

# **STRATEGI KOMUNIKASI OKEZONE RADIO JAKARTA DALAM MEMPERKUAT EKSTISTENSI MELALUI PROGRAM SIARAN GOOD AFTERNOON ZONE**

**NABILA MUTIARA NATHANIA**

## **ABSTRAK**

Riset ini mencoba mengkaji strategi komunikasi Okezone Radio Jakarta dalam memperkuat eksistensi melalui program siaran Good Afternoon Zone. Okezone Radio yang sebelumnya, bernama Global Radio merupakan radio hit kontemporer di Indonesia yang beroperasi di Jakarta, Bandung dan sekitarnya yang berada di bawah naungan iNews Media Group milik Media Nusantara Citra (MNC). Peneliti berfokus pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh Okezone Radio Jakarta untuk memperkuat eksistensi di era revolusi industri 4.0, dimana pada era ini semua beralih ke digital dan juga perkembangan jumlah radio yang semakin berkembang dapat mengakibatkan persaingan ketat dalam industri radio. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Okezone Radio Jakarta dalam memperkuat eksistensi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan metode pengumpulan data berupa wawancara. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Kotler dan Keller yang mencakup 4P yaitu *Product, Place, Promotion, Price*. Hasil penelitian ini menunjukkan pengimplementasian dari Teori Pemasaran Kottler dan Keller yaitu 4P untuk mencapai target pemasaran sehingga dapat memperkuat eksistensi. Memiliki *Product* seperti segmen Koreantusias, Ih Kangen Curhat yang dikemas secara unik dan penyajian konten interaktif. *Place*, Good Afternoon Zone berada di frekuensi 88,4 FM, serta *platform* yang terintegritas dengan media sosial Okezone Radio Jakarta. *Promotion*, bekerja sama dengan sponsor, dan aktivitas media sosial. *Price*, berasal dari sponsor yang masuk atau melalui data audiens. Proses strategi komunikasi Okezone Radio Jakarta yang terstruktur, dengan penerapan bauran pemasaran dari teori pemasaran Kotler (4P) berhasil memperkuat eksistensinya melalui program siaran Good Afternoon Zone di tengah persaingan industri media yang kian ketat.

**Kata Kunci : Eksistensi, Okezone Radio, Program Siaran Good Afternoon Zone, Strategi Komunikasi**

**COMMUNICATION STRATEGY OF OKEZONE RADIO  
JAKARTA IN STRENGTHENING ITS EXISTENCE THROUGH  
THE GOOD AFTERNOON ZONE BROADCAST PROGRAM**

**NABILA MUTIARA NATHANIA**

**ABSTRACT**

*This research aims to examine the marketing communication strategies of Okezone Radio Jakarta in strengthening its existence through the Good Afternoon Zone broadcast program. Previously known as Global Radio, Okezone Radio is a contemporary hits radio station in Indonesia that operates in Jakarta, Bandung, and surrounding areas under the iNews Media Group, part of Media Nusantara Citra (MNC). The study focuses on the communication strategies employed by Okezone Radio Jakarta to enhance its existence in the era of Industry 4.0, where everything has shifted to digital. Additionally, the growing number of radio stations has intensified competition within the radio industry. The purpose of this research is to explain how Okezone Radio Jakarta implements its communication strategies to strengthen its presence. The study employs a qualitative case study method with data collected through interviews. The theoretical framework used in this research is Kotler and Keller's Marketing Theory, which encompasses the 4Ps: Product, Place, Promotion, and Price. The research findings indicate the implementation of Kotler and Keller's 4Ps marketing theory to achieve marketing goals and strengthen Okezone Radio's existence. The Product includes unique segments such as Koreantusias and Ih Kangen Curhat, presented in a distinctive manner with interactive content. The Place includes the Good Afternoon Zone broadcast at the 88.4 FM frequency, along with its integration with Okezone Radio Jakarta's social media platforms. Promotion is carried out through collaborations with sponsors and active engagement on social media. Meanwhile, the Price aspect is derived from sponsorship revenue or audience data. Okezone Radio Jakarta's structured management strategy, through the application of Kotler's 4Ps marketing mix, has successfully strengthened its existence amidst the increasingly competitive media industry via the Good Afternoon Zone broadcast program.*

**Keywords: Existence, Okezone Radio, Good Afternoon Zone Broadcast Program, Communication Strategy**