

ABSTRACT

This study has the objective of conducting an analysis and reviewing the communication strategy of the Eagle Awards Documentary Competition program on Metro TV. This study applies a type 2 case study methodology using a qualitative approach. The data collection was carried out by means of in-depth interviews, observation, and documentation involving 1 (one) key informant and 2 (two) additional informants. After all the data is obtained, the writer carries out the categorization and interprets it, draws conclusions and suggestions. From the results of this study it was found that the researcher described several strategies in the communication strategy, namely the communicator strategy, media strategy, and audience strategy. The selected communicators are people who are experienced in their fields, what is meant here is EADC. Then in conveying the message and information, audiences are needed that are in accordance with the contents of the message which are then conveyed using the appropriate mass media to get maximum results.

Keywords : Strategy, Communication, Eagle Awards Documentary Competition, EADC

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan guna melakukan analisis serta melakukan pengkajian strategi komunikasi program Eagle Awards Documentary Competition di Metro TV. Penelitian ini menerapkan metodologi jenis studi kasus tipe 2 dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi dengan melibatkan 1 (satu) orang key informan dan 2 (dua) orang informan tambahan. Setelah semua data didapatkan, penulis melaksanakan kategorisasi serta menginterpretasikannya, melakukan penarikan kesimpulan serta saran. Dari hasil penelitian ini mendapatkan bahwasanya peneliti menjabarkan beberapa strategi dalam strategi komunikasi yaitu strategi komunikator, strategi media, dan strategi khalayak. Komunikator yang dipilih adalah orang yang sudah berpengalaman pada bidangnya, yang dimaksud di sini adalah EADC. Lalu dalam menyampaikan pesan dan informasi tersebut dibutuhkan khalayak yang sesuai dengan isi dari pesan tersebut yang kemudian disampaikan menggunakan media massa yang sesuai untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Eagle Awards Documentary Competition, EADC