

ABSTRAK

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

Ranisa Octaviani

20080530073

Repositioning Radio UTY FM Medari Pasca Merger Radio UTY FM dengan
PTDI Medari FM

Tahun Skripsi : 2011, xi + 133 halaman

Daftar Pustaka : 25 buku cetak

Perkembangan media massa saat ini mulai berkembang pesat. Mulai dari media massa cetak sampai dengan media massa elektronik. Salah satunya adalah radio. Semakin banyak radio yang bermunculan, khususnya di Yogyakarta. Salah satu diantaranya adalah radio UTY FM Medari, Radio UTY FM Medari berasal dari dua radio yang melakukan merger antara radio UTY FM dengan PTDI Medari FM. Untuk dapat dikenal dan memperoleh banyak pendengar, radio UTY FM Medari melakukan strategi *repositioning* sebagai bentuk perubahan terhadap munculnya radio baru dari hasil merger yang dilakukan radio UTY FM Medari melalui segmentasi, *targetting*, *formatting*, *programming* dan *positioning* yang baru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *repositioning* serta apa yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam melakukan *repositioning*. Kerangka teori yang digunakan antara lain konsep STPPF dan Strategi *repositioning*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan data analisis secara kualitatif. Dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan di kantor Radio UTY FM Medari yang berada di Jl. Magelang KM.15 Medari Sleman DIY. Sedangkan uji validitas data, penelitian ini menunjukkan strategi *repositioning* yang dilakukan oleh UTY FM Medari terdiri dari perubahan pada segmentasi, *targetting*, *format*, *programming* serta *positioning* yang ditunjukkan melalui slogan, *jingle*, maupun logo baru.

Kata kunci : konsep STPPF dan *Repositioning*

ABSTRACT

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

Ranisa Octaviani

20080530073

The Rpositioning of UTY FM Medari Radio after the merger between UTY FM with PTDI Medari FM

Thesis Year : 2011, 133 pages + attachment

Bibliography : 25 book

The mass media rapidly growing this lately. Started from print media to electronic media. One of them is the Radio. There are many Radio popping up, especially at Yogyakarta. One of those radio is the UTY FM Medari station radio, which are the merger of two station radio, UTY FM and PTDI Medari FM, which now doing repositioning strategy as the manifest of new image formation in the society in order to gain listener after the merger. The repositioning are done by perform segmentating, targetting, formating, programming, and positioning as the changes to the emergence of the two merged radio. The purpose of this research are to *determine how is the repositioning strategy being done and what is the inhibiting and supporting factors*. The theoretical framework used are the STPPF concept and repositioning strategy. The research method used are descriptive and qualitative data analysis. Interviews and documentation are used in collecting datas. Research are held at UTY Medari FM office at Jl. Magelang KM 15 Medari Sleman DIY. Whereas the validating data test, show how the repositioning strategy which done by UTY Medari FM consist of some changes in segmentation, target, format, program and position which shown by new slogan, jingle and new logo.

Key words : Concept STPPF and Repositioning