**ABSTRAK**

**Laura Sintia / 28150039 / 2019 / Evaluasi Strategi Bauran Promosi “FeMale Radio Jakarta” Melalui Metoda “SOSTAC” / Pembimbing: Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.**

Perkembangan media di radio saat ini semakin melonjak dengan didorong dengan adanya internet saat ini. Adanya internet dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Sejak awal kemunculan radio hingga sekarang ini, perkembangan radio semakin meningkat. Dengan adanya media, radio telah banyak dikenal masyarakat dari berbagai kalangan. Meski banyak media massa yang bermunculan, radio masih tetap ada saat ini. Tidak hanya televisi saja, radio juga dapat mencakup tentang drama, komedi, show-show, dan menjadi hiburan bagi masyarakat. Kemunculan stasiun radio swasta yang semakin beragam menimbulkan persaingan yang ketat antar radio, masing-masing berusaha menyajikan yang terbaik dan memikat perhatian para pendengarnya. Radio tidak hanya dapat didengarkan oleh daerah-daerah yang terkenal saja, tetapi radio dapat didengarkan di daerah yang terpencil sekalipun.

Terdapat teori umum mengenai teori bauran pemasaran yang memiliki empat komponen dalam bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Untuk komunikasi memiliki tujuh fungsi yakni informasi, sosialisasi, motivasi, kebudayaan, hiburan, integrasi, inovasi. Lima ciri komunikasi pemasaran terpadu yaitu mempengaruhi perilaku, berawal dari pelanggan dan calon pelanggan (*prospect*), menggunakan satu atau segala cara untuk melakukan ‘kontak’, berusaha menciptakan sinergi, dan menjalin hubungan. Enam dimensi SOSTAC yaitu *Situation* (dimana kita sekarang), *Objectives* (Kemana kita akan melangkah), *Strategy* (Bagaimana mencapai tujuan tersebut), *Action* (rincian dari taktik), dan *Controlling* (Pengukuran dan pengawasan). Lima unsur bauran promosi yaitu *advertising* (Periklanan), *public relations* (hubungan masyarakat), *sales promotion* (promosi penjualan), *personal selling* (penjualan personal), dan *direct marketing* (pemasaran langsung).

Metode penelitian yang dilakukan adalah observasi, dan wawancara semi struktur dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada sumber internal FeMale Radio Jakarta dengan tujuan untuk menggali informasi-informasi yang akurat yang sesuai dengan topik yang peneliti teliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa FeMale Radio Jakarta masih cukup eksis mengingat ekspansi promosi yang dilakukan pihak FeMale Radio Jakarta yang mengikuti kebutuhan pendengar ditambah dengan penggunaan teknologi terkini sehingga dapat menjangkau ke hampir seluruh lapisan masyarakat.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa FeMale Radio Jakarta merupakan radio perempuan nomor satu di Jakarta. Ciri khas FeMale Radio Jakarta adalah radio yang bersegmentasi perempuan dengan konsep pembahasan seputar keluarga, *parenting* dan berita tentang gaya hidup wanita modern. Jika dipersentasikan yaitu 70% perempuan dan 30% laki-laki. Ciri khas FeMale Radio Jakarta sebagai salah satu cara menarik para *client*. Daya tarik FeMale Radio Jakarta sendiri ialah memberikan pengetahuan kepada para pendengar dan musik yang diputarkan FeMale Radio Jakarta sangat variatif. Hal-hal itulah yang membuat FeMale Radio Jakarta semakin dikenal oleh khalayak umum.

**Kata Kunci :** FeMale, SOSTAC, Komunikasi, bauran promosi, *Media Sosial*.