

## ABSTRAKSI

Perkembangan media massa sekarang ini sangat pesat. Dimana media merupakan salah satu sarana yang sarat akan informasi. Hal ini ditandai dengan maraknya kemunculan berbagai media massa baru, seperti stasiun televisi, radio dan surat kabar. Menjamurnya jumlah stasiun radio, khususnya di daerah Jogjakarta semakin membuat persaingan yang tajam antar stasiun radio untuk meraih jumlah pendengar. Disini para pengelola radio dituntut untuk membuat program acara yang menarik bagi pendengar, salah satunya melalui strategi program acara yang tepat.

Radio STAR FM Jogja merupakan radio yang tergabung dalam *RCM Radio Net* yang berpusat di Kebumen. Untuk segmentasinya, radio STAR FM Jogja membidik anak muda dengan rentang usia 15-29 tahun, dengan format musik CHR (*Contemporary Hits Radio*). Dipilihnya format musik jenis ini, karena lebih disukai oleh anak muda, dan sesuai dengan format stasiun radio STAR FM Jogja yaitu hiburan. Selain STAR FM Jogja, di Jogja sendiri banyak sekali stasiun radio yang membidik anak muda sebagai segmentasinya. Dan yang menjadi *kompetitor* untuk STAR FM Jogja antara lain: Swaragama, Geronimo, Yasika dan Q-Radio. Dengan adanya para kompetitor tersebut, menuntut radio STAR FM Jogja untuk membuat strategi agar stasiun radio tersebut tetap dapat *survive*. Adapun strategi yang digunakan oleh radio STAR FM Jogja adalah melalui program acaranya untuk mempertahankan *Image* sebagai radio gaulnya Jogja yang tetap mempertahankan kebudayaan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Teknik analisa ini berusaha untuk mendeskripsikan atau menggambarkan sejauh mana strategi program acara yang dilakukan oleh radio STAR FM Jogja dalam mempertahankan *image*. Adapun teknik pengumpulan datanya dengan melakukan observasi, wawancara serta dokumentasi.

Strategi program acara dari radio STAR FM Jogja disesuaikan dengan karakteristik anak muda Jogja. Dalam menyusun sebuah program, STAR FM Jogja terlebih dahulu mengidentifikasi segmentasi, *targetting* dan *positioning*, baru melakukan *formatting* dan menyusun program. Ketika menyusun sebuah program STAR FM Jogja selalu memperhatikan dari kebutuhan, keinginan dan kebiasaan dari anak muda Jogja. Selain itu kebijakan mengenai pemilihan penyiar juga menjadi salah satu strategi yang ikut mendukung.

Kebijakan dari pihak RCM yang memberi kebebasan bagi anggotanya dalam membuat program, tentu saja memberi keuntungan bagi pihak stasiun radio lokal, sebab pihak lokal lebih mengetahui karakteristik *audience* yang hendak dibidik. Adapun program yang wajib disiarkan oleh radio-radio yang tergabung dalam RCM Radio Net adalah program *Headline News* yang bekerjasama dengan stasiun Metro