**ABSTRAKSI**

Nur Amalia Oktiviani. 2017, 43217016, **STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM 95.1 PAGUYANGAN.** Skripsi Program Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Peradaban. Pembimbing Aswar Anis, S.IP., M.Si.

Program M2M (Musik Untuk Orang Muda) merupakan sebuah program yang dimiliki Radio Top Fm Paguyangan dengan materi siaran lagu pop Indonesia terkini. Keberhasilan suatu program dalam menarik audien tidak lepas dari perencanaan program yang dikemas menarik sehingga dibutuhkan penerapan strategi perencanaan program yang baik. Untuk itu tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perencanaan program M2M serta strategi program M2M dalam menarik pengiklan di Radio Top Fm Paguyangan. Teori yang digunakan adalah teori AIDDA yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm yang mengungkapkan bahwa proses komunikasi hendaknya dimulai dengan membangkitkan kesadaran *(awareness)* komunikan. Bila kesadaran sudah bangkit, komunikator juga harus berusaha untuk membuat perhatian *(interest)* komunikan, agar komunikan berkeinginan untuk mengambil sebuah keputusan *(decision)* untuk melakukan pelaksanaan *(action).*

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam terhadap beberapa informan yaitu Manager Radio Top Fm 95.1 Paguyangan, Manager Program, Marketing, Penyiar Program M2M, Pendengar setia program M2M dan Klien Pengiklan. Serta Melakukan observasi dan pengumpulan dokumen yang berkenaan dengan tujuan penelitian,

Hasil penelitian menunjukan bahwa program M2M sudah memiliki strategi perencanaan program yang jelas melalui pengemasan program, segmentasi pendengar dan penyesuaian penayangan program. Sedangkan untuk menarik pengiklan program M2M melakukan distribusi program dengan memanfaatkan kehadiran internet untuk memasarkan program dan iklan kepada audien yang lebih luas. Strategi tersebut sebenarnya memiliki pola yang sama dengan target konsumen pemasang iklan. Sehingga program M2M akan menjadi menarik bagi pemasang iklan dengan memiliki karakteristik pasar audien yang sama. Namun program M2M memerlukan riset terhadap perkembangan *rating* program serta evaluasi terhadap partisipasi pendengar yang akan dijadikan sebagai pilihan penawaran. Karena biasanya pemasang iklan lebih tertarik untuk mengetahui audien yang potensial bagi produk/jasa yang dijual.

**Kata Kunci:** Strategi Perencanaan Program, Program M2M (Musik Untuk Orang Muda), AIDDA.

***ABSTRACT***

Nur Amalia Oktiviani. 2017, 43217016, ***M2M (MUSIC FOR YOUNG PEOPLE) PROGRAM PLANNING STRATEGY IN ATTRACTING ADVERTISERS ON TOP FM RADIO 95.1.*** *Communication science program. Faculty of Social and Political Sciences. Civilization University. Mentor Aswar Anis, S.IP., M.Si.*

*M2M (Music for Young People) is a program owned by Radio Top Fm Paguyangan with the latest Indonesian pop song broadcast material. The success of a program in attracting audiences can not be separated from the planning of an attractive packaged program so that it requires the implementation of a good program planning strategy. For this reason, the purpose of this research is to find out the planning of M2M programs as well as the strategy of M2M programs in attracting advertisers on Radio Top Fm Paguyangan. The theory used is the AIDDA theory put forward by Wilbur Schramm which reveals that the communication process should begin by generating communicant awareness. When consciousness has risen, the communicator must also strive to make the attention (interest) of the communicant, so that the communicant wishes to take a decision (decision) to carry out the implementation (action).*

 *The methods used in this study are qualitative descriptive methods and data collection techniques by conducting in-depth interviews with several informants namely Top Fm Radio Manager 95.1 Paguyangan, Program Manager, Marketing, M2M Program Announcer, Loyal Listener of M2M program and Advertiser Client. As well as observing and collecting documents related to the purpose of research.*

*The results showed that M2M programs already have a clear program planning strategy through program packaging, listener segmentation and program delivery adjustments. As for attracting M2M program advertisers to distribute programs by utilizing the internet presence to market programs and advertisements to a wider audience. The strategy actually has the same pattern as the target consumer advertiser. So that the M2M program will be attractive to advertisers by having the same audience market characteristics. However, M2M programs require research on the development of program ratings and evaluation of listener participation that will be used as an offer option. Because usually advertisers are more interested in knowing the potential audience for products / services sold.*

***Keywords: Program Planning Strategy, M2M Program (Music For Young People), AIDDA.***