

Analisis Strategi Komunikasi Bens Radio 106.2 FM dalam Melestarikan Budaya Betawi di Jakarta

MUHAMMAD FILLAH SOFIANDY

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Bens Radio 106.2 FM dalam Melestarikan Budaya Betawi khususnya di Daerah Ibu Kota dengan menggunakan Teori Ekologi Media McLuhan, Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah kualitatif dengan wawancara dan studi kasis. Sumber data penelitian ini mewawancarai General Manager, Program Director, Digital Head Division. . Teknik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif, yang secara lebih spesifik menggunakan metode analisis interaktif. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perubahan strategi komunikasi selama 10 tahun terakhir. Salah satunya ditemukan menambahkan siaran live pada media sosial TikTok, dan live streaming melalui internet. Hal itu dikarenakan penyesuaian terhadap target market Bens Radio yang berubah menjadi umur 25-35 tahun. Penetrasi langsung kepada masyarakat juga dilakukan oleh Bens Radio dengan mengadakan Event kolaborasi dengan pihak lain untuk menyuarakan budaya Betawi .

Kata kunci: Bens Radio, Budaya Betawi, Strategi Komunikasi

Communication Strategy of Bens Radio 106.2 FM in Preserving Betawi Culture in Jakarta

MUHAMMAD FILLAH SOFIANDY

ABSTRACT

This study aims to examine the communication strategies employed by Bens Radio 106.2 FM in preserving Betawi culture, particularly within the Capital Region, through the lens of McLuhan's Media Ecology Theory. The research adopts a qualitative approach, utilizing interviews and case studies. Data sources include interviews with the General Manager, Program Director, and Digital Head Division. The data analysis technique applied in this research is descriptive, specifically using an interactive analysis method. The data analysis model is based on the interactive model proposed by Miles, Huberman, and Saldana. The study reveals that there has been a shift in communication strategy over the past ten years. One such change includes the integration of live broadcasts on social media platforms such as TikTok and live streaming via the internet. These adjustments were made in response to a change in Bens Radio's target market, which now focuses on individuals aged 25–35 years. Bens Radio also directly engages with the community by organizing collaborative events with various partners to promote Betawi culture.

Keywords: Communication Strategy, Bens Radio, Betawi Culture