

Strategi Positioning Radio Star Jogja 101.3 FM

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Nama : AUNURROFIQ FITRIADI

NIM : 20060530040

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2011

SKRIPSI

Strategi Positioning Radio Star Jogja 101.3 FM

Disusun Oleh :

Nama : AUNURROFIQ FITRIADI

NIM : 20060530040

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Agustus 2011
Tempat : Ruang Negosiasi
Dengan nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Krisna Mulawarman, S.sos., M.Sn

Penguji I

Penguji II

Zein Mufarrih Muktaf, S.IP.

Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal :

Aswad Ishak, S.IP.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/ menjiplak karya orang laian maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

AUNURROFIQ FITRIADI

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

(QS: Alam Nasyrah 6)

Pahlawan bukanlah orang yang berani menetakkan pedangnya ke pundak lawan, tetapi pahlawan sebenarnya ialah orang yang sanggup menguasai dirinya dikala ia marah.

(Nabi Muhammad SAW)

“ Jadilah Guru sekaligus Murid, menjadi Guru yang senantiasa memberikan ilmu dan menjadi murid yang selalu mencari Ilmu”

(K.H . Ahmad Dahlan)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan segala kemudahan atas segala usaha yang telah saya lakukan, dengan senang hati skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang mendukung dengan doa dan dalam bentuk apapun :

- ❖ Kedua Orang tua yang telah merawat, mendidik dan memberikan banyak pelajaran serta petuah hidup sehingga saya memiliki jati diri yang kuat dan selalu bersemangat dan tidak putus asa dalam melakukan segala hal. Saya akan selalu berbakti dan mendoakanmu serta berusaha menjadi orang yang berguna di bumi Allah SWT.
- ❖ Kakaku yang selalu mendoakanku.
- ❖ Temen-temen di Pemuda Muhammadiyah Kauman & Pemuda Muhammadiyah Gondomanan.
- ❖ Komunitas IMM Kauman (Ikatan Melek Mbengi) hehe..
- ❖ MDMC LPB PDM Kota Yogyakarta.
- ❖ MM Kine Klub.
- ❖ Temen-temen KKN Tematik Pilpres 2009
- ❖ Untuk temen-temen Komapret Azis, Bowo, Fanny, Desy, Dedik, Yaya, Bayu, Pendi, Yosfi, Aswin, Chakim, Agung, Mita

- ❖ Adit, Faris, Anom, Alus, Apin, Dewi, Tuti, Ida, Andi, Mojo, Siro, Ela, Erni, Asih, Ratih, Gusti, Deka, Kiki, Kirun (Maaf yang belum disebut) Dan seluruh temen-temen Komunikasi UMY 2006. Buat yang belum lulus semoga cepet menyusul.
- ❖ Buat semuanya yang telah membantu & mendoakan Saya cepet lulus, terima kasih banyak.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahairabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini berjudul **Strategi Positioning Radio Star Jogja 101.3 FM**. Penelitian ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini adalah berkat dukungan, bantuan serta masukan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. HM Dasron Hamid, M.Sc selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Dr. Ahmad Nurmandi, M.Sc. selaku dekan FISIPOL UMY
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi UMY

4. Bapak Krisna Mulawarman, S.IP., M.Sn. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak masukan dan ilmu kepada saya, terimakasih banyak.
5. Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP. selaku dosen penguji skripsi.
6. Bapak Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji skripsi.
7. Mas Deni Purwonugroho dan seluruh jajaran Radio Star Jogja 101.3 FM
8. Pak Jono, Pak Muryadi, Pak Juni dan Mba Siti
9. Semua pihak yang membantu saya dalam membuat skripsi dan tidak dapat saya sebutkan.

Penulis sebagai manusia biasa yang masih dalam proses pembelajaran tidak dapat luput dari kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu dalam kesempatan ini sekiranya penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan kepada semua pihak yang bersangkutan.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 1 Agustus 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Teori	8
1. Strategi	8
2. Konsep S-T-P.....	10

a. Segmentasi.....	10
b. Targetting.....	14
c. Positioning.....	16
3. Program <i>Edutainment</i>	23
a. Program Edukasi.....	24
b. Program Entertainment.....	25
F. Metode Penelitian.....	27
1. Jenis Penelitian.....	27
2. Objek Penelitian.....	29
3. Teknik Pengumpulan Data.....	29
4. Teknik Analisia Data.....	31
BAB II. OBYEK PENELITIAN.....	33
A. Sejarah TVKU.....	33
B. Lokasi Perusahaan.....	34
C. Tujuan,Visi dan Misi Perusahaan.....	34
D. Data Televisi.....	35
E. Data Teknik.....	35
F. Struktur Organisasi.....	36
G. Diskripsi Kerja Karyawan TVKU.....	38
H. Program Acara.....	49

BAB III. PEMBAHASAN.....	59
A. Sajian Data.....	59
1. Proses Penentuan Positioning TVKU.....	59
2. Program Acara Untuk Mendukung Positioning TVKU.....	69
3. Persiapan untuk Mendukung Strategi Positioning TVKU.....	71
4. Evaluasi	73
B. Analisis Data.....	75
1. Implementasi KR Radio FM dengan Konsep S-T-P	75
a. Segmentasi	75
b. Targetting	78
c. Positioning.....	79
2. Program Edutainment.....	89
BAB IV. KESIMPULAN.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	4
Tabel 2.1.....	36
Tabel 3.1.....	60
Tabel 3.2.....	60
Tabel 3.3.....	61
Tabel 3.4.....	61
Tabel 3.5.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	36
Gambar 3.1.....	65

ABSTRAK

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI BROADCASTING**

**AUNURROFIQ FITRIADI
20060530040**

Strategi *Positioning* Radio Star Jogja 101.3 FM

Tahun skripsi dan Halaman; 2011 + 111

Daftar Pustaka : 18 buku + 2 sumber internet + 2 surat kabar

Persaingan industri stasiun radio sekarang ini sangat ketat. Radio Star Jogja 101.3 FM sebagai stasiun radio baru di Yogyakarta perlu mengenalkan dan menanamkan *brand image* stasiun kepada khalayak yang disebut *positioning*. *Positioning* dilakukan oleh Radio Star Jogja 101,3 FM dengan menggunakan *station identity*. *Station identity* dilakukan dengan membuat logo, slogan, bahasa siaran, gaya siaran dan sapaan pendengar. Logo yang ada menyesuaikan dengan logo yang di Harian Jogja. Ini merupakan cara untuk membangun *positioning* diantara kedua media tersebut. *Positioning* yang dibangun dengan sinergitas kedua media tersebut melalui logo yang hampir mirip. Radio STAR JOGJA 101,3 FM mempunyai slogan “*The Spirit Of The City*” dalam *positioning* kepada pendengar. Tujuan dari slogan Radio Star Jogja 101,3 FM adalah dapat menjadi radio yang memberikan informasi dan hiburan serta menjadi penyemangat kota Yogyakarta dengan konten lokal yang dibutuhkan pendengar dengan radio keluarga informasi dan musik yang dapat dinikmati oleh pendengar. Bahasa siaran dan gaya siaran yang ada di Radio Star Jogja 101,3 FM disesuaikan dengan segmentasi yang disasar dengan usia dewasa jadi lebih tertata dan juga disesuaikan dengan radio informasi dan musik. Sapaan pendengar Radio Star Jogja 101,3 FM adalah Star Lover. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah dekrriptif kualitatif. Lokasi penelitian di Radio Star Jogja 101.3 FM. Sumber data primer dan sekunder. Teknik yang digunakan melalui wawancara kepada Bagian Business dan Program Director serta obsersvasi dan dokumentasi Radio Star Jogja 101.3 FM. Teknik analisis data menggunakan analisis data kualitatif. Pada peneliatian uji validitas data yang digunakan adalah triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi *positioning* dalam Radio Star Jogja 101.3 FM menggunakan *station identity* dalam *brand image* kepada khalayak.

Kata kunci : strategi positioning, stasiun radio, *station identity*, Radio Star Jogja 101.3 FM,

ABSTRACTION

**YOGYAKARTA MUHAMMADIYAH UNIVERSITY
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE DEPARTMENT
BROADCASTING CONCENTRATION**

**AUNURROFIQ FITRIADI
20060530040**

Positioning Strategy Radio Star 101.3 FM Jogja

YEAR SKRIPSI AND PAGE; 2011 + 111

Bibliography: 18 books + 2 internet sources + 2 newspapers

Radio station industry competition is very tight now. 101.3 Fm Radio jogja star as the new radio station in Yogyakarta need to introduce and instill brand image to the audience that the station is called positioning. Positioning is done by the radio star 101.3 FM Jogja using the station identity. Station identity is done by creating logos, slogans, language of broadcast, broadcast style and greeting listeners. Logo that adjusts with the logo on the daily jogja. This is a great way to build a positioning between the two mediums. Positioning is built with both media synergy through a similar logo. 101.3 Fm Radio jogja star has the slogan "the spirit of the city" in the positioning of the listener. The purpose of the slogan jogja 101.3 fm radio star is that it can be a radio that provides information and entertainment as well as an encouragement Yogyakarta city with the required local content radio listeners with family information and music can be enjoyed by listeners. Broadcast language and style that is broadcast on 101.3 fm radio star jogja segmentation adapted to being targeted by adulthood become more organized and well adapted to radio and music information. Greetings listeners jogja 101.3 fm radio star is a star lover. The research method used in this study is descriptive qualitative. Research sites in jogja 101.3 fm radio star. Primary and secondary data sources. The technique used by an interview to the business and program directors as well as observation and documentation jogja 101.3 fm radio star. Engineering data analysis using qualitative data analysis. In studies testing the validity of the data used was triangulation. The results of this study indicate a positioning strategy in jogja star 101.3 fm radio station using the identity of the brand image to the public.

Key words: strategic positioning, radio station, *Station identity*, 101.3 fm radio star jogja