

ABSTRAK

Syahrany Safira Chilmi. 190531100014. Program Studi Ilmu Komunikasi. Strategi Radio Merdeka FM dalam Membangun Brand Image Melalui Program Siaran “Jasuke - Jawab Suka- suka Ente” di Kota Surabaya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Radio Merdeka FM Surabaya dalam membangun brand image melalui program siaran “Jasuke – Jawab Suka- suka Ente” di Kota Surabaya. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teori dalam penelitian ini yaitu teori Strategi Branding dan Citra Bayangan (*mirror image*). Subjek dari penelitian ini adalah program siaran Jasuke sebagai *brand image* pada Radio Merdeka FM Surabaya.

Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Penentuan informan disini menggunakan *purposive sampling* dimana mengambil sumber data berdasarkan kriteria tertentu berdasarkan penelitian yang dilaksanakan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis isi (*contents analysis*). Dilakukan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Penelitian ini dilakukan di kantor Radio Merdeka FM yang beralamat di Jl. Walikota Mustajab No. 62 Surabaya, Jawa Timur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten siaran Jasuke dirancang secara terencana dengan mengangkat tema sederhana namun terbuka terhadap berbagai jawaban, sehingga mendorong partisipasi aktif pendengar. Berdasarkan analisis teori citra Frank Jefkins, program *Jasuke* berhasil membentuk citra bayangan (*mirror image*) yang positif di kalangan internal radio, serta citra yang berlaku (*current image*) yang baik di mata pendengar. Pendengar memandang Radio Merdeka FM sebagai radio yang akrab, komunikatif, dan relevan dengan realitas sosial masyarakat Surabaya. Dengan demikian, program *Jasuke* berperan signifikan dalam memperkuat brand image Radio Merdeka FM Surabaya.

Kata kunci: Strategi komunikasi; program siaran radio; *Brand Image*, citra Frank Jefkins, *Jasuke*, Radio Merdeka FM.

ABSTRACT

Syahrany Safira Chilmi. 190531100014. *Communication Studies Program. The Strategy of Radio Merdeka FM in Building Brand Image through the Broadcast Program “Jasuke – Jawab Suka-suka Ente” in Surabaya City.*

The purpose of this study is to identify the strategy of Radio Merdeka FM Surabaya in building its brand image through the broadcast program “Jasuke – Jawab Suka-suka Ente” in Surabaya City. This research employs a descriptive qualitative method. The theories used in this study are Branding Strategy theory and the Mirror Image theory. The subject of this research is the Jasuke broadcast program as a representation of the brand image of Radio Merdeka FM Surabaya.

Data collection methods include observation, in-depth interviews, and documentation. The data were analyzed using content analysis, and data validity was ensured through source triangulation. This research was conducted at the Radio Merdeka FM office located at Jl. Walikota Mustajab No. 62, Surabaya, East Java.

The results of the study indicate that the Jasuke broadcast content strategy is systematically designed by presenting simple themes that are open to diverse responses, thereby encouraging active listener participation. Based on Frank Jefkins’ image theory analysis, the Jasuke program successfully forms a positive mirror image among internal radio staff as well as a favorable current image among listeners. Listeners perceive Radio Merdeka FM as friendly, communicative, and relevant to the social realities of Surabaya society. Therefore, the Jasuke program plays a significant role in strengthening the brand image of Radio Merdeka FM Surabaya.

Keywords: *Communication strategy; radio broadcast program; brand image; Frank Jefkins’ image; Jasuke; Radio Merdeka FM.*