

Analisis promotion tools pada stasiun radio (studi kasus pada 90.8 FM Oz Radio Jakarta) = Analysis of radio station's promotion tools (case study of 90.8 FM Oz Radio Jakarta)

Chintia Maligia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423990&lokasi=lokal>

Abstrak

Radio sebagai salah satu jenis medium komunikasi massa telah sejak lama ambil bagian dalam kehidupan masyarakat luas. Eksistensi dan besarnya industri radio ini juga terjadi di Indonesia. Keadaan ini membuat industri radio melakukan kegiatan promosi agar selalu bisa menjadi yang terdepan. Kegiatan promosi ini diklasifikasi oleh Hendriks & Mims (2014) menjadi on-air promotion dan off-air promotion. Dalam makalah ini penulis akan menganalisa bagaimana penerapan kedua jenis promosi radio ini diterapkan di Indonesia. Analisa dilakukan pada OZ Radio Jakarta sebagai radio yang terbilang baru di Jakarta, melalui jenis-jenis promosi yang dijalankannya. Dalam makalah ini, penulis mendapatkan data mengenai kegiatan OZ Radio Jakarta melalui salah satu stafnya dengan melakukan wawancara mendalam.

Radio as a medium of mass communication has been a part of society for a long time. The radio industry has also developed in Indonesia and many company are competing to be the frontrunner in radio industry by doing promotional activity. Promotion activity is classified by Hendriks and Mims (2014) into on-air promotion and off-air promotion. In this paper, writer will analyze how is the promotional activity being implemented in Indonesia. OZ Radio Jakarta will be the subject of analysis as the writer look through their promotional activity. In the end, writer discovers about the matter by doing in depth interview with one of its staff.