

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penyiaran B Radio 95,6 FM Bandung berdasarkan pemilihan media komunikasi dan penyusunan pesan siaran dalam mempertahankan eksistensinya di era *new media*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model interaktif dan diuji keabsahannya menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa B Radio 95.6 FM Bandung telah melakukan strategi pemilihan media komunikasi baik melalui *website* maupun media sosial. Strategi penyusunan pesan siaran mulai dari perencanaan program, produksi program, eksekusi program dan evaluasi pengawasan program dilakukan dengan baik untuk mempertahankan eksistensinya di era *new media*. Strategi perencanaan terdiri dari perancangan tema, tujuan program, tujuan finansial, *scheduling*, perencanaan format dan isi pesan, perencanaan metode penyampaian pesan, hingga perencanaan promosi program. Strategi produksi terdiri dari pengaturan musik, manajemen produksi dan pemilihan *announcer*. Strategi eksekusi dilakukan dengan menyesuaikan isi konten dan waktu siaran secara tepat. Kegiatan pengawasan dan evaluasi siaran merupakan rangkaian akhir dari proses pembentukan program siaran dimana pada bagian ini masing – masing bagian melakukan evaluasi baik dari segi program siaran itu sendiri, kegiatan promosi maupun *announcer*.

Kata Kunci : Media Baru, Media Komunikasi, Strategi Penyiaran