

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi MGT Radio Bandung Di Era New Media”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh MGT Radio Bandung di era new media untuk tetap bisa bertahan dan beradaptasi dengan media digital untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat Kota Bandung.

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penggunaan metode penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh MGT Radio Bandung di era new media saat ini. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi dari Hafied Cangara.

Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah MGT Radio Bandung di era new media ini menerapkan strategi komunikasi dalam melaksanakan kegiatannya untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi. Strategi komunikasi yang dilakukan dimulai dari pemilihan komunikator yang mencakup kredibilitas, daya tarik dan kekuatan. Target sasaran MGT Radio Bandung adalah masyarakat Kota Bandung. Dalam penyusunan pesan yang dilakukan dengan mempertimbangkan siapa yang akan menjadi target sasaran dan memasukkan tiga sifat pesan yaitu seperti informatif, edukatif dan persuasif. MGT Radio Bandung di era new media ini memanfaatkan berbagai media seperti standing banner, media sosial seperti Instagram, facebook, twitter dan youtube serta website dalam menyebarkan informasinya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, MGT Radio Bandung, Di era new media.