ABSTRAK

STRATEGI MARKETING COMMUNICATION SUB DIVISI PR & PROMOTION AUTO RADIO 88,9 FM BANDUNG MELALUI PROGRAM TRAFFIC REPORT DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR

Oleh:

Lisa Rostikasari

NIM 43308010

Tugas Akhir ini dibawah bimbingan,

Tine Agustin Wulandari, S.I.Kom

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mendeskripsikan mengenai Strategi *PR & Promotions Auto* Radio 88,9 FM Bandung Melalui Program *Traffic Report* Dalam Meningkatkan Minat Pendengar, sehubungan dengan kegiatan yang dilaksanakan *PR & Promotions* melalui program *Traffic Report* membawa pendengar ke arah yang lebih diminati melalui Tahap *Fact Finndin*, Tahap *Planning&Programming*, Tahap *Communication*, dan Tahap *Evaluation.*

Penelitian ini merupakan Penelitian Kualitatif dengan menggunakan Metode Deskripif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, studi pustaka, dan penelusuran data *online.*Untuk teknik analisis data yang digunakan, antara lain data *collection*, data *reduction*, data *display*, dan data *conclusion drawing(verfication).* Subjek penelitian ini adalah divisi Marketing *Auto* Radio 88,9 FM Bandung yang berjumlah 3 orang. Dengan menggunakan teknik sampling purposif, ditentukan 1 orang PR & *Promotion* sebagai informan penelitian dan 1 orang dari pendengar sebagai *key* informan.

Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh hasil penelitian dari tahap *fact finding* yang dilakukan oleh *PR & Promotions Auto* Radio 88,9 FM Bandung melalui program *Traffic Report* dalam meningkatkan minat pendengar, tentunya dengan mengenal khalayaknya dengan memberikan informasi seputar *Traffic Report* kepada pengguna *Automotive* yang di aplikasikan melalui tahap *planning* dan *programming* dengan melakukan kegiatan *roadshow, touring* bersama *club* motor atau mobil Bandung dari kegiatan tersebut tahap *communicating* dilakukan dengan cara berinteraksi langsung dengan pendengar melalui telewicara secara *face to face*, dan pada tahap *evaluation* dengan memperbaiki kinerja, dan memperluas jangkauan melalui tahap-tahap itulah strategi *PR & Promotions* terwujud atau tidak.

Untuk itu, peneliti menyarankan agar *Auto* Radio 88,9 FM Bandung memperluas cakupan atau sasaran tidak hanya dengan komunitas *Automotif* saja namun juga di luar dari komunitas *Automotive*, memperhatikan sumber daya manusia, memperhatikan strategi *positioning* dan kegitan tersebut dapat di aplikasikan melalui kerjasama dengan radio lain dan kegiatan lain demi kelangsungan *Auto* Radio kedepannya.