

KATA PENGANTAR

Tesis ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi (S.2) di Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ)

Sebagai pelaku di industri jasa suara, juga berpengalaman di bidang *broadcasting*, peneliti ingin memberikan wacana baru dari penelitian ini bagi bidang *broadcasting*. Radio streaming yang menjadi objek penelitian juga dipilih sesuai dengan kondisi yang merebak pada saat pandemi covid 19. Saat semua aktivitas dilakukan di rumah, baik belajar, bekerja, juga ibadah semua dilakukan di rumah, di mana kata *virtual* sudah biasa diperdengarkan. Ternyata ada satu radio streaming yang coba mengadopsi sebuah konsep *virtual* ini. Milenials Radio yang memiliki konsep *virtual announcer*.

Konsep ini memperkenalkan system dimana penyiar melakukan siaran secara *recording* (rekaman) di tempat masing-masing. Konsep ini tidak mempertemukan para penyiar secara langsung dan pendengar hanya bisa berhubungan dengan penyiarinya melalui kolom komentar di media sosial. Radio streaming adalah radio yang menggunakan internet untuk memancarkanluaskan siarannya, hanya bisa didengarkan jika ada internet. Tak banyak *public* yang mengenal radio-radio streaming jika tidak diperkenalkan melalui program-program Off Air.

Brand positioning Milenials Radio sebagai radio streaming mencoba memberikan keunikan tersendiri untuk membentuk persepsi *public* bahwa Milenials Radio adalah radio anak muda zaman now yang memutarakan berbagai *genre music*.

Personal branding para *virtual announcer* adalah bagaimana cara membangun reputasi diri, memasarkan diri sendiri dan memperlakukan diri layaknya merek. Media sosial menjadi tempat yang saat ini dimanfaatkan oleh banyak orang untuk membangun dan memasarkan diri sendiri.

Namun, bagaimana Brand positioning Milenials Radio dalam menciptakan *personal branding* para *virtual announcer* ?

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunianya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul: **BRAND POSITIONING MILENIALS RADIO DALAM MENCIPTAKAN PERSONAL BRANDING PARA VIRTUAL ANNOUNCER**

Tesis ditulis dalam rangka memenuhi sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister (S.2) di Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ).

Penulis menyadari bahwa tesis dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan Tesis ini.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu selesainya tesis ini.:

1. Teristimewa kepada orangtua terkasih Alm. Bapak Rafli Dolah, Almh. Ibunda Elly Rosita, Almh. Ibunda Ruminah, yang telah memberikan do'a dan selalu memotivasi.
2. Keluarga tercinta, suami dan anak-anak tercinta yang terus selalu mendukung segala kegiatan yang saya lakukan.
3. Dr. Aminah Swarnawati, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik
4. Dr. Oktaviana Purnama Sari, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Tesis
5. Para Dosen Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta
6. Kepada teman-teman seangkatan 2020 yang terus saling mendukung untuk gerakan "Wisuda Bersama"

Semoga tesis ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang Ilmu Komunikasi dan bidang Penyiaran dan pastinya semoga bermanfaat bagi para pembaca. Amin yaa rabbal alamin.

Jakarta, 15 Agustus 2022
Penulis

Elly Suryani
NIM. 20200120300023