

ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Broadcasting**

**Naila Nadila
20130530225**

**“Strategi Positioning Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam
Memperoleh Target Pendengar dari Kalangan Ibu Rumah Tangga”**

Tahun Skripsi: 2018, xvi + 130 Halaman + bb

Daftar Pustaka: 24 Buku + 3 Skripsi + 5 Sumber Internet + 1 Brosur

Tema penelitian ini adalah tentang strategi *positioning* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam memperoleh target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga. Penelitian ini penting dilaksanakan karena secara empiris Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja menargetkan kalangan ibu rumah tangga sebagai pendengar dengan persentase terbesar (35%). Sementara itu, pada tataran teoretis, kajian-kajian mengenai *positioning* radio dalam memperoleh target pendengar dari kalangan perempuan, khususnya ibu rumah tangga, masih minim. Oleh karena itu, rumusan masalah (pertanyaan penelitian) yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi *positioning* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam memperoleh target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga?” Perangkat teoretis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi konsep segmentasi, *targetting*, *positioning*, *formatting*, dan *programming* (STPPF), serta konsep pendengar radio sebagai audiens. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data Model Interaktif. Adapun kualitas data penelitian ini dijamin dengan dilakukannya aktivitas triangulasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *positioning* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam memperoleh target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga dilakukan melalui 2 (dua) cara, yaitu: (i) aktivitas manajerial perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang berbasis pada riset, serta (ii) penetapan STPPF, di mana pada aspek segmentasi, dilakukan penilaian (sekaligus pemetaan) pendengar dari kalangan ibu rumah tangga berdasarkan kategori demografis, geografis, geodemografis, dan psikografis; pada aspek *targetting*, dilakukan penilaian terhadap perilaku pendengar dari kalangan ibu rumah tangga; pada aspek *positioning* dilakukan penilaian terhadap kesadaran pola pikir pendengar (*audience mind awareness*) dari kalangan ibu rumah tangga; pada aspek *formatting*, dilakukan penyusunan format acara yang menyasar pendengar dari kalangan ibu rumah tangga; dan pada aspek *programming*, dilakukan penyusunan program acara yang menargetkan pendengar dari kalangan ibu rumah tangga.

Kata-kata Kunci: stasiun radio, strategi *positioning*, ibu rumah tangga.

ABSTRACT

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social and Political Science
Department of Communication
Concentration of Broadcasting**

**Naila Nadila
20130530225**

**“The Positioning Strategy of Rakosa Female Radio 105.3 FM Jogja
to Obtaining the Target Audience from the Group of Housewives”**

Thesis Year: 2018, xvi + 130 Pages + bb

Bibliography: 24 Books + 3 Theses + 5 Internet Resources + 1 Brochure

The title of this study is “The Positioning Strategy of Rakosa Female Radio 105.3 FM Jogja to Obtaining the Target Audience from the Group of Housewives”. These are empirical and theoretical backgrounds of this study. In the empirical level, Rakosa Female Radio 105.3 FM Jogja sets the group of housewives as the biggest target audience (35%). Meanwhile, at the theoretical level, there are not many studies have raised the theme of radio positioning to obtaining target audiences from women, especially housewives. Therefore, the research question proposed in this study is "How is the positioning strategy of Rakosa Female Radio 105.3 FM Jogja to obtaining target audiences among housewives?" The theoretical framework used in this study include the concepts of segmentation, targeting, positioning, formatting, and programming (STPPF) and the concept of radio listeners as the audience. This study uses a type of qualitative descriptive research. The research data was collected using observation, interview, and documentation techniques. Data analysis was performed using the Interactive Model data analysis technique.

The results of this study indicate that the positioning strategy of Rakosa Female Radio 105.3 FM Jogja to obtaining target audiences from the group of housewives was carried out in 2 (two) ways, that is: (i) managerial activities of planning, implementation and evaluation based on research, and (ii) the determination of STPPF, where in the segmentation aspect, an assessment (and mapping) is carried out to audience from among housewives based on demographic, geographic, geodemographic and psychographic categories; in the aspect of targeting, an assessment to audiences from the group of housewives is conducted; in the positioning aspect, it is carried out with a pattern of mind awareness from the housewives; in the aspect of the format, a format for the program targeting audiences from the group of housewives was prepared; and on the programming aspect, an event program was arranged that connected audiences from the group of housewives.

Keywords: Radio station, the positioning strategy, housewives.