

## ABSTRAK

Radio K-Lite merupakan salah satu anak perusahaan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) yang bergerak di bidang penyiaran radio yang ditujukan bagi pendengar berusia 21-44 tahun. Salah satu program yang disiarkan saat *prime time* yaitu *Good to Great*. Selama kurun waktu tiga tahun terakhir dari tahun 2016 hingga tahun 2019, Radio K-Lite mengalami penurunan pendapatan. Salah satu faktor penyebab hal tersebut yaitu program yang kurang diminati sehingga menurunkan jumlah pemasang iklan *on air* yang ditandai dengan menurunnya pendapatan iklan *on air*. Berdasarkan respon pasar diketahui bahwa *Good to Great* tidak mendapatkan respon positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Good to Great* belum sesuai dengan keinginan pendengar dan masih memiliki kekurangan. Tujuan dari penelitian ini menggali preferensi pendengar secara mendetail untuk serangkaian atribut program radio. Diketahui bahwa *Good to Great* masih belum sesuai dengan keinginan pendengar, maka sangat penting bagi pihak Radio K-Lite untuk memahami preferensi pendengar. Kuesioner disebarakan secara *online* kepada orang yang berdomisili di Bandung dan pernah mendengarkan *Good to Great*. Terdapat 200 responden yang memenuhi kriteria. Dengan menggunakan metode *conjoint analysis* dan *cluster analysis* dapat diperoleh preferensi secara mendetail. Berdasarkan hasil yang didapatkan dari pengolahan data, atribut yang menjadi preferensi pendengar yaitu konten program dengan level atribut musik, *talk* dan *news*, karakter penyiar dengan level atribut interaktif, gaya siaran dengan level atribut santai, saluran komunikasi dengan level atribut *social media* dan akses penerimaan program dengan level atribut radio *tape*. Selanjutnya, rekomendasi didasarkan atas preferensi pendengar tersebut yang memuat atribut serta level atribut yang perlu diperhatikan dan diperbaiki agar dapat menarik lebih banyak pendengar.

Kata Kunci: *Conjoint Analysis*, *Cluster Analysis*, Preferensi, Radio K-Lite.