

**Moh Arif 09053110092 commucation science departemant, Karimata FM
Communication Strategy in keeping the existence of brand image as news radio,
by the guidance of Nikmah Suryandari, S.Sos, M.Si. and Dr. Yuliana
Rakhmawati, S.Sos.,MSi,**

ABSTRACT

This study is about Karimata FM Communication Strategy in keeping the existence of brand image as news radio. The background of this study is the existence of Karimata FM through communication technology development and the brand of Karimata as the number one radio in Pamekasan. And the purpose of this study is to know what kind of communication strategy that is used by Karimata FM to maintain the existence of Karimata brand as news radio in Madura. The researcher used the concept of Arifin Anwar to analyze the communication strategy of Karimata.

To reveal the communication strategy of Karimata in keeping the existence of brand image as news radio in Pamekasan, the researcher use qualitative description approach by combining interview, observation and documentation technique through triangulation data. The qualitative description approach is used for reveal the phenomenon that is done by the object of this study. The result of this study showed that the strategy of Karimata to get known by doing cooperation with some instance and get in touch directly to know the listener's condition of Karimata. After knowing the condition, Karimata get the message by filling the listener needs. Intimate method and direct approach are the choices of Karimata in keeping the existence of brand image as media and the facility as the supporting of Karimata existence for listener or the clients

Keyword: *Radio Communication Strategy, existence, brand image*

Moh Arif 09053110092 Jurusan Ilmu Komunikasi degan judul karya ilmiah Strategi Komunikasi Karimata FM Dalam Menjaga Eksistensi Brand Image sebagai Radio Berita, dengan Pembimbing 1 Nikmah Suryandari, S.Sos, M.Si. dan Pembimbing II Dr. Yuliana Rakhmawati, S.Sos.,MSi,

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Karimata FM dalam menjaga eksistensi brand image sebagai radio berita penelitian ini di latar belakang oleh bertahannya Karimata FM dalam perkebangan teknologi komunikasi dan brand Karimata yang menjadi radio nomor 1 di kabupaten Pamekasan sedangkan tujuan dari peneliti melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang di lakukan oleh Karimata FM dalam memepertahankan eksistensi brand karimata sebagai radio berita yang berada di lingkungan Madura. Untuk mempermudah peneliti dalam melakukan kajian strategi komunikasi yang di lakukan kaarimata peneliti menggunakan konsep yang di ungkapkan oleh Arifn Anwar.

Untuk mengungkap strategi komunikasi yang di lakukan oleh karimata dalam menjaga eksistensi brand image sebagai radio berita yang berada di Pamekasan maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggabungkan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi teknik analisis data yang di lakukan oleh peneliti menggunakan triangulasi data. Pendekatan kualitatif deskriptif dilakukan untuk mengungkap fenomena-fenomena yang di lakukan oleh objek penelitian. Hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti menunjukkan strategi yang di gunakan Karimata pengenalan khalayak dengan bekerja sama dengan beberapa intansi dan turun langsung kelapangan untuk mengetahui kondisi pendengar Karimata. Tentang pendengar karimata karimata menyusun pesan dengan memenuhi seluruh kebutuhan dari pendengar serta menentukan metode, keakraban dan pendekatan kangsung menjadi pilihan Karimata dalam menjaga eksistensi brand image yang di miliki Karimata pemilihan media Karimata dengan menggunakan orang-orang Karimata sebagai media dan fasilitas Karimata sebaagai penunjang dari eksistensi Karimata baik bagi pendengar maupun bagi klien Karimata.

Kata kunci: Radio, Strategi Komunikasi, Eksistensi, Brand Image