



## **ABSTRAK**

### **STRATEGI MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DALAM MENARIK MINAT PEMASANGAN IKLAN DI RADIO GERONIMO FM PADA ERA DIGITAL**

Nur Aini Putri Sijaya  
5211711031

Radio telah melalui proses perkembangan panjang sebelum menjadi media komunikasi massa seperti sekarang. Radio tidak memerlukan keterampilan khusus dari pendengar, seperti kemampuan membaca, karena sifatnya yang imajinatif. Selain itu, radio memungkinkan masyarakat mendapatkan informasi secara cepat dengan biaya yang relative murah. Radio menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan eksistensinya di tengah dominasi media digital. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi mempertahankan iklan yang diterapkan oleh Radio Geronimo FM dalam menarik pengiklan. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yaitu metode penelitian data yang mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan menjabarkan teori 4P yaitu, Product, Price, Place, Promotion. Temuan ini menunjukkan Strategi utama Geronimo FM mencakup integrasi teknologi digital melalui layanan streaming, kolaborasi dengan media digital, serta pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan audiens. Upaya ini dilengkapi dengan penggunaan data analitik untuk memahami preferensi pendengar, mengukur tingkat kepuasan, dan merancang program yang relevan dengan kebutuhan audiens muda.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, Minat Iklan, Geronimo FM, Teori4P

## **ABSTRACT**

### **STRATEGY TO MAINTAIN EXISTENCE IN ATTRACTING INTEREST IN ADVERTISING ON RADIO GERONIMO FM IN THE DIGITAL ERA**

*Nur Aini Putri Sijaya*  
*5211711031*

*Radio has gone through a long development process before becoming the mass communication medium it is now. Radio does not require special skills from listeners, such as the ability to read, because of its imaginative nature. Apart from that, radio allows people to get information quickly at relatively low cost. Radio faces a major challenge to maintain its existence amidst the dominance of digital media. This research aims to explain the advertising retention strategy implemented by Radio Geronimo FM in attracting advertisers. The method used is descriptive qualitative research, namely a data research method that collects data by means of observation, interviews and documentation. The method is by describing the 4P theory, namely, Product, Price, Place, and Promotion. The findings show that Geronimo FM's main strategy is the integration of digital technology through streaming services, collaboration with digital media, and the use of digital platforms to expand audience reach. These efforts are complemented by the use of analytical data to understand listener preferences, measure satisfaction levels, and design programming that is relevant to the needs of young audiences.*

**Keywords:** *Marketing Communications, Advertising Interest, Geronimo FM, Theory4P*