

## ABSTRAK

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

Rohanisya Marthanti  
20080530097

**STRATEGI *POSITIONING* BANTUL RADIO 89,1 FM SEBAGAI RADIO MASYARAKAT BANTUL**

Tahun Skripsi : 2013 + 97 halaman  
Daftar Pustaka : 13 buku + 3 sumber lain

Setelah gempa 2006 muncul suatu gagasan melihat pentingnya media dalam membangkitkan semangat warga yang terkena bencana untuk segera pulih sebagai salah satu perwujudan peranan media. Inilah yang kemudian mendorong Pemerintah Kabupaten Bantul untuk membuat Bantul memiliki media sendiri yang pada saat itu bisa menjadi jembatan informasi bagi pemerintah daerah dengan warga masyarakat, sekaligus interaksi bagi masyarakat untuk menyampaikan gagasan-gagasannya dan potensi - potensi wilayahnya secara proporsional. Maka tahun 2008 didirikan Bantul Radio 89,1 FM sebagai radio masyarakat Bantul. Bantul radio memiliki beberapa acara yang khas seperti Gojekan Bantul dan Bursaneka yang memiliki penggemarnya sendiri. Sesuai dengan *slogan* Bantul Radio yaitu "Media Kita Bersama" Bantul Radio hadir dengan tujuan dapat diterima oleh masyarakat Bantul dan sekitarnya yang terdiri dari berbagai umur, pekerjaan, agama dan etnis. Upaya membentuk citra sebagai radio masyarakat Bantul dibutuhkan strategi *positioning*. Metode penelitian dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Lokasi penelitian dilakukan di Bantul Radio 89,1 FM. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi, observasi, studi pustaka serta wawancara kepada Manajer Siaran, Bagian penyiaran dan Program dan penyiar Bantul Radio. Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *positioning* Bantul Radio cukup baik yang diterapkan dalam *station identity* serta dalam program acara.

Kata kunci : strategi *positioning* Bantul Radio 89,1 FM Masyarakat