberi kesan hubungan kekeluargaan yang sangat kental dan harmonis. melalui program tersebut penyiar dapat

berinteraksi secara langsung seperti melakukan bincang-bincang bersama pendengar untuk melakukan pendekatan.

Phisycal Evidence (Bukti Fisik) yang mendorong Radio Ramayana dalam menjalankan aktivitasnya yaitu Gedung dengan penempatan posisi yang tepat pada saat melakukan penyiaran, seperangkat alat Radio untuk mengakses ke telinga pendengar, kemudian Transportasi Mobil yang membantu dalam hal distribusi produk yang dijual, dan kegiatan lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kesimpulan bahwa Radio Ramayana FM merupakan radio yang sudah ada sejak tahun 1981 di Kota Palu Sulawesi Tengah, yang beralamat sekarang di Jalan Srikaya Nomor 3. Kamonji Kecamatan Palu Barat. Radio Ramayana FM yaitu radio yang banyak diminati oleh masyarakat khusus penikmat musik dangdut sehingga bisa eksis sampai saat ini.

Radio Ramayana FM selalu mempertahankan eksistensi sebagai salah satu media informasi dan hiburan yang ada di Kota Palu dengan cara membuat program yang menarik, santai, dan mengikuti perkembangan zaman yang ada, serta Radio Ramayana FM juga biasanya melakukan kegiatan OFF-AIR yaitu turun langsung kelapangan seperti mengikuti *event-event* untuk menyapa para pendengarnya.

Selain itu, Radio Ramayana FM dalam menjaga eksistensinya telah mengimplementasikan dan memperhatikan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 7P yang diterapkan yaitu variabel product, price, promotion, process, place, people, physical evidence dengan cukup baik agar eksistensinya tetap terjaga.

SARAN

1. Dengan adanya media sosial yang telah berkembang saat ini menjadi tugas radio dalam mengikuti perkembangan zaman dengan mengoptimalkan media social yang ada agar tetap terjaga eksistensinya.
2. Peneliti selanjutnya agar dapat mengukur Rating Radio yang ada di Kota Palu.

DAFTAR PUSTAKA

- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2020). Eksistensi Radio Dalam Program Podcast Di Era Digital Konten. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(1), 64–73.
- Ispriadi, B. D. S., Putri, D. A., & Dewani, P. K. (2020). Eksistensi Media Cetak Pada Masa Pandemi Covid-19. *JISIP J. Ilmu Sos. dan Ilmu Polit.*

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. edisi.
- Parani, S. Bahri. D. (2023). *Manajemen Syariah*. Muara Karya.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. 7(1).
- Putra, S. P., & Khairil, M. (2021). Analisis Peran Dan Fungsi Pengawasan KPID Sulawesi Tengah Terhadap Kebijakan Proses Siaran di Kota Palu. *KINESIK*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.22487/ejk.v8i1.140>
- Rahayu, T. Y., & Dewi Katili, K. R. (2019). Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Makna (Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya)*, 4(1), 139–153. <https://doi.org/10.33558/makna.v4i1.1677>
- Rambalangi, R., Sambiran, S., & Kasenda, V. (2018). Eksistensi Lembaga Adat Dalam Pembangunan Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa (Suatu Studi Di Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa Provinsi Sulawesi Barat). *JURNAL EKSEKUTIF*, 1(1), Article 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnaleksekutif/article/view/20207>
- Rombe, E., & Kristina Parinsi, W. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mebel Siantano Pada Misi Depo Bangunan Di Kota Makassar. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 2(1), 65–76. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v2i1.1006>
- Royan, M. M. (2018). Eksistensi Radio Swasta Di Jember–Jawa Timur Pada Era Digital. *UNEJ e-Proceeding*, 365–371.
- Selang, C. A. D. (2013). Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.1374>
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo. <https://books.google.co.id/books?id=vgywDwAAQBAJ>
- Widiana, M. E., & Sinaga, B. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati.