

ABSTRAKSI

Sejak diresmikan pada tanggal 26 Juni 2004, radio RAMA FM berdiri dengan format berbeda daripada radio lain. Dikatakan berbeda karena radio RAMA FM adalah radio Agama. Format radio yang sama sekali baru di Jogja. Ini bisa dilihat dari konsep format siarannya yang 95% bernuansa dan berbasis pada agama.

Dalam konsep ini, kemampuan perusahaan dalam melakukan strategi sangat penting, sebab hal ini akan membantu perusahaan dalam membangun citra (*image*). Memposisikan produk (*positioning*) adalah strategi yang dirancang untuk mengkomunikasikan perbedaan produk baru terhadap pesaing yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan khalayak yang belum tergarap. Masing-masing stasiun radio akan mempunyai ciri atau cara tersendiri yang digunakan dalam upaya menjaring pemasang iklan.

Sebagai akibat dari persaingan yang kian sengit dalam memperebutkan pendengar dan iklan. Peranan, muatan, dan sifat siaran makin ditujukan kepada masyarakat yang terbatas, untuk memenuhi fungsi media bagi konsumen dengan budaya dan sifat yang makin khusus disegmentasikan.

Jika demikian, bagaimana pengelola stasiun radio mengambil strategi agar siarannya bisa diminati oleh pendengar?

Salah satu caranya adalah menetapkan strategi *positioning*, yaitu upaya menanamkan sebuah prospek dari ingatan khalayak pendengar melalui ciri kepribadian maupun keunggulan yang diambil dari keunikan yang khas dari stasiun radio dan terbentuk dalam benak pendengar.

Berhasilnya strategi komunikasi di sebuah perusahaan akan menghasilkan dampak yang sangat besar terhadap tingkat pendapatan dari perusahaan tersebut. *Positioning* bagi Radio RAMA FM sangat penting, melihat tingkat persaingan yang semakin kompetitif dengan media-media sejenis yang ada di Jogjakarta.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memaparkan situasi/ peristiwa, tidak mencari atau menyelaraskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat dekripsi. Teknik analisis pengumpulan data dari penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara, pengamatan, dokumentasi dan studi pustaka.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti menarik kesimpulan bahwa pelaksanaan strategi *positioning* di Radio RAMA FM berhasil dengan baik, jika dilihat dari banyaknya pendengar serta pengiklan yang masuk. Pelaksanaan strategi *positioning* di Radio RAMA FM mungkin terjadi karena koordinasi yang baik antar personel. Dalam menerapkan strategi ini, digunakan