

ABSTRAK

Nama : Elly Suryani
NPM : 20200120300023
Judul : *Brand Positioning* Milenials Radio dalam Menciptakan *Personal Branding* bagi para *Virtual Announcer*
Pembimbing : Dr. Oktaviana Purnamasari, M.Si
Ringkasan :

Brand positioning ditujukan untuk menciptakan, mengubah, atau memperkuat citra merek. *Personal branding* lebih pada bagaimana kita membangun reputasi diri, memasarkan diri sendiri dan memperlakukan diri kita seperti merek. Radio streaming hadir karena perkembangan teknologi informasi yang memanfaatkan internet untuk memancarkanluaskan siarannya. Penelitian ini terfokus pada *brand positioning* Radio streaming dalam menciptakan *personal branding* para Penyiarinya. Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi mengidentifikasi *brand positioning* Milenials Radio dan mengidentifikasi *personal branding virtual announcer* berbasis *brand positioning*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode penelitian *Phenomenological research*. Dengan mengandalkan atau memahami makna yang ada dibalik sebuah fenomena siaran dari rumah. Teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan pengumpulan dokumen-dokumen. Metode triangulasi digunakan untuk dalam menganalisis data yaitu triangulasi sumber. Hasil atau temuan dari penelitian ini adalah *brand positioning* Milenials Radio belum memiliki unsur harga, dan *personal branding virtual announcer* berbasis *brand positioning* belum memiliki unsur spesialisasi, dan kepemimpinan.

Kata kunci: Radio streaming, *brand positioning*, *personal branding*, *virtual announcer*

ABSTRACT

Nama: : Elly Suryani
NPM :20200120300023
Title :Brand Positioning Millennials Radio in Creating Personal Branding
for Virtual Announcer
Supervisor : Dr. Oktaviana Purnamasari,M.Si
Summary :

Brand positioning is intended to create, change, or strengthen the brand image. Personal branding is more about how we build our reputation, market ourselves and treat ourselves like a brand. Streaming radio exists because of the development of information technology that utilizes the internet to transmit its broadcasts. This research focuses on the brand positioning of streaming radio in creating personal branding for broadcasters. The purpose of this research is to identify the brand positioning of Millennials Radio and identify personal branding virtual announcers based on brand positioning. This study uses a descriptive qualitative approach with Phenomenological research methods. By relying on or understanding the meaning behind a broadcast phenomenon from home. Techniques for collecting data are interviews, observations and collection of documents. Triangulation method is used to analyze the data, namely source triangulation. The results or findings of this study are that Millennials Radio's brand positioning does not yet have an element of price, and personal branding virtual announcers based on brand positioning do not yet have elements of specialization and leadership.

Keywords: Radio streaming, brand positioning, personal branding, virtual announcer

