



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
PROGRAM STUDI: ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI: JURNALISTIK, PUBLIC RELATIONS, MANAJEMEN MEDIA, BROADCASTING
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia; Jl. Kaliurang Km. 14,5 Yogyakarta 55584
Telp. (0274) 7483050; Fax 898444 Psw. 3267 <http://www.uui.ac.id>; email: komunikasiuui@yahoo.co.id
Website: www.communication.uui.ac.id

Data Dasar Penelitian

1. Judul : Strategi *Off Air* Sebagai Upaya Peningkatan Bisnis Radio (Studi Deskriptif Terhadap Radio Q dan Swaragama Yogyakarta)
2. Peneliti : Ayu Ferdinasari
3. NIM : 05331069
4. Pembimbing : Abdul Rohman
5. Sumber Penelitian : Skripsi
6. Tahun : 2009
7. Objek Analisis : Radio Swaragama dan Radio Q Yogyakarta
8. Publikasi Hasil Penelitian : a. Tersimpan di Perpustakaan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, UII.
b. Tersimpan di Pusat Dokumentasi Media Alternatif UII.

Ringkasan Penelitian

Kegiatan promosi di radio pada umumnya dilakukan melalui kegiatan *on air*, yaitu kegiatan promosi melalui radio itu sendiri dengan memanfaatkan waktu siarnya (*air time*) baik untuk mengenalkan program siarnya maupun pencitraan radio tersebut. Kegiatan promosi ini dapat dilakukan misalnya melalui *spot* iklan, *jingle*, *adlips*, dan *sponsorship*. Kemudian seiring dengan perkembangannya, radio mulai mengembangkan kegiatan promosi secara *off air*, yaitu kegiatan promosi dengan melakukan kegiatan darat, baik melibatkan pendengar maupun tidak. Perumusan masalahnya yaitu 1) Bagaimana Radio Q dan Swaragama Yogyakarta mengelola kegiatan *off air*? 2) Bagaimana strategi kegiatan *off air* di Radio Q dan Swaragama dalam melibatkan *audiens*? 3) Sejauhmana kegiatan *off air* mendukung kegiatan bisnis radio di Radio Q dan Swaragama Yogyakarta?.

Penelitian ini menggunakan paradigma *konstruktivisme* dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian yaitu di Radio Q di Jln. Kaliurang Km. 7, Sengkan 48 A, Yogyakarta dan Radio Swaragama yang berkantor di Bulak Sumur H-5, Yogyakarta. Metode pengumpulan data dengan observasi atau pengamatan secara langsung dan wawancara dengan subjek penelitian, referensi atau wacana yang berkaitan dengan topik penelitian, *browsing* atau melalui akses *internet*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, reduksi data dengan cara abstraksi, menyusunnya dalam satuan-satuan yang kemudian dikategorisasikan dalam langkah selanjutnya yaitu koding, dan pemeriksaan keabsahan data (Moleong, 2005: 247).

Kajian pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian tentang *marketing mix* dan *promotion mix* dari McCharty serta kajian tentang *integrated marketing communication* yang mengkaji kegiatan *off air* sebagai perpaduan dari bauran-bauran pemasaran khususnya bauran promosi. Analisis data menunjukkan bahwa kegiatan *off air* di Radio Q dan Swaragama merupakan salah satu bentuk bisnis radio selain kegiatan *on air*. Sama halnya di Radio Q maupun Swaragama, kegiatan *off air* berpengaruh terhadap upaya peningkatan bisnis radio melalui penambahan pendapatan atau perolehan keuntungan secara finansial. Kegiatan *off air* juga mampu mendukung kegiatan *on air* yang merupakan produk utama dari sebuah radio serta dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap radio. Namun berbeda dengan Radio Swaragama, Radio Q tidak memiliki SDM khusus untuk kegiatan *off air*. SDM yang digunakan diambil dari departemen atau bagian lain di radio tersebut yang berkompeten maupun dari pekerja lepas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kegiatan *off air* memiliki pengaruh terhadap peningkatan bisnis radio di Radio Q dan Swaragama antara lain melalui peningkatan *profit* atau keuntungan *financial*, sebagai bentuk promosi radio sehingga dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap produk maupun perusahaan radio tersebut, dan mampu *support* kegiatan *on air* yang merupakan bisnis pokok radio.