

ABSTRACT

Sheva Divania Milanisty, 213106025, 2024. **The Implementation of Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) Strategy in 92.7 FM Joss Radio Nganjuk. The English Diploma Three Program, Business Administration Department, State Polytechnic of Madiun.**

92.7 FM Radio Joss Nganjuk is one of the national private radio stations located in Nganjuk Regency that provides broadcasting services in the form of information, entertainment, and education and tries to be a lighthouse for the broadcasting service needs of the Nganjuk people and its surroundings. However, due to the intense competition among various radio stations, it is necessary to adjust the programs and marketing of radio stations in accordance with the expectations of listeners. Therefore, in presenting programs that are in accordance with the target market of interest, Radio Joss uses one of the marketing strategies, namely the Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) strategy. The aims of this final project report are to know about the implementation of STP strategy and its obstacles at 92.7 FM Joss Radio Nganjuk. In writing this report, the writer used a qualitative descriptive writing method with data divided into primary data and secondary data. The data collection in this report was conducted by interviews, observations and documentation related to the STP strategy of 92.7 FM Joss Radio Nganjuk. The results of this report indicate that the Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) strategy has been implemented successfully. 92.7 FM Joss Radio Nganjuk segmented their audiences based on demographic and geographic segmentation. The target of 92.7 FM Joss Radio Nganjuk is adults over 30 years old. Positioning 92.7 FM Joss Radio Nganjuk is done by providing several excellent programs that are different from other radio stations.

Keywords: *STP, Radio Joss, Descriptive Qualitative.*

ABSTRAK

Sheva Divania Milanisty, 213106025, 2024. ***The Implementation of Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) Strategy in 927 FM Joss Radio Nganjuk.*** Program Studi D3 Bahasa Inggris, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun.

Radio Joss 92.7 FM Nganjuk merupakan salah satu stasiun radio swasta nasional yang berada di Kabupaten Nganjuk yang memberikan layanan penyiaran berupa informasi, hiburan, dan pendidikan serta berusaha menjadi mercusuar bagi kebutuhan layanan penyiaran masyarakat Nganjuk dan sekitarnya. Namun karena ketatnya persaingan antar berbagai stasiun radio, maka perlu adanya penyesuaian program dan pemasaran stasiun radio yang sesuai dengan harapan pendengar. Oleh karena itu, dalam menyajikan program-program yang sesuai dengan target pasar yang diminati, Radio Joss menggunakan salah satu strategi pemasaran, yaitu strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP). Laporan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi STP dan hambatanannya di Radio Joss 92.7 FM Nganjuk. Dalam penulisan laporan ini, penulis menggunakan metode penulisan deskriptif kualitatif dengan data yang dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dalam laporan ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi STP Radio Joss 92.7 FM Nganjuk. Hasil dari laporan ini menunjukkan bahwa strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) telah berhasil diterapkan. Radio Joss 92.7 FM Nganjuk melakukan segmentasi pendengar berdasarkan segmentasi demografis dan geografis. Target dari Radio Joss 92.7 FM Nganjuk adalah orang dewasa yang berusia di atas 30 tahun. Positioning Radio Joss 92.7 FM Nganjuk dilakukan dengan memberikan beberapa program unggulan yang berbeda dengan stasiun radio lainnya.

Kata Kunci: STP, Radio Joss, Deskriptif Kualitatif.