

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Kosentrasi Broadcasting

Nurul Fitri Aeni

Strategi *Positioning* Televisi Lokal (Studi Deskriptif Tentang Strategi *Positioning* Radar Tasikmalaya Televisi Sebagai Televisi Lokal Di Tasikmalaya)

Tahun Skripsi : 2013 + 87 halaman + 6 Tabel + 10 Gambar

Daftar Pustaka : 16 buku + 1 Internet

Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) mengetahui bagaimana strategi *positioning* dalam meningkatkan jumlah penonton, (2) untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi *positioning* dalam proses pelaksanaan meningkatkan jumlah penonton. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Informan yang diwawancarai peneliti sebagai sumber data penelitian ini yaitu Pimpinan Redaksi, Manajer Program, Manajer Pemasaran dan Promosi Radar Tasikmalaya Televisi. Obyek penelitian ini adalah strategi *positioning* di Radar Tasikmalaya Televisi dalam meningkatkan jumlah penonton. Penelitian dilaksanakan di Radar Tasikmalaya Televisi, yang beralamatkan di Jl. SL Tobing No. 99 Kelurahan Tugujaya Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah wawancara (*interview*), observasi serta dokumentasi. Untuk menguji keabsahan data digunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian ini adalah *positioning* yang dilakukan oleh Radar TV menggunakan slogan, *station image* dan kreatifitas acara unggulan.

Kata Kunci : Strategi, Strategi *Positioning* Televisi.

ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta
The Faculty of Social and Political Sciences
Department of Communication
Course of Broadcasting**

Nurul Fitri Aeni

Positioning Strategies Local Television (Descriptive Study On Strategic Positioning Radar Tasikmalaya Television For Local Television In Tasikmalaya)

Thesis Year: 2013 pages + 6 + 87 + 10 Table Picture

References: 16 books + 1 online Resource

The purpose of this study was to (1) determine how positioning strategies to increase the number of viewers, (2) to determine the factors supporting and positioning strategies in the implementation process increases the number of spectators. This research is a qualitative descriptive study. Researcher interviewed informants as a source of research data is Chief Editor, Program Manager, Marketing and Promotions Manager Radar Tasikmalaya Television. Object of this study is strategic positioning in Radar Tasikmalaya Television in increasing the number of spectators. The experiment was conducted at the Radar Tasikmalaya Television, is addressed at Jl. No. SL Tobing. 99 Village Tugujaya Cihideung Tasikmalaya district of West Java Province. Data collection techniques used in this study, is the interview (interview), observation and documentation. To test the validity of the data used triangulation techniques. Results of this study was done by positioning the Radar TV using the slogan, image and creativity station flagship events.

Key Words: Strategy, Positioning Strategy Television.