

## ABSTRAK

Suatu perusahaan media, pengelolanya dituntut untuk mengetahui bagaimana *audience* memproses informasi, menciptakan persepsi, dan bagaimana persepsi mempengaruhi pengambilan keputusannya. *Positioning* menjadi sangat penting bagi media penyiaran terhadap persepsi perusahaan dalam hal program acara dan kebijakannya. Radio Zora menjadi salah satu perusahaan yang membutuhkan persepsi pendengar untuk dapat memenuhi pengambilan keputusan dalam proses memposisikan segmennya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi pendengar Radio Zora, untuk mengetahui *repositioning* Radio Zora, dan untuk mengetahui pengaruh persepsi pendengar terhadap *repositioning* Radio Zora menjadi radio informatif dan menghibur.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausalitas dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan *tools* analisis regresi linier sederhana. Penelitian ini membahas tentang persepsi pendengar terhadap *repositioning*. Variabel yang digunakan adalah variabel bebas (Persepsi Pendengar) dan terikat (*Repositioning*). Populasi penelitian ini adalah komunitas pendengar Radio Zora dengan sample sebanyak 387 orang. Teknik pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* sampling dengan jenis *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil analisis data, diketahui Persepsi pendengar terhadap proses *repositioning* yang dilakukan oleh Radio Zora dapat dikategorikan baik yaitu sebesar 80.7% dan *repositioning* yang dilakukan oleh Radio Zora mencapai nilai 81,2%. Berdasarkan uji hipotesis parsial (uji T), didapat hasil sebesar 71% maka persepsi pendengar secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *repositioning*.

Berdasarkan hasil penelitian pada indikator *repositioning*, *staff performance* memiliki nilai terendah maka dari itu pihak Radio Zora sebaiknya memperhatikan performansi pegawainya dan bila perlu melakukan *training development* agar performansi pegawainya bisa lebih meningkat. Saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan variabel *selective attention* (perhatian), *selective distortion* (rangsangan), dan *selective retention* (daya serap).

**Keyword:** Analisis Regresi Linier Sederhana, Persepsi Pendengar, *Repositioning*, Radio.