

Abstrak

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini mempermudah penyebaran informasi dengan sangat cepat dan lebih aktual, berdampak pada eksistensi radio. Audiens banyak mencari alternatif media baru yang lebih mudah diakses dan menarik, seperti media online. Hal ini menimbulkan tantangan tersendiri dalam mempertahankan eksistensi radio di tengah persaingan dengan berbagai platform media lainnya. Untuk menjaga kelangsungan dan eksistensinya, diperlukan strategi yang efektif dan tepat guna untuk menarik perhatian masyarakat agar tetap mendengarkan radio.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan strategi komunikasi *marketing public relations* Radio MADU FM dalam meningkatkan eksistensi melalui alumni santri Ma'dinul Ulum. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah Radio MADU FM, dengan sampel yang ditentukan secara purposive. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio MADU FM menerapkan empat dari enam indikator *marketing public relations*, yaitu publikasi, *event*, *news*, dan *speech*. Penerapan strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan eksistensi radio melalui alumni santri Ma'dinul Ulum. Publikasi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti *Facebook*, *WhatsApp*, dan *Instagram*, yang memungkinkan interaksi langsung dengan audiens. Alumni santri dilibatkan sebagai komunikator dalam setiap acara yang diselenggarakan oleh Radio MADU FM. Konten yang disajikan menggabungkan unsur-unsur tradisi lokal dan nilai-nilai keagamaan, khususnya dalam konteks dakwah. Selain itu, *speech* digunakan untuk memperkenalkan berbagai aspek positif yang dimiliki oleh Radio MADU FM.

Kata kunci: Alumni Santri, Eksistensi Radio, *Marketing Public Relations*, Strategi Komunikasi

Abstract

The advancement of communication and information technology today makes it easier to spread information very quickly and more up-to-date, impacting the existence of radio. Audiences are looking for alternative new media that are more easily accessible and interesting, such as online media. This poses its own challenges in maintaining the existence of radio amidst competition with various other media platforms. To maintain its continuity and existence, an effective and appropriate strategy is needed to attract public attention to keep listening to the radio.

This study aims to describe the implementation of communication strategies. Marketing public relations Radio MADU FM in increasing its existence through alumni of Ma'dinul Uhum students. The type of research used is qualitative with a descriptive approach. The population in this study is Radio MADU FM, with a sample determined purposively. The instruments used in data collection are observation, interviews, and documentation.

The results of the study show that Radio MADU FM implements four of the six indicators.marketing public relations, namely publication,event, news, And speech. The implementation of this strategy has proven effective in increasing the existence of radio through alumni of Ma'dinul Uhum students. Publication is done by utilizing social media such as Facebook, WhatsApp, And Instagram, which allows direct interaction with the audience. Alumni santri are involved as communicators in every event organized by Radio MADU FM. The content presented combines elements of local traditions and religious values, especially in the context of preaching. In addition, speech is used to introduce various positive aspects of Radio MADU FM.

Keywords: *Alumni Santri, Communication Strategy, Marketing Public Relations, Radio Existence.*

الملخص

تُسهّل التقنّمات التكنولوجية في مجالي الاتصال والمعلومات انتشار المعلومات بسرعة أكبر وأكثر حداثة، مما يؤثر على وجود الإذاعة. يبحث الجمهور عن وسائل إعلام جديدة يسهل الوصول إليها وأكثر جذبًا، مثل الوسائل الإعلامية عبر الإنترنت. يُشكّل ذلك تحديًا في الحفاظ على وجود الإذاعة وسط المنافسة مع منصات إعلامية أخرى. لضمان استمرارية وجود الإذاعة، من الضروري وضع استراتيجيات فعّالة لجذب انتباه الجمهور للاستماع إليها.

تهدف هذه الدراسة إلى وصف تطبيق استراتيجية العلاقات العامة التسويقية لإذاعة "راديو مادو إف إم" في تعزيز وجودها من خلال خريجي طلاب معهد "مَعْدُنُولْ عُلُوم". استخدمت الدراسة المنهج النوعي مع النهج الوصفي. كانت عينة البحث هي إذاعة "راديو مادو إف إم"، وتم تحديدها بطريقة هادفة. تم جمع البيانات باستخدام أدوات الملاحظة، المقابلات، والتوثيق.

أظهرت نتائج الدراسة أن إذاعة "راديو مادو إف إم" تطبق أربعًا من ستة مؤشرات للعلاقات العامة التسويقية، وهي: النشر، الفعاليات، الأخبار، والخطابات. أثبتت هذه الاستراتيجية فعاليتها في تعزيز وجود الإذاعة من خلال خريجي طلاب "مَعْدُنُولْ عُلُوم". تم النشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، واتساب، وإنستغرام، مما يتيح التفاعل المباشر مع الجمهور. تم إشراك الخريجين كمتحدثين في كل فعالية تنظمها الإذاعة. تجمع المحتويات المقدمة بين عناصر التقاليد المحلية والقيم الدينية، خاصة في سياق الدعوة. بالإضافة إلى ذلك، تُستخدم الخطب لتعريف الجمهور بالجوانب الإيجابية لإذاعة "راديو مادو إف إم".

الكلمات المفتاحية: خريجو الطلاب، وجود الإذاعة، العلاقات العامة التسويقية، استراتيجية الاتصال.