

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

Nama : Rizky Afrionaldes  
Jurusan : Komunikasi  
Judul skripsi : Strategi Radio Aditya 87,6 Fm Pekanbaru Dalam Mendesain Tagline.

Sebagai salah satu station radio swasta yang telah cukup lama berdiri di Pekanbaru, Radio Aditya yang mengudara di frekwensi 87,6 FM memiliki kekhasan tersendiri dibanding radio swasta lain yang ada di Pekanbaru dalam hal musik, sesuai dengan Tagline nya *Hits Music Station* (Station radio yang memutar lagu-lagu hits). Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “Strategi Radio Aditya 87,6 Fm Pekanbaru Dalam Mendesain Tagline”. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah kualitatif, metode inilah yang digunakan peneliti pada penelitian ini, sedangkan jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah deskriptif. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dikarenakan perumusan masalah pada penelitian ini adalah mengkaji tentang strategi mendesain tagline ‘*Hits Music Station*’ oleh radio Aditya FM Pekanbaru. Pada tahap awal penelitian, peneliti melakukan kegiatan wawancara dengan beberapa informan lalu mendeskripsikan dan dianalisis secara seksama tiap hal yang disampaikan sebagai data utama. Dari Hasil penelitian dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi radio aditya dalam mendesain tagline adalah : **1)** Menentukan format siaran Format siaran Radio Aditya adalah *Adult Contemporary* (AC) Menyiarkan musik pop masa kini, *soft rock*, balada. Menyiarkan berita olahraga, ekonomi, politik. Format AC ini berkembang ke format lain seperti *Middle of the Road*, *Album Oriented Rock* dan *Easy Listenin*. **2)** Memilih Audiens, dengan rentang umur sangat luas antara 25-50 tahun. **3)** Merealisasikan konsep ide.

**Kata kunci : Radio Aditya, Strategi, Tagline**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

Name : Rizky Afrionaldes  
Department : Communication  
Title : The Strategy of 'Aditya' Radio 87,6 FM Pekanbaru in Designing a Tagline

As a long-established private radio in Pekanbaru, Aditya radio aired in 87,6 FM has its special uniqueness compared with other private radios in Pekanbaru, namely its music program. This is in line with its tagline ' Hits Music Station'. Based on this, the researcher is interested in studying about ' the The Strategy of 'Aditya' Radio 87,6 FM Pekanbaru in Designing a Tagline '. Method used in this research is a qualitative method and the research type is a descriptive. The researcher uses a qualitative method because the formulation of the problem is related to analyze the strategy to design a tagline 'hits music station' by Aditya Radio. In the first stage of research, the researcher conducts an interview with some informants then it is described and analyzed accurately as the main data. This thesis finds that the strategy of Aditya radio in designing a tagline is as follows : (1) Deciding the broadcasting format of the radio called Adult Contemporary, broadcasting the contemporary pop music, soft rock and ballad, broadcasting sport, politics, and economic news. The AC format then is developed to other new formats such as middle of the road, album oriented rock and easy listening. (2) Selecting audiences between 25 and 50 years old. (3) Realizing the conceptual idea.

**Keywords: Aditya Radio, Strategy, Tagline**