

ABSTRAKSI

Perkembangan media massa sekarang ini sangat pesat. Dimana media merupakan salah satu sarana yang sarat akan informasi. Keadaan ini menyebabkan persaingan yang tajam diantara media massa, salah satunya adalah radio. Seiring dengan pertumbuhan stasiun radio yang semakin padat tersebut stasiun radio berusaha untuk merebut khalayak yang menjadi pendengarnya. Untuk meningkatkan pangsa pendengar, radio berusaha menentukan segmen pendengar yang tajam. Radio Geronimo merupakan radio yang *segmented*, dengan target *audience* untuk anak muda. Setelah menentukan target pendengar kemudian Geronimo menyusun strategi *positioning* yang berkaitan dengan identitas bagi stasiun radio untuk membedakannya dengan stasiun radio lain.

Dalam melakukan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, rekaman arsip, studi pustaka dan menganalisis data dengan menggunakan analisis kualitatif yang berupa uraian dan penjelasan secara deskriptif.

Radio Geronimo memiliki format musik *Top 40 CHR (Contemporary Head Radio)*. Strategi *positioning* yang digunakan Radio Geronimo dalam meningkatkan pangsa pendengar adalah mengidentifikasi target pendengar yang dituju, melakukan survey terhadap pendengar, menentukan program acara yang akan disiarkan, mengetahui stasiun radio lain atau kompetitor, menentukan identitas atau slogan tertentu, menentukan nilai dan teknologi yang dimiliki. Sedangkan strategi *positioningnya* adalah *positioning* berdasarkan program acara yang akan disajikan, *positioning* berdasarkan manfaat program acara, *positioning* berdasarkan program acara baru, *positioning* berdasarkan atribut-atribut yang dimiliki Geronimo, *positioning* berdasarkan identitas atau slogan, *positioning* berdasarkan kegiatan off air.

Kebijakan pemrograman Radio Geronimo merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk meraih jumlah pendengar. Kebijakan pemrograman tersebut meliputi perencanaan dan penyusunan program, penjadwalan program, evaluasi program, pengaturan materi dan isi program, pengaturan penyiar dan jadwal penyiar. Kebijakan pemrograman Geronimo sendiri lebih banyak pada program hiburan terutama musik. Strategi *positioning* sangat penting bagi Radio Geronimo untuk menanamkan citra kebenak pendengar karena merupakan image radio yang digunakan untuk meningkatkan jumlah pendengar.

ABSTRACT

The quantitative increation of mass medias are going very quickly today. In which they are as the informative tools. This condition makes much effect in a high competition belong mass medias, one of them is radio. Along with the high increation of radio stations in quantity suggests for those radio stations to try in fighting many publics as their audiences. To increase a quantity of audiences, those radios try to determine a high audience segment. Geronimo Radio the segmented radio having an audience target is young crowd. After determining the audience target, then Geronimo arranges some positioning strategies related with the identity of the radio station. It is purposed to distinguish the radio with others.

Implementing of this research uses the techniques in colecting of data, i.e.: observation, intervlew, record of files, study of library, and analyzing data by using the qualitative analysis that is explanation and descriptive explanation.

The Geronimo Radio has had a top musical format, 40 EHR (Contemporary Head Radio). The positioning strategy used by the Geronimo Radio as affort for increasing an audience segment is to identify the aimed audience target, to implement a survey for audiences, to determine the programme that will be broadcasted, to know the other radio stations or some competitors well, to determine identity, to determine value, and its technology. Whereas positioning strategy is positioning to be founded programme as at course, positioning to be founded advantage programme, positioning to be founded new programme, positioning to be founded identity, positioning to be founded off air activity.

The pogramming policy of the Geronimo Radio is also one of strategies used to obtain a high quantity of audiences. The pogramming policy comprises: planning and arranging programme, scheduling programme, evaluating programme, arranging matter and content of programme, arranging announcer and her/his schedule. The programming policy in Geronimo itself is more for the recreative programme, esp. the music. The positioning strategy is very important for the Geronimo Radio in creating an image for its audiences, because the image and the identity of radio is used to increase its quantity of audiences.