

ABSTRAK

Radio adalah media massa tertua yang masih bertahan hingga saat ini. Berdasarkan Laporan Tahunan PRSSNI jumlah stasiun radio di kota Bandung semakin hari meningkat, sedangkan jumlah pendengar radio menurun. Hal tersebut membuat persaingan antar stasiun radio menjadi ketat. Diperlukan strategi dalam menarik pendengar radio agar stasiun radio dapat bertahan. Di kota Bandung sendiri, segmen yang paling potensial adalah segmen anak muda karena didukung oleh struktur demografis kota Bandung (BPS kota Bandung) dan kebiasaan anak muda untuk mendengar radio (Survey lembaga MARS).

Berdasarkan alasan yang telah dikemukakan di atas, peneliti bermaksud untuk mengetahui preferensi pendengar radio di kota Bandung yang mempunyai status pekerjaan sebagai pelajar SMA sederajat dan mahasiswa. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan membuat strategi konsep radio.

Untuk menentukan preferensi pendengar, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis *full-profile traditional conjoint analysis*. Terdapat enam atribut dan 23 level yang digunakan dalam analisis ini. Metode pengisian kuesioner dengan menggunakan *rating*. Sedangkan responden yang dijadikan sampel sebanyak 385 orang dengan melakukan pembagian yang proporsional berdasarkan wilayah se-kota Bandung dan status pekerjaan.

Hasil dari penelitian membuktikan bahwa hal yang paling diperhatikan sebagai pertimbangan memilih stasiun radio bagi pendengar adalah topik program dengan kecenderungan pilihan pada topik *entertainment*. Yang kedua adalah orientasi musik dengan jenis musik yang paling disukai adalah jenis musik *pop*. Berikutnya adalah penyiar radio dengan kecenderungan preferensi pada penyiar yang berwawasan luas. Atribut keempat adalah format program dimana pendengar radio memiliki preferensi terbesar pada format berita radio. Atribut kelima adalah kemasan iklan dengan preferensi terbesar pada iklan *spot*. Dan yang terakhir adalah kegiatan *off air* dengan ketertarikan pada siaran radio menggunakan *OB Van*.

Kata kunci: Analisis konjoin, preferensi, pendengar radio.