

## ABSTRAK

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

**Yoska Pranata  
20120530170**

**STRATEGI *POSITIONING* BFM RADIO 104,6 FM SEBAGAI RADIO  
MASYARAKAT BELITUNG**

**Tahun Skripsi : 2016 + 117**

**Daftar Pustaka : 15 Buku + 3 sumber internet + 2 skripsi**

Berangkat dari rasa cinta dan kepedulian dengan kampung halaman di Belitung, pada akhirnya Ozzie Azzura dan adiknya Zikri Hayat memutuskan untuk mendirikan BFM Radio 104,6 FM. Mereka melihat orang kampung susah mendapatkan informasi yang dibutuhkan kemudian melihat radio yang ada di Pulau Belitung ini tidak ada yang mampu menjangkau seluruh pulau Belitung. Maka pada tanggal 08 Agustus 2008 radio BFM resmi didirikan sebagai radio masyarakat Belitung yang memiliki tujuan untuk mengedukasi dan sekaligus memberikan hiburan kepada masyarakat Belitung. Sesuai dengan slogan BFM Radio yaitu “Radio Belitung Rase Belitung” tujuan hadir sebagai radio milik masyarakat Belitung dengan memberikan nuansa lokal masyarakat Belitung melalui nama program dan bahasa siaran. Penelitian *Strategi Positioning BFM Radio 104,6 FM Sebagai Radio Masyarakat Belitung menggunakan* Metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Lokasi penelitian dilakukan di BFM Radio 104,6 FM. Teknik pengumpulan data melalui studi dokumentasi, observasi dan wawancara kepada Pemilik Radio, Head of Operations dan Manajer Siaran BFM Radio. Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi *positioning* BFM Radio 104,6 FM yang dilakukan sudah cukup baik dengan berbagai macam cara seperti slogan, *stasiun identity* serta kreatifitas program unggulan.

Kata kunci : *Strategi Positioning*, BFM Radio 104,6 FM, Masyarakat Belitung

## ABSTRACT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICS SCIENCE

DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCE

CONCENTRATION OF BROADCASTING

YOSKA PRANATA

20120530170

**STRATEGY OF POSITIONING BFM RADIO 104,6 FM AS A RADIO OF  
BELITUNG PEOPLE**

**Year of Thesis : 2016 + 117**

**References : 15 books + 3 internet sources + 2 thesis**

*Starting from the feeling of love and care about their hometown, Ozzie Azzura and his brother Zikri Hayat decided to establish BFM Radio 104,6 FM. They observed that the village people feel difficult to gain information needed and also realized that, in Belitung Island, the radio is not able to reach this whole island. Hence, on August 8th 2008, BFM Radio was officially established as a radio of Belitung people which has aims to educate as well as to give an entertainment to all Belitung people. In accordance with the slogan of BFM Radio which is "Radio Belitung Rase Belitung" that exists to be a radio belonged to Belitung people by giving local nuances of Belitung people through program name and broadcasting language. The research of Strategy of Positioning BFM Radio 104,6 FM as a radio of Belitung people used research method of qualitative descriptive with the approach of case study. The location of this research was in BFM Radio 104,6 FM. Data technique collection was going through documentation study, observation and interview with the radio's Owners, Head of Operations and Broadcasting Manager BFM Radio. Data analysis techniques used qualitative analysis that consists of data collection, data reduction, data serving, and conclusions. The results of this research shows that Strategy of Positioning BFM Radio 104,6 FM which is conducted well by doing various ways such as slogan, identity station and creativity of frontrunner programs.*

*Keywords : Strategy of Positioning, BFM Radio 104,6 FM, Belitung People*