

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan radio, stasiun radio berlomba-lomba berupaya untuk merebut pendengar maupun minat pengiklan, dengan memberikan program-program radio yang unik dan menarik sebagai strateginya. Seperti halnya Radio Geronimo yang mengemas program-programnya dengan semenarik mungkin, salah satunya program Kos Kosan Gayam yang merupakan program unggulan sebagai program drama komedi yang sudah cukup eksis ditelinga kalangan pendengar Radio Geronimo di Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kreatif program Kos Kosan Gayam di Radio Geronimo dalam menghadapi persaingan radio, baik dari sisi pendengar maupun pengiklannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan dianalisis dengan triangulasi data. Sumber data utamanya diperoleh dari wawancara produser dan pendengar Kos Kosan Gayam di Radio Geronimo. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari sumber lain melalui referensi dari buku maupun literatur yang terkait dalam penelitian ini. Hasil penelitian yang diperoleh, bahwa dalam mengolah maupun mengembangkan program radio khususnya Kos Kosan Gayam di Radio Geronimo, dengan melalui strategi kreatif, program menjadi menarik dan memiliki karakter, yang dikemas dengan unsur komedi khas anak muda, serta mampu menjadikan program Kos Kosan Gayam sebagai program unggulan yang tidak hanya mendatangkan banyak pendengar, namun mampu menjual dan mendatangkan minat pengiklan sebagai bentuk strategi dalam menghadapi persaingan radio yang diterapkan Radio Geronimo. Strategi yang dibangun Kos Kosan Gayam, yaitu mampu membangun hubungan sebagai kedekatan antar pendengar melalui media sosial facebook maupun twitter yang direspon oleh pendengar dengan komentar-komentarnya. Sedangkan dalam hal periklanannya, lebih menerapkan sebagai tema dalam alur cerita di Kos Kosan Gayam maupun melalui kuis berhadiah di twitter

ABSTRACT

Competition in the face of the radio, competing radio station attempted to seize listeners and advertisers, by providing radio program unique and interesting as a strategy. As well as the packing Geronimo Radio program with attractive as possible, one program Kos Kosan Gayam which is an excellent program as a comedy program that is enough to exist among the listeners ears Geronimo Radio in Yogyakarta. Purpose of this study was to determine the creative strategy Kos Kosan Gayam program in Geronimo Radio in the face of the radio competition, both in terms of listeners and advertisers. Methods used in this research is descriptive qualitative and analyzed by triangulation of data. The main sources of data obtained from interviews producers and listeners Kos Kosan Gayam in Geronimo Radio. While secondary data sources obtained from other sources through references of books and literature associated in this study. Research results obtained, that in the process as well as developing a particular radio program Kos Kosan Gayam in Geronimo Radio, with through creative strategies, programs have become attractive and characters, is packed with comedy elements typical young, and able to make the program Kos Kosan Gayam as excellent programs that not only bring a lot of listeners, but able to sell and bring in advertisers as a form of strategic interests in the face of competition radio applied in Geronimo Radio. Strategies developed Kos Kosan Gayam, that is able to build relationships as closeness between audience through social media facebook and twitter which responded by listeners with their comments. Whereas in the case of advertising, more apply as a theme in the storyline in Kos Kosan Gayam or through a quiz with prizes in twitter.