

### **BAB III**

#### **SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

##### **A. Sajian Data**

Persaingan radio dalam upaya meraih pendengar tidaklah mudah. Dari segi demografi Radio Rakosa, target pasar dari kalangan ibu rumah tangga khususnya daerah kota Yogyakarta cukup mendominasi sehingga persaingan meraih pendengar antar radio menjadi cukup ketat. Sebagai radio perempuan satu-satunya di Yogyakarta dengan begitu banyaknya kompetitor, Rakosa diharuskan melakukan strategi yaitu dengan mengenalkan brand Radio Rakosa yang mengudara di Yogyakarta kepada masyarakat luas khususnya Yogyakarta dan sekitarnya melalui *positioning*. Strategi *positioning* sangatlah penting dan harus diperhatikan dalam mendirikan sebuah radio, karena dengan adanya *positioning* pada sebuah radio khalayak dapat menanamkan atau menempatkan *brand* radio tersebut di dalam otaknya sehingga memiliki penilaian tertentu oleh khalayak.

Sebuah strategi sangat diperlukan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja untuk menunjukkan jati dirinya sebagai radio perempuan dalam meraih target pendengarnya, dengan adanya strategi akan membantu Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam persiapannya berkompetitor dengan radio lainnya yang ada di Yogyakarta. Keberhasilan sebuah radio dapat dilihat dari kesuksesan strateginya dalam meraih pendengar.

Dengan melakukan *positioning*, Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja bisa lebih memperkenalkan siapa dirinya kepada khalayak banyak sebagai radio perempuan dan dengan adanya slogan yang merupakan salah satu strategi

*positioning* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yaitu “Radionya Female Jogja” akan membantu Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam menjalankan strategi *positioning*-nya dan dalam berkompetisi dengan radio swasta lainnya di Yogyakarta. Dalam bab ini peneliti membahas dan mengkaji data-data yang berhubungan dengan *positioning* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam memperoleh target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga sesuai dengan hasil wawancara dengan pihak radio Rakosa yaitu melalui proses perencanaan, perwujudan dan evaluasi.

### **1. Proses Perencanaan Positioning Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja**

Dalam menyampaikan *positioning* kepada khalayak sangatlah penting untuk memulai segala sesuatunya dengan sebuah perencanaan. Perencanaan dibutuhkan untuk menghasilkan sesuatu yang memuaskan sesuai tujuan dan harapan. Perencanaan yang baik akan memberikan hasil yang baik, maka dari itu sebuah radio harus membuat perencanaan yang matang. Banyaknya jumlah stasiun radio yang bermunculan di Yogyakarta membuat persaingan di industri penyiaran radio semakin ketat. Di tengah situasi yang semakin kompetitif, menjadikan radio berlomba-lomba menciptakan image yang dapat membedakan stasiun radio satu dengan stasiun radio lainnya. Radio yang mampu menciptakan imagenya di benak khalayak maka stasiun radio tersebut akan terus dikenang dan terus diakui keberadaannya.

Proses perencanaan *positioning* yang paling penting adalah pertimbangan mengenai cara mengelola *positioning* tersebut dan pertimbangan mengenai tingkatan yang ingin di capai. Sebuah radio harus mengetahui

kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan oleh pendengarnya untuk menjadi radio yang diminati pendengar. Dengan adanya positioning yang baik pada sebuah radio maka akan meningkatkan jumlah pendengar dan pengiklan karena unsur yang penting dan berpengaruh besar terhadap industri penyiaran adalah pendengar dan pengiklan. Kedua unsur tersebut tentu tidak dapat dipisahkan antara pendengar dan pengiklan dalam media penyiaran karena sebagai penopang berdiri dan bertahannya sebuah radio atau stasiun penyiaran. Dalam hubungannya dengan target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga, yaitu dengan adanya perencanaan positioning radio Rakosa 105,3 FM maka radio dapat mewujudkan tujuannya dalam meraih target pendengar khususnya dari kalangan ibu rumah tangga.

Terdapat langkah-langkah yang direncanakan Rakosa Female Radio Jogja dalam melakukan positioning untuk memperoleh target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga. Langkah-langkah itu dilakukan agar Rakosa Female Radio Jogja 105,3 FM bisa menanamkan *brand* dan mendapatkan pengakuan dari khalayak banyak khususnya masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya sebagai radio perempuan satu-satunya di Yogyakarta yang mampu memberikan edukasi, hiburan, informasi kepada khalayak terutama target marketnya yaitu perempuan khususna ibu rumah tangga dan mampu memberikan sajian sesuai kebutuhan khalayak pendengar. Adapun proses perencanaan *positioning* yang dilakukan Rakosa Female Radio Jogja 105,3 FM untuk memperoleh target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga seperti yang diutarakan oleh Prawoto selaku Manager Operasional Rakosa Female Radio Jogja 105,3 FM, yaitu diantaranya :

a) Menentukan Visi dan Misi sebagai pegangan seluruh komponen radio.

Visi dan Misi yang telah ditetapkan oleh Rakosa Female Radio Jogja 105.3 FM yang bertujuan menjadi dasar berjalannya positioning radio Rakosa sebagai radio perempuan, dimana visi dan misi yang dimiliki Rakosa Female Radio Jogja 105.3 FM yaitu sebagai berikut:

Visi:

Menjadi radio perempuan ternama yang inspiratif, informative dan edukatif bagi kehidupan masyarakat.

Misi:

- 1) Radio Rakosa harus mampu menyajikan acara siaran dan kegiatan on air-off air yang sesuai dengan kebutuhan perempuan dan masyarakat luas.
- 2) Radio Rakosa harus bisa menjadi naungan bagi kehidupan seluruh karyawan dan bisa memenuhi kebutuhan hidupnya secara layak.
- 3) Radio Rakosa harus mampu memperoleh pertumbuhan asset dan profitabilitas yang significant, serta mampu memberikan layanan terbaik untuk pemasang iklan.

b) Menentukan Segmentasi Pasar

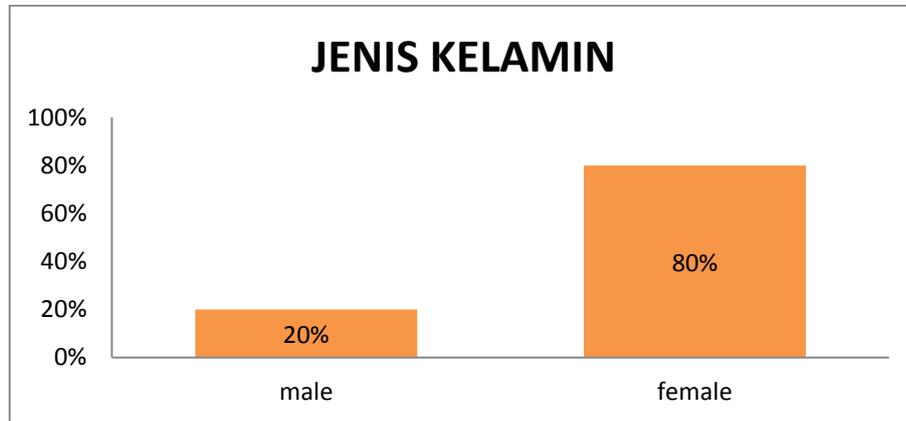
Sejak awal didirikan sebagai sebuah stasiun radio, Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja telah memiliki segmentasi pasar yang ditentukan oleh pemilik dan staf radio. Segmentasi pasar dilakukan untuk memahami atau mengetahui pendengar yang akan menjadi target audiens Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dan pemasaran programnya. Bagi radio Rakosa 105,3 FM segmentasi sangatlah penting.

“Setiap produk atau layanan jasa yang diperuntukkan untuk khalayak harus memiliki segmentasi pasar, karena supaya dalam meraih raihan pasar bisa lebih focus pada sasarannya, dan ini sekaligus mempermudah strategi pemasarannya karena segmentasinya sudah dikelompokkan. Segmentasi ini penting bagi program Rakosa dan bagi jualan iklan atau program Rakosa.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018).

Dilihat dari segmentasinya, Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja memiliki segmentasi yang sama dengan kompetitor yang tidak langsung yaitu radio Retjo Buntung dan Jogja Family karena dari segmen keluarga.

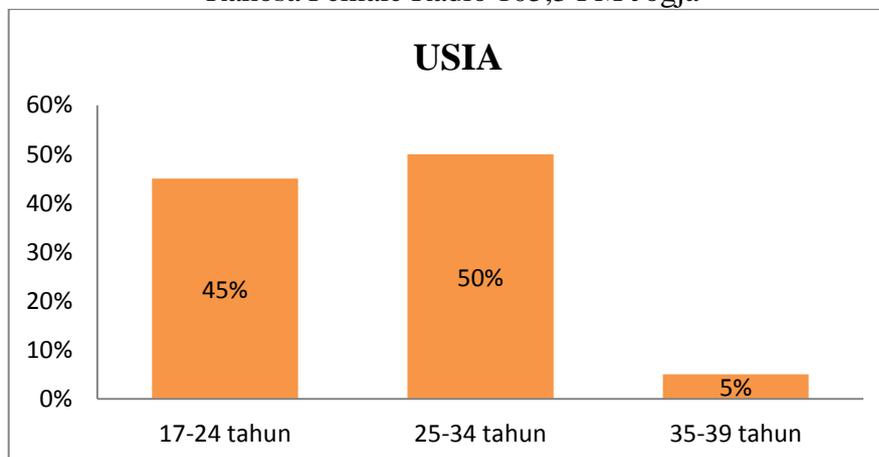
Memiliki segmen yang sama yaitu segmen keluarga dengan kompetitor (tidak langsung) membuat radio Rakosa 105,3 FM harus menciptakan program yang berbeda dengan kompetitornya. Berikut adalah persentase segmentasi Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja sesuai dengan klasifikasi masing-masing :

Grafik 1  
Persentase Jenis Kelamin Pendengar yang Ditargetkan  
oleh Manajemen Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja



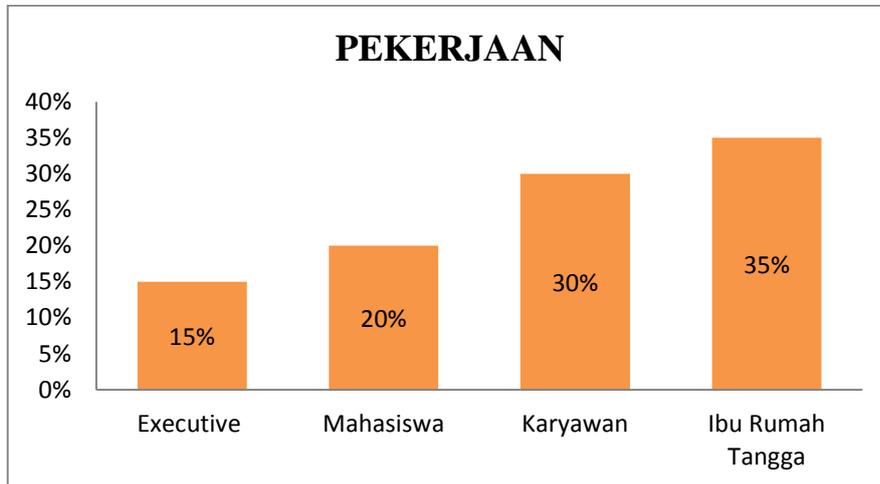
Sumber: Brosur Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja (2018).

Grafik 2  
Persentase Kelompok Usia Pendengar yang Ditargetkan  
oleh Manajemen  
Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja



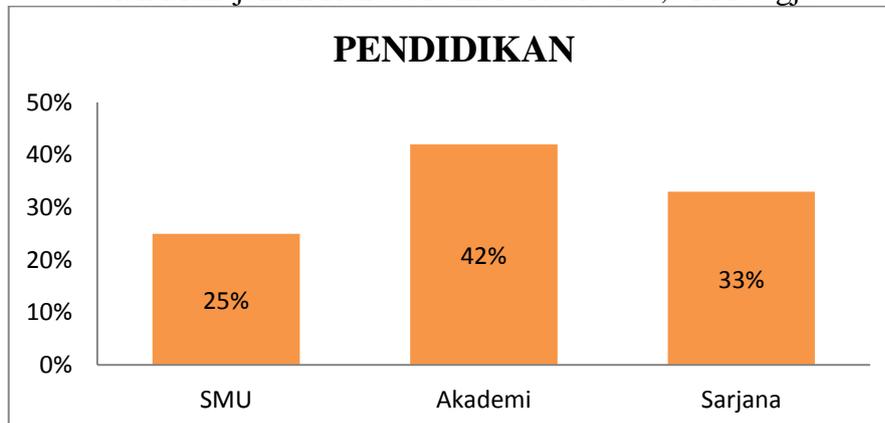
Sumber: Brosur Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja (2018).

Grafik 3  
Persentase Kelompok Pekerjaan Pendengar yang Ditargetkan  
oleh Manajemen Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja



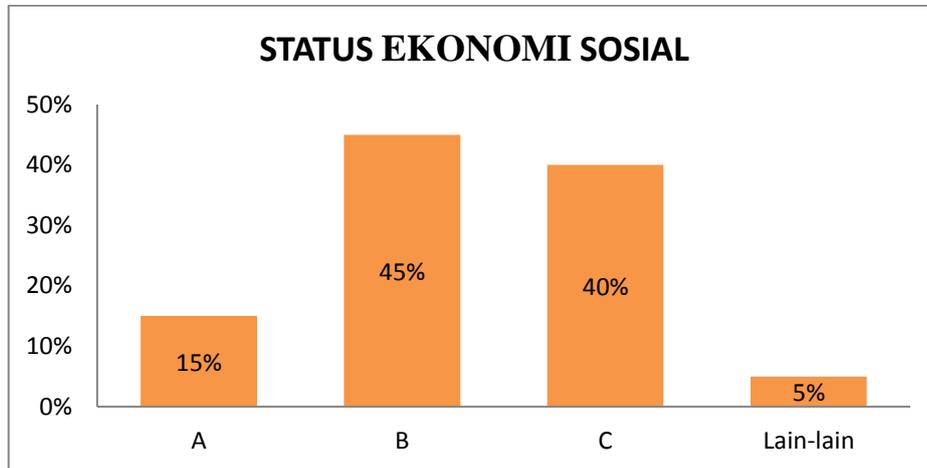
Sumber: Brosur Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja (2018).

Grafik 4  
Persentase Kelompok Pendidikan Pendengar yang Ditargetkan  
oleh Manajemen Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja



Sumber: Brosur Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja (2018).

**Grafik 5**  
**Persentase S.E.S. Pendengar yang Ditargetkan**  
**oleh Manajemen Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja**



Sumber: Brosur Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja (2018).

#### c) Menentukan Target Pendengar

Penentuan target pendengar ini mencakup macam-macam variabel segmentasi yang diturunkan dari faktor demografis, geografis, geodemografis dan psikografis. Penentuan target pendengar penting untuk dilakukan agar tujuan sebuah perusahaan radio bisa berjalan secara efektif dan efisien, maka radio harus fokus untuk melayani target pendengar yang dituju.

“Target pendengar adalah perempuan, awalnya perempuan di segmen tengah dan atas tapi sekarang pendengar kelas atas semakin susah dicari atau sudah tidak mendengarkan radio karena pengaruh media online internet dan lain-lain. Radio Rakosa fokus ke wanita segmentasi menengah dan bawah sehingga program disesuaikan dengan fakta-fakta di lapangan yang kenyataannya seperti itu.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 9 Maret 2018).

Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa target pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja adalah perempuan. Dalam penentuan target

pendengar tersebut terdapat alasan dipilihnya perempuan sebagai target pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM.

“Alasan Rakosa Female Radio membidik perempuan sebagai target market adalah alasan bisnis, usaha, ingin berpartisipasi dalam membangun bangsa ini dengan membangun edukasi-edukasi terhadap perempuan karena perempuan tiang agama dan negara (alasan idealis). Alasan lainnya yang pertama di Jogja ini kebanyakan radio mengambil segmen muda kami ingin mengurangi kompetisi juga, yang kedua saya melihat pasar kalau kita main ke supermarket sebagian prodak yang ada di rak-rak itu produk perempuan, dominannya satu yaitu perempuan atau yang membeli para perempuan atau ibu beli apa-apa buat suaminya pasti yang beli ibu itu kan seluk pasar yang luar biasa dan di Jogja ada banyak sekali supermarket yang ketiga idealismenya karena di Jogja ga ada yang segmen perempuan, yang berikutnya jumlah penduduk di Jogja kebanyakan perempuan.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018)

#### d) Mengamati Radio Pesaing

Tahap selanjutnya adalah tahap mengamati pesaing. Keberhasilan bisnis suatu perusahaan salah satunya ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut memahami pesaing. Dengan mengamati pesaing dapat memacu dan memberikan gambaran kepada radio Rakosa 105,3 FM untuk menarik perhatian khalayak lebih yaitu dengan cara pembuatan program acara yang memiliki ciri khas tersendiri sehingga beda dengan program acara milik radio pesaing.

“Kompetitor yang mirip-mirip yaitu radio Retjo Buntung itu bagian dari kompetitor kami karena dari segmen keluarga trus Jogja Family juga keluarga itu kompetitor kami juga. Female radio cuman sendiri kebetulan ga ada kompetitor, ga ada yang head to head persis itu engga ada, 5 tahun yang lalu itu ada tapi sekarang sudah tidak ada, jadi sebetulnya lebih enak ada kompetitor kita saling pasang kuda-kuda. Sempat mempunyai kompetitor dengan radio female di Jakarta (female radio). Saat ini Rakosa kesulitan tidak ada kompetitor secara langsung seperti radio perempuan karena Rakosa radio perempuan satu-satunya di Yogyakarta. Rakosa berharap nantinya ada kompetitor di Jogja. (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 9 Maret 2018).

Dari hasil wawancara di atas dijelaskan bahwa radio Rakosa 105,3 FM tidak mempunyai radio pesaing secara langsung (*female radio*) namun masih memiliki radio pesaing dari segmen keluarga (pesaing tidak langsung) dimana radio Rakosa 105,3 FM selain menargetkan perempuan sebagai segmen radionya keluarga juga menjadi target segmen radio Rakosa 105,3 FM.

e) Menentukan Slogan

Slogan radio Rakosa 105,3 FM adalah “Radionya Female Jogja” dipilihnya slogan tersebut karena sesuai dengan segmentasi radio Rakosa yaitu perempuan dan sebagai radio perempuannya Yogyakarta. Seperti yang dikatakan oleh Prawoto selaku Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja:

“Slogan radio Rakosa yaitu Radionya Female Jogja. Alasan khusus, karena ingin orang saat mendengar slogan radio dia tahu bahwa segmen radio ini adalah segmen perempuan, banyak radio yang susah ditebak segmennya. Agar orang mudah mengenali bahwa Rakosa segmennya adalah perempuan selain segmen keluarga dan juga berhubungan dengan branding.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 9 Maret 2018).

f) Menentukan Logo

Dalam proses perencanaan *positioning* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja penentuan logo juga penting. Logo dalam perspektif bisnis, memang sesuatu yang bisa dibilang tak terpisahkan. Sebagai bagian dari pencitraan serta filosofi sebuah brand, logo dibutuhkan agar sebuah bisnis dikenali publik, dan dapat berjalan baik. Logo dalam dunia penyiaran radio berfungsi sebagai identitas perusahaan radio tersebut yaitu membedakan antara radio satu dengan yang lainnya.

g) Menentukan Program

Dalam proses perencanaan positioning radio Rakosa 105,3 FM, menentukan program termasuk salah satu proses perencanaan yang penting. Dengan adanya penentuan program pada proses perencanaan positioning sebuah radio dapat memberikan ciri khas yang membedakannya dengan radio lain dari kreatifitas program tersebut sehingga khalayak atau pendengar mampu memberikan penilaian atau menanamkan brand radio tersebut di otaknya melalui program yang dibuat oleh radio.

“Program yang kita berikan pun kita arahkan adalah untuk perempuan, maka dari itu dibuat program acara kesehatan anak karena anak dominan yang mengasuh adalah perempuan, program kandungan, rahasia cantik dan lainnya. Program yang kita pilih adalah program yang sesuai segmen, itu utamanya terdapat juga acara-acara informasi, yang lebih utama para perempuan atau ibu-ibu muda ini kita berikan acara-acara yang sesuai kebutuhan mereka.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Plt. Program Director Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018).

“Pembuatan program juga kendala karena gampang-gampang susah, kebanyakan radio membuat program hanya menggunakan asumsi, analisa tidak menggunakan data. Apa yang dijadikan program Rakosa mengkombinasi antara analisis internal dan pendapat-pendapat pendengar. Memunculkan program dari riset lalu dianalisis dengan kebutuhan. Riset yang dominan membuat program lebih sukses, riset itu mahal.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 9 Maret 2018).

#### h) Menentukan Media Sosial dan Web Radio

Media sosial digunakan sebagai alat pendukung untuk mendekatkan audiens dengan stasiun radio bersangkutan. Maka dari itu adanya sosial media dalam proses perencanaan positioning sangatlah penting dan juga sebagai bentuk promosi radio. Sama halnya dengan pengertian positioning menurut Morissan yaitu bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan di dalam otaknya, di dalam alam khayalnya, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu, begitu juga

dengan media sosial membantu radio menempatkan brandnya di dalam otak khalayak melalui kreatifitas media sosial radio tersebut dalam tujuan promosi atau mendekatkan diri dengan audiens.

i) Melakukan Kerjasama dengan Pihak Lain

Dalam menjamin kelangsungan bisnis yang sukses, kerjasama dengan pihak lain termasuk dibutuhkan dalam hal ini. Kerjasama merupakan salah satu proses perencanaan positioning radio Rakosa 105,3 FM dalam meraih kesuksesan radio.

“Kerjasama biasanya kerjasama yang saling menguntungkan, bisa kerjasama dengan EO, mahasiswa yang punya event, kampus, kita juga bisa bergandengan dengan media televisi atau koran, sekarang sedang bergandengan dengan Tribun, JTv, RCTI, yang sekarang lagi berjalan JTv dan ANTV. Kerjasama dengan instansi yaitu acara kesehatan kerjasama dengan instansi rumah sakit, tausiah Rakosa bekerjasama dengan pondok pesantren.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 9 Maret 2018).

## **2. Proses Pelaksanaan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja**

Setelah perencanaan positioning, radio Rakosa 105,3 FM menggunakan beberapa cara untuk mewujudkan positioningnya agar Rakosa Female Radio 105,3 FM lebih dikenal oleh khalayak khususnya dalam memperoleh target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga yang sudah disesuaikan dengan strategi positioning yang telah direncanakan sebelumnya melalui hasil wawancara dengan narasumber pihak radio Rakosa 105,3 FM. Dalam hubungannya dengan target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga yaitu dengan adanya pelaksanaan positioning Rakosa Female Radio 105,3 FM maka radio bisa mempromosikan dirinya kepada khalayak terutama target *audience* dari kalangan ibu rumah tangga dengan ciri khas radio tersebut sehingga ibu

rumah tangga yang menjadi target *audience* radio tertarik untuk mendengarkan radio Rakosa Female Radio 105,3 FM. Adapun pelaksanaan positioning Rakosa Female Radio 105,3 FM dalam memperoleh target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga diantaranya yaitu :

a) Stasiun Call

Stasiun call merupakan identitas dari sebuah stasiun radio. Pemilihan nama Rakosa Female Radio 105,3 FM yaitu agar saat orang-orang khususnya ibu rumah tangga mendengar langsung tertanam di benak mereka bahwa radio Rakosa 105,3 FM adalah radio dengan segmen perempuan yang pas untuk mereka yang merupakan ibu rumah tangga.

“Alasan khusus, karena ingin orang saat mendengar radio dia tahu bahwa segmen radio ini adalah segmen perempuan, banyak radio yang susah ditebak segmennya. Agar orang mudah mengenali bahwa Rakosa segmennya adalah perempuan dan juga berhubungan dengan branding.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manager Opeerasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 9 Maret 2018)

Sedangkan nama Rakosa sendiri muncul dari sebutan khalayak yaitu sebagai singkatan dari Radio Komunikasi Sambung Rasa.

“Rakosa hanyalah sebuah nama atau brand, tetapi banyak kalayak menyebut sebagai Radio Komunikasi sambung rasa, mungkin karena lahirnya di era menteri penerangan Pak Harmoko.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manager Opeerasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 9 Maret 2018)

b) Slogan

Slogan radio Rakosa 105,3 FM adalah “ Rakosa Radionya Female Jogja” . Slogan tersebut dipilih karena merupakan positioning terhadap

pendengar dan juga sebagai pembeda dengan radio lainnya atau ciri khas radio Rakosa 105,3 FM sebagai radio perempuan. Dengan adanya slogan “Rakosa Radionya Female Jogja” membuat daya tarik sendiri bagi pendengarnya terutama kalangan ibu rumah tangga yang merupakan radio perempuan.

“Radionya Female Jogja, slogan tersebut merupakan positioning terhadap target pendengar. Jadi positioning yang kuat itu saya mulai dari slogan, slogan radio yang tidak menunjukkan positioningnya rugi menurut saya kalau Rakosa Female Radio dia langsung mengarah ke positioning dari slogannya itu, positioningnya kan female, jadi Rakosa itu positioningnya dimulai dari slogan.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manager Opeerasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 9 Maret 2018)

#### c) Logo

Logo adalah bagian terpenting dalam sebuah perusahaan, penting karena merupakan salah satu karakteristik sebuah perusahaan yang membedakannya dengan perusahaan lain. Dengan adanya logo khalayak atau pendengar khususnya ibu rumah tangga dapat dengan mudah mengingat stasiun radio tersebut. Salah satu perwujudan positioning Rakosa Female Radio 105,3 FM yaitu logo.

Gambar 1  
Logo Rakosa Female Radio 105,3 FM



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

“Simbol ‘O’ pada Rakosa merupakan simbol matahari yang melambangkan semangat berkobar dan Rakosa bisa menyinari atau memberikan manfaat kepada para pendengarnya sesuai dengan matahari yang memiliki manfaat untuk manusia. Segitiga orange yang terdapat pada huruf R melambangkan bahwa perusahaan rakosa terdiri bukan hanya owner, tapi juga karyawan yang berada dinaungannya, klien ( pemasang iklan), dan masyarakat luas. Pemilihan warna kuning pada logo Rakosa radio 105,3 FM mengacu pada perempuan, sedangkan untuk warna abu-abu dan merah tidak memiliki arti atau hanya supaya enak dilihat saja. Dibawahnya ditambahkan kata “radionya female Jogja” yaitu sebagai slogan radio 105,3 Rakosa FM Jogja sbagai radio perempuan di Yogyakarta yang terus menerus merepresentasikan semangat ingin maju perusahaan.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 9 Maret 2018).

#### d) Panggilan Pendengar

Panggilan untuk pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM yaitu “Female Jogja”. Dipilihnya panggilan “Female Jogja” karena target utama radio Rakosa adalah perempuan terutama ibu rumah tangga.

“Sebutan untuk pendengar setia Rakosa itu Female Jogja, karena target utama kita perempuan dan Rakosa merupakan radio perempuan dibuatlah female jogja.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 9 Maret 2018).

“Kalo di sini manggilnya Female Jogja jadi kalo siarannya itu pake bahasa Indonesia sih engga yang kamu atau agak-agak jawa kalo disini lebih ke Female Jogja kalo ga pake Female Jogja pakenya anda jadi ga pake kamu

panjenengan atau apa gaa sih dan siarannya secara umum lebih ke bahasa Indonesia tapi ga kaku jadi kayak ngobrol gitu membangun kedekatan antara penyiar dan pendengar itu dengan bahasa sehari-hari tapi ga sampe pake bahasa yang aneh-aneh atau slengean gitu.” (Hasil wawancara dengan Bagus Adisatya, Penyiar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018).

#### e) Pemilihan Penyiar

Pemilihan penyiar sangatlah penting, karena penyiar yang cerdas dapat mengatur kelancaran program acara yang disiarkan, khususnya program-program yang disiarkan untuk ibu rumah tangga. Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja memiliki beberapa kriteria dalam pemilihan penyiar, yaitu: (i) komunikatif, (ii) memiliki wawasan yang luas, dan (iii) memiliki sikap (*attitude*) yang baik.

“Komunikatif, wawasannya luas untuk wawasan juga diperlukan atau yang lebih diutamakan., attitudenya harus bagus, kayak misalkan paling simple lah say hi kalo ketemu orang disini maksudnya ga egois, intinya attitudenya juga harus diperhatiin sih, kayak dia punya skillnya bagus tapi sikapnya buruk juga percuma, disini sangat diperhatikan yang seperti itu seperti salaman atau say hai. Untuk fisik, kalo berdasarkan aku pas daftar itu tidak dilihat ganteng, tinggi atau harus kayak dimas diajeng yang penting suaranya bisa mempresent sesuatu itu bisa, terus bisa siaran, lebih komunikatif gitu, jadi kayak misalkan pas wawancara aku juga dites satu kata dibikin siaran, itu nanti keliatan komunikatif atau tidaknya. Untuk umur pas aku dulu masuk itu kalo ga salah sekitar 25 deh maksimalnya, tapi kalo rekrutan yang sekarang itu ga dibatasin maksudnya ga ada batas umur sekian minimal D3 aja gitu jadi kalo fisik itu tidak dilihat misalkan ada yang difabel dia komunikatif ya bisa aja ada kemungkinan peluang masuk.” (Hasil wawancara dengan Bagus Adisatya, Penyiar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018).

#### f) Iklan yang Disiarkan

Iklan merupakan salah satu dari identitas sebuah stasiun radio. Melalui iklan yang disiarkan, pendengar ibu rumah tangga yang menjadi target dengan persentase terbesar dan pemasang iklan dapat mengetahui stasiun radio yang didengarkan. Banyak keuntungan yang bisa didapat oleh sebuah radio dari iklan yang disiarkan. Iklan radio Rakosa 105,3 FM disesuaikan dengan segmennya yaitu perempuan dan juga family.

“Kalo iklan disini tu lebih beragam sih maksudnya ga cuman produk cewek aja tapi juga ada produk buat orang tua kayak misalkan obat-obat herbal ada juga tapi ga banyak trus iklan cewek itu ada juga kayak waktu itu ada iklan bedak kalo ga salah intinya produk-produk cewe ada trus iklan kayak hotel juga ada, lebih dominan ke iklan-iklan kayak iklan cewe gitu sih produk-produk sama iklan keluarga kayak misalkan produk susu anak pernah juga disini trus juga waktu itu pernah kayak produk rumah tangga jadi ga harus spesifik iklannya harus cewek teruss itu engga jadi lebih ke family juga iklannya.” (Hasil wawancara dengan Bagus Adisatya, Penyiar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018).

Berikut ini beberapa bentuk kerjasama dalam pengiklannan Rakosa Female Radio 105,3 FM dengan beberapa perusahaan:

Gambar 2  
Partner dengan Jaminan Kesehatan Nasional



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

Gambar 3

Partner dengan Johnson's



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

Gambar 4  
Partner dengan Harrisma



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

Gambar 5  
Partner dengan Healthy Sunflower Oil



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

Gambar 6

Partner dengan Gunung Mas



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

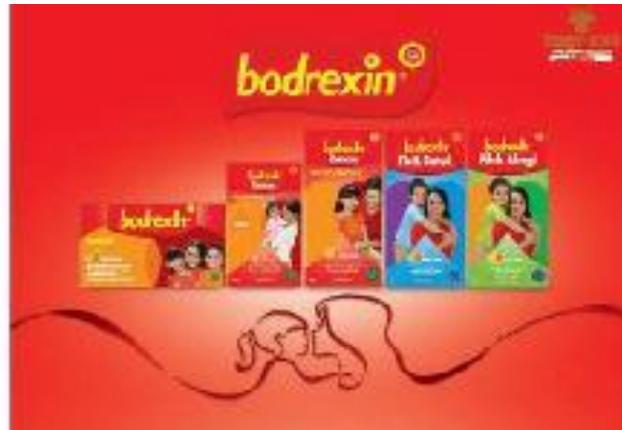
Gambar 7  
Partner dengan Matahari Jaya



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

Gambar 8

## Partner dengan Bodrexin



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

## Gambar 9 Partner dengan Philips



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

g) Program Acara

Program acara merupakan faktor yang paling penting dan menentukan keberhasilan suatu stasiun penyiaran. Program acara yang ada di radio Rakosa 105,3 FM tentunya telah disesuaikan dengan kebutuhan khalayak pendengar khususnya ibu rumah tangga.

“Dengan menganalisa kebutuhan perempuan kadang-kadang bisa juga dengan ketika pendengar menelpon kita bisa menanyakan kesenangannya seperti apa dalam musik atau program, ada juga pertanyaan dari pendengar cara merencanakan keuangan keluarga, lalu sudah dapat narasumbernya penulis sehingga 2018 akan kita munculkan, mengacu kebutuhan perempuan.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 9 Maret 2018).

“Ini biasanya kami lakukan idealnya itu program dilakukan melalui riset meskipun sekecil apapun kalo melalui riset insyaallah program itu tidak ada penolakan jadi bukan asumsi meskipun hampir diseluruh media membuat program itu menggunakan asumsi program directornya, kami juga kadang-kadang kalau diskusi itu kami menguji kecil-kecilan, sebenarnya kami saat ini ingin memunculkan program semacam melek financial yaitu mirip dengan manajemen keuangan atau dengan keuangan keluarga, itu yang mau kami munculkan tapi sampai sekarang belum punya narasumber, kemarin dapat narasumber dari bogor tapi dia biasanya telfon itung-itung perbulan mahal, program itu juga saya punya asumsi punya dasar banyak orang yang karyawan itu disetiap tanggal muda gajinya drastis ini faktanya seperti itu atau dari dulu ada keluarga yang tidak berkembang secara ekonomis atau ada juga keluarga yang secara financial gajinya cukup tetapi dia tidak punya apa-apa ini fakta, untuk asumsinya kami ingin membuka acara melek financial seperti apa nanti mau kita uji juga, kalau asumsi kami kuat banget pasti ibu-ibu senang. Melek financial itu juga ternyata dianjurkan kepada generasi-generasi yang masih muda itu harus sudah mulai berinvestasi sejak mahasiswa kalo mulai dari mahasiswa dia sudah melek financial dia akan selalu menyisihkan dananya untuk diinvestasikan jadi nantinya bukan kita mati-matian bekerja untuk cari uang tapi biarkan uang bekerja untuk kita, itu masih jarang diadopsi oleh orang-orang atau mahasiswa. Jadi keputusan program itu melalui riset melalui uji asumsi lalu nanti kita uji coba.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Plt. Program Director Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018).

Radio Rakosa 105,3 FM memiliki beberapa program acara *on air*, unggulan dan *off air*.

1) Program *On Air*

Program acara radio Rakosa 105,3 FM dibuat beragam dan selalu memprioritaskan unsur informasi, edukasi dan hiburan sesuai dengan segmentasi pendengar yang dimiliki Rakosa Female Radio 105,3 FM yaitu perempuan dan keluarga yang terdiri dari berbagai tingkat usia dan pekerjaan terutama target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga.

a) Program Acara Khas Radio

Identitas radio Rakosa 105,3 FM salah satunya diwujudkan dengan program acara khususnya, seperti program Tausyiah Rakosa yang tayang dari senin samapai minggu dari jam 5 pagi samapi 6 pagi, ada juga Kreasiana yang tayang setiap hari senin sampai dengan jumat jam 8 pagi sampai jam 11 pagi yang isi program membahas tentang produktifitas perempuan.

“Program on air yang khas di Rakosa itu lebih ke kayak gimana sih biar cewe itu bisa lebih produktif gitu sih mba dan konsen ke kesehatan jadi kesehatan cewek itu bener-bener diperhatiin kayak ada talkshow tentang kandungan trus juga ada talkshow tentang masalah menstruasi dan lain-lain pokonya lebih ke kesehatan cewek itu konsen banget disini sama produktifitas cewek kayak misalkan bisnis apa sih yang bisa buat ibu rumah tangga misalakan atau buat cewek bisa ngapain aja, itu yang aku rasa khas dari Rakosa itu sih yang memang jadi unggulannya Rakosa disitu. Program yang ngebahas tentang produktifitas itu Kreasiana itu tayang setiap hari seni sampai jumat jam 8 pagi samapi jam 11 trus kalo yang ngebahas problem kandungan tentang wanita itu talk show sih jadi ga setiap hari kayak akhir bulan minggu ke 3 atau ke 4 itu bakal ngedatengin narasumberdari Bathesda atau Sardjito dateng kesini dokter bakal ngebahas tentang problem kandungan trus juga tentang masalah kesehatan cewek, sebelumnya tiap senin selasa rabu tiap minggunya ada cuman beberapa mulai ada perubahan jadi cuman ada di minggu ke 3 atau ke 4.” (Hasil wawancara dengan Bagus Adisatya, Penyiar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018).

b) Program Acara Unggulan

Rakosa Female Radio 105,3 FM memiliki beberapa program yang menjadi program unggulan. Untuk program unggulan Rakosa mengedepankan talk show.

“Rakosa mengedepankan talk show meskipun risetnya Nelson mengemukakan bahwa pendengar masih senang musik sehingga musik tetap diperbanyak dibanding siaran kata, Nelson berdasarkan riset khalayak.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Plt. Program Director Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018).

“Masuk di ranah talkshow edukasi, talkshow kesehatan anak, kandungan, ragam kecantikan perempuan, kesehatan mata, namun dalam perjalanan waktu ada pergeseran, pergeserannya yaitu pendengar radio lebih suka mendengarkan musik bagi yang muda-muda, tapi kalo mendengarkan musik putar di mp3 juga bisa namun tidak ada sentuhan dari pendengar atau interaksi penyiar dengan pendengar, kelebihan radio kan ada yang menyapa (adanya hubungan penyiar dengan audiens), Rakosa juga memperbanyak musik. Radio jaman sekarang ngomongnya hanya sedikit musiknya lebih banyak karena riset membuktikan pendengar butuh musik. Mendengarkan mp3 dan radio sangat berbeda misalnya dalam perjalanan di mobil mp3 bisa membuat kita bosan karna hanya berisi lagu saja sedangkan radio kita bisa berinteraksi dengan penyiar. Ada hubungan personal antara penyiar dengan pendengar.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 9 Maret 2018).

Berikut ini beberapa program unggulan Rakosa Female Radio 105,3 FM yang dibagi menjadi program acara khusus perempuan dan program acara untuk umum:

Tabel 1  
Program Unggulan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja untuk Perempuan

No	Nama Program	Deskripsi
----	--------------	-----------

1	Problem Kandungan	Sebuah acara yang mengajak female Jogja untuk berkontempiasi, mereview berbagai hal yang sudah dilakukan sepanjang hari, dari mulai bangun tidur sampai malam hari menjelang hari
2	Klinik Perempuan	Mengupas tentang bagaimana menjaga kesehatan, kebugaran dan merawat serta mempertahankan kecantikan perempuan
3	Cerita Weekend	Sebuah acara yang mengajak female Jogja untuk berkontempiasi, mereview berbagai hal yang sudah dilakukan sepanjang hari, dari mulai bangun tidur sampai malam hari menjelang hari
4	Kreasiana	Menyajikan berbagai tips dan informasi seputar kreativitas perempuan, fashion, bisns perempuan, bagaimana menjadi wanitatangguh, mengatur keuangan keluarga dan menjadi pribadi yang inovatif.

5	Liku Liku Laki Laki	Sebuah acara humor tematis yang dikemas semi drama dengan tema seputar dunia laki-laki dan karakter laki-laki secara umum dibahas dalam acara ini, dengan tujuan agar female Jogja semakin memahami karakteristik serta dunia laki-laki.
---	---------------------	--

Sumber: Brosur Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja (2018)

Tabel 2  
Program Unggulan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja untuk Umum

No	Nama Program	Deskripsi
1	Tausyiah Rakosa	Kajian agama Islam dengan nara sumber (ustadz) yang mampu mengupas solusi berdasarkan agama terhadap masalah kehidupan sehari-hari.
2	Jogjanita	Program dikemas dengan fresh & fun di pagi hari untuk menemani pendengar yang sedang bersiap-siap beraktivitas, baik pegawai kantor, ibu rumah tangga, maupun mahasiswa.
3	Music & More	Acara yang menyajikan lagu-lagu, info & tips tentang kecantikan & kebugaran yang pas untuk teman belajar, makan malam dan

		berkumpul bersama teman-teman atau keluarga.
4	Proseks	Membahas tentang seks edukasi berbasis ilmu medis, dengan narasumber seorang dokter yang ahli di bidangnya.
5	Talkshow	Membahas tentang suatu topik khusus dengan mengundang narasumber
6	Musik Sunmor	Singkatan dari <i>Sunday Morning</i> , acara yang hadir setiap Sabtu dan Minggu pagi ini menyajikan lagu-lagu yang populer era tahun 2000an samapai <i>new entry</i> , baik manca maupun persada.
7	Weekend Request	Menyajikan lagu-lagu yang populer di era 90-an sampai 2015, baik manca maupun persada secara non stop tanpa penyiar on mic.
8	Masterpiece	Sebuah acara yang akan mengembalikan memori Female Jogja akan berbagai hal yang tren di tahun 80an 90an. Menerima request lagu baik lewat SMS, WA, Line, FB ataupun telpon langsung.

Sumber: Brosur Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja (2018)

2) Program *Off Air*

Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja juga melakukan kegiatan *off air* sama halnya dengan radio lainnya. Kegiatan *off air* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dilakukan dengan bekerjasama dengan pihak lain. Sudah cukup banyak kegiatan *off air* yang dilakukan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja. Diantara program *off air* tersebut bahkan ada yang telah mendapatkan penghargaan Rekor Muri.

“Off air merupakan bagian dari program radio, hampir semua radio mempunyai program off air. Di era kekinian ini off airnya berbeda dengan off air tahun-tahun sebelumnya, dulu sponsor menggunakan budget promosi sekarang menggunakan budget sales atau penjualan. Sekarang off air yang dilakukan oleh perusahaan itu menggunakan budget penjualan sehingga kesannya lebih pelit contoh kalo saya ngeluarin 10 juta anda bisa menjual produk saya berapa. Budget promosi raihan yang ingin dicapai adalah promosi kalau budget sales raihan atau target yang ingin dicapai adalah penjualan sehingga off air radio cenderung berkurang karena orientasi itu tidak berubah. Terakhir radio Rakosa satu setengah bulan yang lalu off air kerjasama dengan RCTI, Rakosa menjadi radio partner audisi Indonesian Idol junior 2018. Dalam dekat ini juga akan didapuk untuk eventnya Rising Star RCTI, event semacam ini merupakan event audisi bukan penjualan, targetnya bukan penjualan tapi peserta, tentu event yang jualan dan non jualan berbeda tapi sama-sama ada sponsornya semua punya karakter masing-masing. Rakosa pernah 4 kali bikin rekor Muri, jadi yang 2018 kesana Rakosa belum ada kecuali nanti ada sponsornya.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Plt. Program Director Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018).

Kegiatan *off air* diwujudkan oleh radio Rakosa 105,3 FM agar dapat bekerjasama dengan pihak lain dalam mempromosikan suatu produk. Program *off air* juga memberikan tempat untuk radio Rakosa 105,3 FM dalam mempererat dan memperkenalkan radio secara langsung kepada khalayak pendengar dan secara tidak langsung kegiatan *off air* ini mengajak masyarakat untuk mendengarkan siaran-siaran Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja. Berikut adalah kegiatan *off air* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja.

a) Kegiatan komunitas Kuliner

Salah satu kegiatan off air Rakosa Female Radio105,3 FM yaitu kegiatan komunitas kuliner Rakosa.

Gambar 13  
Kegiatan Komunitas Kuliner Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

b) Kegiatan Pendengar Tertib Lalu Lintas

Kegiatan off air ini dilaksanakan di halaman gedung Rakosa Female Radio105,3 FM. Dilaksanakan guna mewujudkan masyarakat yang tertib lalu lintas.

Gambar 14  
Kegiatan Pendengar Tertib Lalu Lintas di Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

c) Sebar Serentak Perjalanan Mudik

Sebar Serentak Perjalanan Mudik di 13 kota bersama Rakosa Female Radio 105,3 FM yang didukung oleh Semen Gresik.

Gambar 15  
Kegiatan Sebar Serentak Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja



Sumber: Diakses dari Akun Instagram Rakosa Female Radio

h) Kegiatan Promosi

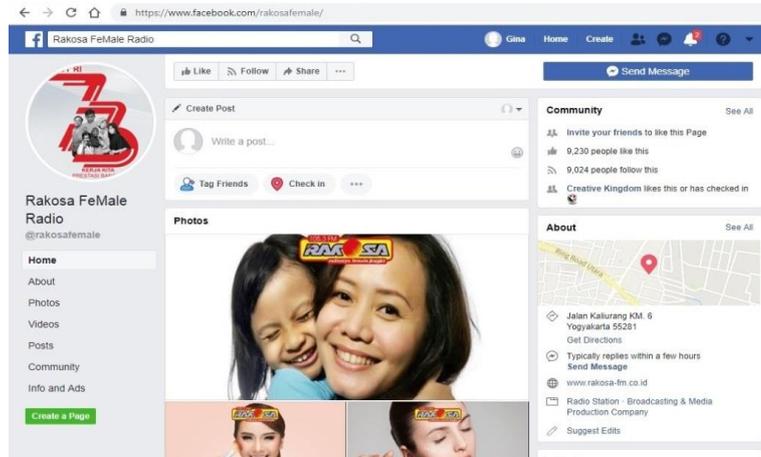
Agar mendapatkan atensi dari para pendengar (audiens/khalayak), dilakukan pula promosi. Dalam kegiatan positioningnya, radio Rakosa 105,3 FM melakukan kegiatan promosi menggunakan beberapa media yang mendukung kegiatan promosinya tersebut antara lain media sosial, *official website*, aplikasi untuk *mobile*

*phone* dan kerja sama dengan pihak lain. Radio Rakosa 105,3 FM Yogyakarta menggunakan berbagai cara dalam mempromosikan radionya yaitu dengan kerjasama dengan beberapa perusahaan atau pebisnis sehingga radio Rakosa 105,3 FM sudah memiliki beberapa partner.

*Official website* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yang menjadi tempat promosi sekaligus mendekatkan diri dengan pendengar yaitu [www.rakosa-fm.co.id](http://www.rakosa-fm.co.id). Selain *live streaming* dari *official website* radio Rakosa, siaran *live streaming* radio Rakosa juga dapat dinikmati melalui aplikasi mobile phone yang dinamai “Rakosa FM”. Kemudian radio Rakosa juga memiliki media sosial yang terdiri dari Facebook dengan lebih dari 9.000 anggota, Twitter dengan 8.000 lebih pengikut, dan Instagram dengan nama akun “rakosafemaleradio” yang memiliki pengikut sebanyak seribu lebih.

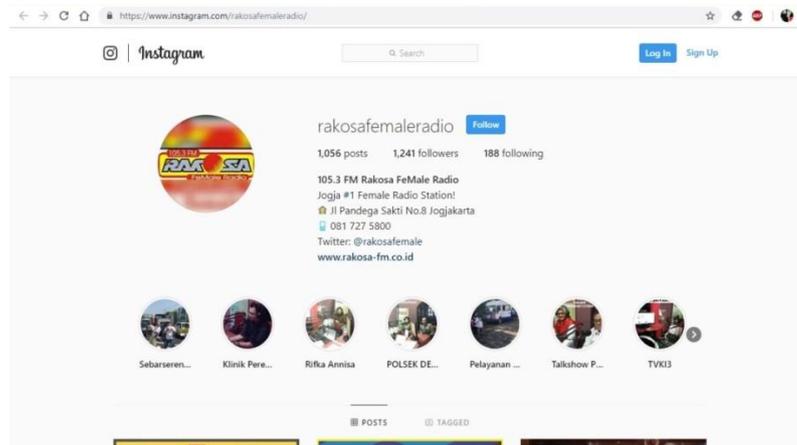
Dalam hubungannya dengan target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga, yaitu dengan adanya kegiatan promosi radio akan semakin dikenal khalayak luas sekaligus radio bisa memperoleh target audiensnya terutama dari kalangan ibu rumah tangga dengan menggunakan kegiatan promosi yang menarik.

Gambar 16  
Tampilan Facebook Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja



Sumber: Diakses dari Akun Facebook Rakosa Female Radio 105,3FM Jogja (2018).

Gambar 17  
Tampilan Instagram Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja



Sumber: Diakses dari Akun Instagram Rakosa Female Radio 105,3FM Jogja (2018)

Gambar 18  
Tampilan Twitter Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja



Sumber: Diakses dari Akun Twitter Rakosa Female Radio 105,3FM Jogja (2018).

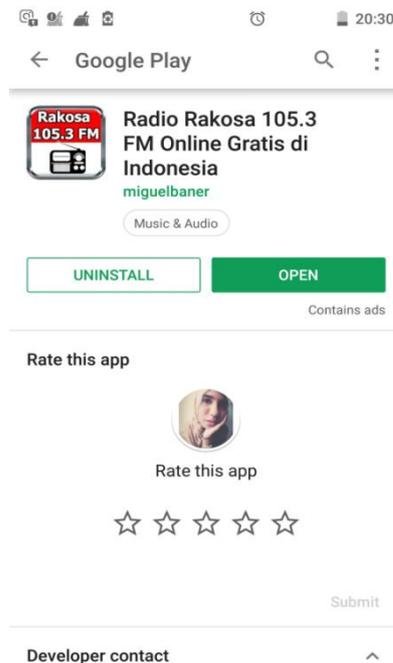
Gambar 19  
Tampilan *Official Website* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja



Sumber: Diakses dari laman <http://rakosa-fm.co.id> (2018).

Gambar 20  
Tampilan Aplikasi *Streaming* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja

## di Google Play Store



Sumber: Diakses dari Google Play Store (2018).

### 3. Proses Evaluasi Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja

Untuk menjaga kualitas siaran, manajemen Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja melakukan evaluasi secara bertahap terhadap kinerja setiap unit kerja pada radio ini. Proses evaluasi ini secara langsung melibatkan pimpinan utama dan dilakukan secara berjenjang terhadap setiap pimpinan unit yang ada di bawahnya. Dengan dilakukannya evaluasi, maka manajemen Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dapat menjaga kualitas siarannya, sehingga target audiensnya termasuk dari kalangan ibu rumah tangga, terus setia mendengarkan siaran Rakosa Female Radio 105,3 FM.

Kegiatan evaluasi ini telah menjadi agenda rutin pada setiap rapat atau pertemuan yang diadakan. Evaluasi sangatlah penting dilakukan untuk

mengetahui dan membahas apakah terjadi kesalahan dalam kinerja baik terhadap program, bagian periklanan, penyiar, acara maupun bagian pemasaran. Evaluasi juga berfungsi sebagai bahan introspeksi bagi Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja untuk menjadi stasiun radio yang lebih baik lagi.

“Evaluasi dilaksanakan setiap bulan, yaitu evaluasi teknis pelaksanaan siaran, cara penyiar menanggapi pendengar yang suka usil ketika telfon atau berinteraksi. Untuk evaluasi tahunan yaitu evaluasi program, pergantian program, tarif iklan, dan lainnya. Pasti ada program yang kita jalankan tidak sukses, banyak faktor kenapa acara tidak sukses yaitu karena acara rumit, narasumber yang susah. Ada juga evaluasi harian.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Plt. Program Director Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018).

Sebuah stasiun radio dalam melakukan kegiatan positioning pasti menemui faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam menjalankannya, begitu juga dengan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam melakukan *positioning*-nya, beberapa faktor diantaranya yang menjadi pendukung yaitu pada pendengar yang aktif mendengarkan program siaran dalam setiap program yang disiarkan oleh Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja. Selain itu pendengar juga memberikan kritik dan saran serta dukungan kepada penyiar dan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja. Pendengar juga pernah datang menghampiri penyiar di studio radio Rakosa dan membawakan makanan serta oleh-oleh untuk penyiar atau *crew* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja. Hal lain yang menjadi faktor pendukung yaitu kegiatan *off air* radio Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yang sudah banyak bekerjasama dengan instansi ternama yaitu seperti RCTI, GTV, Anlene serta hotel-hotel besar lainnya sehingga memudahkan radio Rakosa 105,3 FM dalam mengenalkan diri pada khalayak.

Faktor penghambat yang dirasakan oleh Rakosa Female Radio 105,3 FM antara lain SDM (sumber daya manusia), periklanan yang naik turun dan pembuatan program yang lumayan sulit.

“Sumber daya manusia atau SDM merupakan faktor yang menghambat karena penyiar kebanyakan freelance sebagian ada yang bekerja ada yang mahasiswa, keluar masuknya cepat yang sudah tidak mahasiswa dia bekerja di tempat lain. Periklanan naik-turun dan juga pembuatan program yang agak sulit.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 9 Maret 2018).

“Untuk program on air, program harus benar benar sesuai kebutuhan pendengar, jika agak melencengan responnya kurang cepat, meskipun mereka mendengarkan. Yang off air kendalanya jauh hari harus di sosialisasikan ke pendengar, agar mereka bisa hadir pada acara off air. Untuk respon on air yang agak low, bisanya hadiah mempercepat respon pendengar ibu ibu rumah tangga (harus ada sponsor), Yang off air juga harus menjawab kebutuhan mereka. Sama solusinya benefit Sponsor harus bagus.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manajer Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, tanggal 26 November 2018)

Selain itu, respon pendengar terhadap positioning Rakosa Female Radio 105,3 FM yang disampaikan ke khalayak pendengar radio Rakosa 105,3 FM sudah baik terutama dalam program acaranya yang disiarkan oleh Rakosa Female Radio 105,3 FM sudah bagus bagi pendengar khususnya target pendengar Rakosa dari kalangan ibu rumah tangga.

“Seru. Bisa bikin bernostalgia karena dulu saya dengerin dari pas masih sekolah, suka salam salam buat gebetan. Unik, seru dan asik. Banyak acara musik, sesi salam-salam saya paling seneng itu.” (Hasil wawancara dengan Laisa, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

“Dulu setiap saat terutama malam hari, karena hamil insomnia selama 7 bulan tidak bisa tidur di malam hari. Nyetel langsung dari radio. Radio Rakosa bagi saya adalah teman, sahabat karena banyak informasi yang saya dapatkan dan sumber rezeki, dulu saya sering dapat rejeki dari kuis-kuis dari Radio Rakosa. Bagus, sudah lengkap ada masalah kesehatan, info-info dan lain-lain.” (Hasil wawancara dengan Endah Bella, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

“Saya mendengarkan radio Rakosa, setiap hari pantau siaran radio Rakosa. Tahu sendiri. Radio Rakosa selalu melayani dengan baik monitornya. Program radio Rakosa sangat baik. Radio Rakosa kalo bisa ada acara karaokean hingga monitor bisa ikutan berinteraksi dalam acara tersebut.” (Hasil wawancara dengan Lestari Soedarto, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

## **B. Analisis**

### **1. Penerapan Konsep STPPF oleh Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja**

#### **a. Segmentasi Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja**

Manajemen Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja menentukan segmentasi pendengar (audiens/khalayak) berdasarkan 4 (empat) variabel utama, sebagaimana dikemukakan oleh Morisson (2008: 181-189), yaitu: (i) demografis, (ii) geografis, (iii) geodemografis, dan (iv) psikografis. Penjelasan sebagai berikut.

##### **1) Demografis**

Dari sisi demografisnya, segmentasi yang ingin diraih oleh Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta meliputi jenis kelamin dengan persentase sebanyak 20% untuk laki-laki dan 80% untuk perempuan. Dilihat dari jenis kelaminnya, Rakosa Female Radio 105,3 FM lebih menargetkan perempuan sebagai target audiencenya, karena jumlah perempuan lebih banyak di bandingkan laki-laki di Yogyakarta. Selain itu perempuan dikenal lebih konsumtif di banding laki-laki. Oleh karena itu Rakosa Female Radio 105,3 FM dijuluki sebagai radio perempuan karena dari segmen atau target pendengarnya lebih ke perempuan.

“Setiap program atau layanan selalu akan terkait dengan aspek demografis baik itu usia, jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan, pendidikan dsb. Aspek aspek diatas jelas akan berkaitan langsung dengan bahasa yang digunakan, jam siar, penyiar, jenis musik, gaya penyajian penyiar, programnya cocok dibawakan cowok atau cewek. Narasumber yang dihadirkan jika diperlukan.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manager Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 26 November 2018)

Dilihat dari usianya Rakosa Female Radio 105,3 FM menargetkan usia 17 tahun sampai 24 tahun dengan persentase sebanyak 45%, 25 tahun sampai 34 tahun sebanyak 50% dan 35 tahun sampai 39 tahun sebanyak 5%. Alasan Rakosa Female Radio 105,3 FM lebih banyak menargetkan pendengar usia antara 25 sampai 34 tahun karena Rakosa Female Radio 105,3 FM menganggap usia tersebut dinilai masih usia produktif lebih keumur menengah.

Untuk pembagian berdasarkan jenis pekerjaan, Rakosa Female Radio 105,3 FM menentukan 15% untuk *executive*, 20% untuk mahasiswa, 30% untuk karyawan dan ibu rumah tangga sebanyak 35%. Berdasarkan pekerjaan inilah peneliti tertarik untuk mengangkat target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga dengan persentasi target Rakosa Female Radio 105,3 FM yang paling tinggi.

Sedangkan klasifikasi target pendengar berdasarkan pendidikan untuk SMU yaitu sebesar 25%, akademi sebesar 42% dan sarjana sebanyak 33%. Kemudian berdasarkan S.E.S (status ekonomi sosial) untuk kelas A sebanyak 15%, kelas B sebanyak 45%, sedangkan kelas C sebanyak 40% dan lain-lain sebanyak 5%.

## 2) Geografis

Berdasarkan pengelompokan segmentasi dari segi geografisnya, Rakosa Female Radio 105,3 FM menjangkau daerah yang meliputi wilayah kota Yogyakarta terutama kabupaten Sleman. Hal ini sudah sesuai dengan target pendengar serta slogan (radionya female Jogja) yang menunjuk pada perempuan Jogja (female Jogja).

“Program garapan radio Rakosa kami lebih ke kelompok pendengar yang ada di kota Yogyakarta, sleman dan sebagian bantul. Kulon progo dan gunung kidul tidak menjadi sasaran utama.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manager Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 26 November 2018)

## 3) Geodemografis

Geodemografis merupakan gabungan dari segmentasi geografi dan segmentasi demografis. Segmentasi Rakosa Female Radio 105,3 FM yang dituju adalah 25 tahun – 34 tahun. Target usia yang dipilih oleh Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta adalah usia yang masih produktif dan bertempat tinggal di Yogyakarta khususnya daerah Sleman dan sebagian daerah Bantul. Karakteristik khalayak yang menjadi target pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM cenderung memiliki karakter-karakter demografis yang sama sesuai yang dikatakan oleh Morissan (2008: 189) Khalayak yang tinggal di suatu wilayah geografis tertentu diyakini memiliki karakter demografi yang sejenis.

## 4) Psikografis

Segmentasi psikografis yang dilakukan oleh Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta adalah pendengar wanita usia produktif

menengah kebawah yang sesuai dengan target status ekonomi sosial (S.E.S) sebesar 45% untuk kelas B.

Adapun pemilihan segmen perempuan (*female*) sebagai target pendengar, tidak terlepas dari sejarah pendirian Radio Rakosa yang dilandasi oleh 2 (dua) pertimbangan utama, yaitu: (i) ideologis, dan (ii) bisnis. Yang dimaksudkan dengan pertimbangan ideologis di sini adalah alasan idealis yang diperjuangkan oleh para pendiri Radio Rakosa. Sedangkan yang disebut sebagai pertimbangan bisnis adalah tujuan bisnis dari aktivitas media siaran radio ini sebagai suatu entitas bisnis. Dalam hubungannya dengan target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga, dengan adanya segmentasi Rakosa Female Radio 105,3 FM dapat mengetahui target audiencenya yaitu perempuan dengan persentasi sebesar 80% dan menempatkan ibu rumah tangga sebagai targetnya dalam kelompok pekerjaan dengan persentase terbesar yaitu 35%. Dengan usia 25 – 34 tahun yang merupakan usia produktif, pendidikan akademi sebesar 42%, status ekonomi sosial B sebesar 45% yaitu menengah ke bawah menjangkau daerah yang meliputi wilayah kota Yogyakarta terutama kabupaten Sleman.

#### **b. Targeting Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja**

Setelah melakukan langkah segmentasi, selanjutnya Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta melakukan langkah targeting yaitu memilih segmen audience yang ingin dimasuki dan menjadi fokus perhatian Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta.

Targeting diwujudkan Rakosa Female Radio 105,3 FM salah satunya melalui program acara yang dibuat berdasarkan kebutuhan perempuan terutama ibu rumah tangga. Rakosa female radio 105,3 FM menjadikan kaum perempuan (female) sebagai target pendengarnya dengan umur 25 – 34 tahun menengah ke bawah. Hal ini sesuai dengan logo dan motto dari rakosa female radio , dan juga narasi sapaan yang digunakan oleh rakosa kepada pendengarnya, yaitu *female jogja*.

Dari target audiens female yang luas itu, manajemen rakosa kemudian melakukan seleksi (selecting) kepada kaum female sebagai target audiencenya. Sebagaimana yang ditampilakn pada brosur rakosa, dari hasil seleksi itu, kemudian dipetakan pendengar pada empat kategori yaitu usia, pekerjaan, pendidikan dan status ekonomi sosial.

Proses selecting yang dilakukan oleh manajemen rakosa menempatkan jenis pekerjaan ibu rumah tangga yang menjadi fokus dari kajian ini sebagai pendengar dengan jumlah terbanyak yaitu sebesar 35%. Keempat kategori ini selanjutnya dapat dibagi lagi berdasarkan dua jenis kelamin yaitu laki-laki (20%) dan perempuan (80%) sebagaimana terlihat pada grafik ke lima. Mengenai pendengar berjenis kelamin laki-laki yang jumlahnya mencapai hingga 20% di radio yang menetapkan target pendengar dari kalangan perempuan ini, Prawoto (manajer operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM) menjelaskan bahwa,

“Alasan bisnis, usaha, ingin berpartisipasi dalam membangun bangsa ini dengan membangun edukasi-edukasi terhadap perempuan karena perempuan tian agama dan negara (alasan idealis). Alasan lainnya yang pertama di Jogja ini kebanyakan radio mengambil segmen muda kami

ingin mengurangi kompetisi juga, yang kedua saya melihat pasar kalau kita main ke supermarket sebagian produk yang ada di rak-rak itu produk perempuan, dominannya satu yaitu perempuan atau yang membeli para perempuan atau ibu beli apa-apa buat suaminya pasti yang beli ibu itu kan seluk pasar yang luar biasa dan di Jogja ada banyak sekali supermarket yang ketiga idealismenya karena di Jogja ga ada yang segmen perempuan, yang berikutnya jumlah penduduk di Jogja kebanyakan perempuan.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manager Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 9 Maret 2018)

Setelah melakukan *selecting* dan menetapkan target audience, manajemen rakosa kemudian perlu memastikan terpenuhinya empat kriteria oleh media penyiaran radio, yaitu responsive, potensi penjualan, pertumbuhan memadai, dan jangkauan iklan.

a) Responsive

Responsif disini adalah mengenai bagaimana audience atau target sasaran harus responsive terhadap program yang disiarkan oleh rakosa. Pendengar radio rakosa dari kalangan ibu rumah tangga yang menjadi fokus kajian ini diharapkan juga untuk responsive terhadap siaran-siaran yang ditayangkan oleh rakosa. Hal ini sesuai dengan kejelasan Prawoto (manajer rakosa), yaitu pada beberapa kasus responsifitas audience dari kalangan ibu rumah tangga itu ditunjukkan, misalnya pada interaksi on air antara penyiar dan pendengar yang kebetulan adalah ibu rumah tangga, agar respon dari ibu rumah tangga itu dalam bentuk pertanyaan cara merencanakan keuangan keluarga.

“ketika pendengar menelpon kita bisa menanyakan kesenangannya seperti apa dalam musik atau program, ada juga pertanyaan dari pendengar cara merencanakan keuangan keluarga, lalu sudah dapat narasumbernya penulis sehingga 2018

akan kita munculkan, mengacu kebutuhan perempuan.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manager Opeerasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 9 Maret 2018)

b) Potensi Penjualan

Semakin besar potensi penjualan, maka semakin besar pula peluang suatu program yang disiarkan oleh rakosa mendapatkan audience. Oleh karena itu, pada kriteria potensi pemjualan, manajemen rakosa selalu memastaiakan bahwa setiap program yang disiarkan memiliki ciri khas tersendiri sehingga memiliki nilai jual tersendiri.

c) Pertumbuhan memadai

Audien akan bertambah secara perlahan-lahan sampai akhirnya meningkat dengan pesat oleh karena itu audien tidak dapat dengan segera bereaksi. Kalau pertambahan audien lambat, tentu harus dipikirkan langkah-langkah agar program bisa lebih diterima audien. Evaluasi program Rakosa Female Radio 105,3 FM merupakan evaluasi tahunan, jika pendengar terus mengalami penurunan yang bisa dilihat Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja melalui jumlah SMS dan telfon yang masuk ke radio, maka program tersebut akan diganti sesuai yang diminati pendengar dan dibuat sekreatif mungkin melalui hasil rapat *crew* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja.

d) Jangkauan Iklan

Target pendengar dapat dicapai dengan optimal jika pemasang iklan dapat dengan tepat memilih media untuk mempromosikan

produknya. Sementara itu, jangkauan iklan rakosa terbilang cukup baik karena Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja sudah menggandeng beberapa produk pengiklan sebagai partnernya yaitu Jaminan Kesehatan Nasional, Johnson's, Harrisma, Healthy Sunflower Oil, Gunung Mas, Matahari Jaya, Bodrexin dan Philips.

Dalam hubungannya dengan target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga, dengan adanya targetting Rakosa Female Radio 105,3 FM dapat memfokuskan dirinya pada audien yang menjadi target sarannya yaitu perempuan terutama salah satu target audiensnya ibu rumah tangga yang masih produktif.

### **c. Positioning Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja**

Sesuai dengan slogan Radio Rakosa, yaitu “Radionya female Jogja”, pihak manajemen Rakosa pada saat diwawancarai menjelaskan apa yang menjadi *positioning* Radio Rakosa, sekaligus mengemukakan makna filosofis yang terkandung di dalam narasi slogan tersebut. Dalam slogan tersebut, kata “Radionya female Jogja” memiliki makna yang terus menerus merepresentasikan semangat ingin maju perusahaan sebagai radio perempuan di Yogyakarta dan mengajak perempuan mendengar dan berbicara dalam menghadapi masalah yang terjadi di masyarakat, jurnalisme masyarakat perempuan menjadi hal yang menarik untuk dicermati dan di perhitungkan. (<http://rakosa-fm.co.id/profil>)

”Rakosa” menunjuk pada nama media penyiaran radio yang bersangkutan, yang banyak khalayak menyebutnya sebagai Radio

Komunikasi Sambung Rasa, mungkin karena lahirnya di era menteri penerangan, Pak Harmoko.

“Rakosa hanyalah sebuah nama atau brand, tetapi banyak khalayak menyebut sebagai Radio Komunikasi Sambung Rasa, mungkin karena lahirnya di era menpen Pak Harmoko.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manager Opeerasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 26 November 2018).

Slogan Radio Rakosa tersebut termanifestasi dalam pelbagai program acara yang dirancang dan disiarkan kepada target audiensnya, dengan mempertimbangkan 3 (tiga) unsur utama, yaitu: (i) hiburan, (ii) informasi, dan (iii) pendidikan. Melalui format siaran tersebut, *female Jogja* (sebutan untuk pendengar) diajak untuk berinteraksi aktif di dalamnya. *Female Jogja* dapat menghubungi Rakosa lewat jaringan telepon (0274) 888801 dan melalui layanan sms dan wa di nomor 0817275800. *Female Jogja* juga dapat memantau siaran Rakosa melalui *live streaming* yang tersedia di website Rakosa di alamat [www.rakosa-fm.co.id](http://www.rakosa-fm.co.id).

Selain itu, *positioning* Radio Rakosa lewat “Radionya female Jogja”, juga diterapkan lewat program acara dan musik yang disiarkan Radio Rakosa melalui gelombang 105,3 FM. Agar pendengar dapat senantiasa berinteraksi, sebagian besar program acara Radio Rakosa ditampilkan secara langsung (*on air*). Hal ini memungkinkan pendengar dapat melakukan tanya jawab, memberikan pendapat, memberikan informasi (seperti informasi mengenai situasi lalu lintas di jalan raya).

“Inilah susahnya di program, yang membedakan dengan radio lain yang positionnya bukan radio Female. Makanya dalam memilih dan membuat program kami senantiasa mengacu kepada kebutuhan dunia perempuan, terutama dunia perempuan sesuai segmentasi yang kami

raih. Bisa jadi radio lain juga punya acara untuk program perempuan meskipun segmentnya bukan perempuan. Sehingga dari awal kami berkomitmen terhadap brand image, bahwa Rakosa adalah satu satunya radio Perempuan di Jogjakarta yang kami kampanyekan terus menerus, sehingga ini menimbulkan kepercayaan public terhadap Rakosa, kalau mau dengerin program perempuan ya di 105.3 FM Rakosa female radio. membangun kepercayaan terhadap pendengar lebih sangat penting. Dalam pembuatan konten program tentu dengan melihat berbagai aspek terkait, baik itu segment pasar pendengar maupun konten itu sendiri.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manager Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 26 November 2018).

Program acara reguler dan mingguan yang dibuat sedemikian beragam, selain bertujuan untuk memenuhi kebutuhan (hiburan, informasi dan hiburan) pendengar, sekaligus bertujuan untuk menegaskan *positioning statement* (moto) Radio Rakosa “Rakosa Radio Pilihan Perempuan”. Biasanya, dalam program yang disiarkan secara *on air*, dilakukan interaksi dengan *female Jogja* (sebutan khas kepada pendengar Radio Rakosa), di mana para *female Jogja* bisa membagikan pelbagai informasi. Dalam hubungannya dengan target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga, dengan adanya positioning Rakosa Female Radio 105,3 FM dapat merebut target audience atau memperoleh target audiencenya dengan menarik perhatian khalayak pendengar melalui ciri khas yang membedakannya dengan radio lain khususnya target audience dari kalangan ibu rumah tangga.

#### **d. Formatting Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja**

Dengan positioning “Female Radio” Rakosa berusaha menampilkan sajian yang tepat untuk kaum perempuan dengan meramu talkshow yang

berkaitan dengan kebutuhan perempuan dan format musiknya yang easy listening atau beautiful musik.

Format acara Rakosa Female Radio 105,3 FM adalah informasi, edukasi dan hiburan dengan lebih banyak menargetkan format siarannya pada siaran musik yaitu sebesar 70% setelah itu pada format musik Rakosa Female Radio 105,3 FM lebih banyak menargetkan pada musik Indonesia yaitu sebesar 90% dibanding Barat yang hanya sebesar 10%.

“Namun dalam perjalanan waktu ada pergeseran, pergeserannya yaitu pendengar radio lebih suka mendengarkan musik bagi yang muda-muda, tapi kalo mendengarkan musik putar di mp3 juga bisa namun tidak ada sentuhan dari pendengar atau interaksi penyiar dengan pendengar, kelebihan radio kan ada yang menyapa (adanya hubungan penyiar dengan audience), Rakosa juga memperbanyak musik. Radio jaman sekarang ngomongnya hanya sedikit musiknya lebih banyak karena riset membuktikan pendengar butuh musik. Mendengarkan mp3 dan radio sangat berbeda misalnya dalam perjalanan di mobil mp3 bisa membuat kita bosan karna hanya berisi lagu saja sedangkan radio kita bisa berinteraksi dengan penyiar. Ada hubungan personal antara penyiar dengan pendengar.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Manager Operasional Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 9 Maret 2018)

Menurut Joseph Dominick (2001, di dalam Morissan, 2008: 231), format stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam empat wilayah, yaitu:

- 1) Kepribadian (*personality*) penyiar dan reporter;

Dalam hal Air personality penyiar Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta sangat diperhatikan. Khususnya penggunaan bahasa Indonesia formal pada saat siaran sehingga disini penyiar menjadi ujung tombak sebuah stasiun radio. Pemilihan penyiar dan reporter pun sangat diperhatikan yaitu melalui kriteria-kriteria tertentu terutama dalam

*attitude* atau *air personality* penyiar agar program acara berjalan dengan lancar. Alasan lain penggunaan bahasa dan *personality* sangat diperhatikan karena Rakosa Female Radio 105,3 FM merupakan radio yang siarannya mencakup wilayah Yogyakarta dan sekitarnya dimana Yogyakarta kental akan budayanya dalam bertutur kata sopan atau lembut.

“Komunikatif, wawasannya luas untuk wawasan juga diperlukan atau yang lebih diutamakan., attitudenya harus bagus, kayak misalkan paling simple lah say hi kalo ketemu orang disini maksudnya ga egois, intinya attitudenya juga harus diperhatiin sih, kayak dia punya skillnya bagus tapi sikapnya buruk juga percuma, disini sangat diperhatikan yang seperti itu seperti salaman atau say hai.” (Hasil wawancara dengan Bagus Adisatya, Penyiar Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 26 November 2018)

## 2) Pilihan musik dan lagu;

Dalam pemilihan musiknya, Rakosa Female Radio 105,3 FM memilih musik *easy listening* atau *beautiful music*, jenis musik ini ringan dan mudah didengr

“Format musiknya *easy listening* sih kita kan *good music for female* Jogja jadi lagu-lagu bagus dari tahun 80an sampai *new entry*. Yang *easy listening* kita milih lagu jadul atau tahun 80 90an balik lagi ke target kita, target kita kan dari usia 25 tahun sampai 34 tahun dan kalo kita anak muda semua kasian ibu-ibu, kayak saya bawain program kreasia otomatis target sasarannya ibu-ibu muda yang enaergik yang angkatan 80an 90an yaudah saya muter lagu-lagu jadul karena mereka kan lebih masuk ke situ dan juga biar membedakan dengan radio lain karena yang lain lagunya baru terus dan itu-itu aja.” (Hasil wawancara dengan Ria, Penyiar Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 4 Desember 2018)

## 3) Pilihan musik dan gaya bertutur (*talk*); dan

Untuk pilihan musik sudah dijelaskan sebelumnya yaitu *easy listening* atau *beautiful music* yaitu jenis musik yang enak didengar dan ringan, musiknya cenderung ke tahun 80an sampai new entry sesuai dengan target radio Rakosa 105,3 FM usia 25 tahun sampai 34 tahun. Sedangkan dalam bertutur (talk) Rakosa Female Radio 105,3 FM sangat diperhatikan yang berpengaruh pada pemilihan penyiar yang harus sesuai dengan kriteria yang ditentukan Rakosa Female Radio 105,3 FM karena penyiar adalah ujung tombak sebuah radio. Tertarik atau tidaknya pendengar terhadap Radio khususnya program acara radio tersebut tergantung penyiarnya, bagaimana penyiar dalam bertutur dan bersikap pada saat siaran.

- 4) *Spot* atau kemasan iklan, jingle, dan bentuk-bentuk promosi acara radio lainnya.

Dalam pembuatan iklan radio Rakosa sudah cukup baik terbukti karena Rakosa Female Radio 105,3 FM sudah menggandeng beberapa partner dari produk-produk ternama untuk bekerjasama dalam pengiklanan.

Dalam hubungannya dengan target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga, dengan adanya formatting Rakosa Female Radio 105,3 FM dapat menarik perhatian pendengar serta memenuhi sasaran target pendengarnya yaitu perempuan khususnya ibu rumah tangga untuk kesiapan berkompetisi dengan radio lainnya melalui format acara yang ditawarkan Rakosa Female Radio 105,3 FM yaitu informasi, edukasi dan hiburan.

#### **e. Programming Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja**

Programming menentukan pemilihan dan selera pendengar kepada program siaran yang disajikan. Programming pada Rakosa Female Radio 105,3 FM sangat erat hubungannya dengan positioning radio Rakosa 105,3 FM yaitu sebagai radio perempuan yang memberikan edukasi, hiburan dan informasi kepada khalayak terutama target pendengarnya yaitu perempuan yang mana diwujudkan pada program yang dimiliki Rakosa Female Radio 105,3 FM.

“Ini biasanya kami lakukan idealnya itu program dilakukan melalui riset meskipun sekecil apapun kalo melalui riset insyaallah program itu tidak ada penolakan jadi bukan asumsi meskipun hampir diseluruh media membuat program itu menggunakan asumsi program directornya, kami juga kadang-kadang kalau diskusi itu kami menguji kecil-kecilan. Jadi keputusan program itu melalui riset melalui uji asumsi lalu nanti kita uji coba.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Plt. Program Director Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 26 November 2018)

“Radio Rakosa fokus ke wanita segmentasi menengah dan bawah sehingga program disesuaikan dengan fakta-fakta di lapangan yang kenyataannya seperti itu.” (Hasil wawancara dengan Prawoto, Plt. Program Director Rakosa Female Radio 105,3 FM Yogyakarta tanggal 26 November 2018)

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Rakosa Female Radio 105,3 FM dalam keputusan pembuatan programnya melalui riset, melalui uji asumsi setelah itu di uji coba. Program yang dimiliki oleh Rakosa Female Radio 105,3 FM memiliki dua jenis program, yaitu program on dan program off air. Program on air adalah program yang penayangannya dilakukan dengan mengudara pada gelombang radio yaitu disiarkan secara

live dimana penyiar dapat berinteraksi dengan pendengar dan siaran *taping* (ditayangkan hasil rekaman).

Program off air adalah program yang tidak disiarkan melalui gelombang radio. Rakosa Female Radio 105,3 FM memiliki program off air yang menjadi tempat mempromosikan diri kepada khalayak sehingga mampu menambah pendengar, program off air lebih memperlihatkan kedekatan kepada para pendengarnya. Menurut Sydney W Head dalam (Purwato, 2007: 35 ) terdapat lima elemen penting dalam programming, yaitu:

1) Compability (kesesuaian)

Rakosa Female Radio 105,3 FM menyesuaikan program acara yang disusun terlebih dahulu dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya. Hal tersebut penting dilakukan agar menjadi acuan stasiun radio dalam menjalankan kebijakan programnya dan menyesuaikan kondisi serta kebiasaan dari pendengarnya.

Program Rakosa Female Radio 105,3 FM dimulai pada pukul 05.00 pagi sampai pukul 24.00 malam. Dari senin sampai minggu siaran berakhir pada pukul 24.00 malam. Untuk jam siaran sudah disesuaikan dengan kebiasaan pendengar yang memulai aktifitasnya di pagi hari yaitu jam siaran Rakosa Female Radio 105,3 FM dimulai pada pukul 05.00 pagi untuk menemani aktifitas pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM. Selain jam siaran, isi program juga lebih banyak disuguhkan untuk perempuan sesuai dengan target market Rakosa Female Radio 105,3 FM yaitu perempuan.

## 2) Habit Formation (Membangun Kebiasaan)

Melalui program yang ditayangkan kebiasaan khalayak terbentuk. Di perbentukan ini timbul suatu sikap fanatik dari pendengar terhadap suatu program acara sebuah radio, sehingga pendengar enggan untuk meninggalkan program acara yang ditayangkan radio tersebut. Rakosa Female Radio 105,3 FM menyiarkan program acara yang merupakan program unggulannya dan program yang ditunggu-tunggu oleh pendengarnya terutama program yang tayang di pagi hari.

## 3) Control of Audience Flow (Mengontrol Aliran Pendengar)

Dalam mengontrol aliran pendengarnya, Rakosa Female Radio 105,3 FM menyiarkan program acara yang tentunya tidak jauh beda dengan apa yang diinginkan oleh pendengarnya. Program acara Rakosa Female Radio 105,3 FM dibuat berdasarkan hasil riset terhadap pendengar, setelah mengetahui program seperti apa yang diminati pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM melakukan rapat dengan tim kreatif dan seluruh karyawan radio Rakosa 105,3 FM sehingga mendapat program yang diminati oleh pendengarnya.

Dalam hubungannya dengan target pendengan dari kalangan ibu rumah tangga, programming membantu Rakosa Female Radio 105,3 FM dalam menarik perhatian target *audience* dengan suguhan program acara Rakosa Female Radio 105,3 FM yang menarik sesuai kebutuhan atau minat target audience khususnya ibu rumah tangga.

## 2. Strategi Positioning Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja

*Positioning* sangat diperlukan Rakosa Female Radio 105,3 FM agar pendengar dapat menanamkan citra perusahaannya di dalam otak dan di dalam khayalan audience yang menjadi target sarannya, dengan adanya *positioning* maka khalayak akan memiliki penilaian tertentu terhadap Rakosa Female Radio 105,3 FM. Dalam melakukan *positioning* diperlukan perencanaan yang matang dan langkah yang tepat untuk menanamkan brand image yang kuat kepada khalayak. Berbagai upaya dilakukan Rakosa Female Radio 105,3 FM dalam melakukan *positioning* agar berhasil yaitu melalui program acara, kegiatan promosi, identitas stasiun.

Banyaknya stasiun radio yang bermunculan mengharuskan sebuah radio bersaing terutama dengan radio lainnya dalam merebut *audience*. Dalam hal ini *positioning* dibutuhkan sebagai pembeda dengan radio lainnya. Menurut Siregar (2000: 101) ada beberapa cara dalam menyampaikan *positioning* radio kepada *audience*:

### a. Be creative

Kreatifitas sebuah radio dalam mewujudkan *positioning* sangat diperlukan untuk mencuri perhatian dari pendengar. Dalam mewujudkan *positioning*, Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja menggunakan slogan, logo, program acara off air dan on air yang dilakukan secara kreatif dan memiliki unsur pembeda dengan radio lainnya. Walaupun Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja sudah bisa dibedakan dari radio lainnya di Yogyakarta yaitu melalui target marketnya yang merupakan perempuan

namun karena sudah banyak bermunculannya radio-radio di Yogyakarta yang mengambil segmen anak muda, keluarga dan segmen perempuan (diluar Yogyakarta) Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja tetap harus terus mengembangkan kreatifitasnya dalam membuat program agar khalayak terus tertarik dengan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja khususnya program-program Rakosa. Salah satu program off air dalam mewujudkan *positioning*-nya yaitu kegiatan pelayanan SIM A dan C (SIM keliling) yang bekerjasama dengan ditlantas Daerah Istimewa Yogyakarta, kegiatan ini dilaksanakan di halaman depan studio Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja setiap hari Jum'at. Selain itu dari program *on air* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja memutar lagu-lagu populer khusus di era 80an 90an yaitu program on air masterpiece serta program on air lainnya khusus perempuan yang dibuat menarik. “radionya female Jogja” yang menjadi slogan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja juga merupakan ciri khas yang membedakan dirinya dengan radio lainnya, di mana slogan tersebut memiliki arti bahwa Rakosa Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja merupakan radio segmen perempuan satu-satunya di Yogyakarta.

Selain itu, logo yang dibuat sekreatif mungkin untuk membedakannya dengan radio lain. juga menjadi ciri khas Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja. Dalam hal ini Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja sudah mewujudkan kreatifitasnya melalui program acara yang dibuat, logo dan slogan.

b. Simplicity

*Positioning* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dilakukan sederhana dan sejelas mungkin sehingga khalayak mudah menangkap esensi *positioning* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja. *Positioning* yang dilakukan sederhana dan sejelas mungkin sudah terlihat dari slogan yang digunakan oleh Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja adalah “radionya female Jogja” kalimat tersebut cukup menjelaskan bahwa Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja adalah radio yang diperuntukkan untuk perempuan di Yogyakarta. Sesuai dengan yang dikatakan Darmanto yakni, *positioning* yang dilakukan hendaknya dengan penggunaan kalimat yang sederhana dan mudah untuk dipahami pendengar supaya pendengar tidak kesulitan dalam menangkap esensi dari *positioning* tersebut (Darmanto, 2000: 13).

c. Consistent Yet Flexible

Dalam konsistensinya, Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja memperlihatkan dirinya sebagai radio perempuan dari tahun 1997 hingga saat ini. Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja konsisten dalam membangun *positioning* pada benak khalayak secara umum yang merupakan radio dengan targetnya perempuan. Dalam hal ini Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja konsisten dalam membangun *positioning*-nya sebagai radio perempuan di Yogyakarta.

d. Own, dominate, protect

Memiliki satu kata atau satu kalimat yang ampuh di benak khalayak. *Positioning* yang dilakukan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam hal ini yaitu dengan slogan radio “Radionya Female Jogja” sudah tepat karena target pasar radio Rakosa 105,3 FM adalah perempuan khususnya di wilayah Yogyakarta. Slogan tersebut adalah kata-kata yang ampuh yang bisa membuat pendengar ingat akan sebuah produk apabila mendengarnya, maka kalimat itu haruslah kalimat yang jelas dan sederhana (Darmanto, 2000: 13).

e. Use their language

Dalam melakukan *positioning* sebaiknya menggunakan pendekatan kepada konsumen. Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam melakukan *positioning*-nya yaitu dengan pendekatan-pendekatan dalam kegiatan *off air*, program *on air* dan promosi. Dalam kegiatan *off air* pendekatan yang dilakukan yaitu *workshop* Pendengar Tertib Lalu Lintas yang dilaksanakan di halaman studio Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja. Kegiatan tersebut merupakan salah satu pendekatan kepada khalayak yang dilakukan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja. Selain itu pendekatan melalui program *on air* yaitu interaksi dengan pendengar melalui program *on air* Relax Time yang isi dari program tersebut adalah sesi curhat pendengar dan mereview apa saja yang sudah pendengar lakukan sepanjang hari. Setelah itu ada pendekatan melalui promosi yaitu promosi online melalui media sosial, *official website* dan aplikasi *mobile phone* Rakosa Female Radio 105,3

FM Jogja. Ketiga hal tersebut terbukti cukup efektif dan mendapatkan respon yang baik. Pendekatan ini dikemukakan oleh Siregar, dalam mengkomunikasikan *positioning* hendaknya menggunakan pendekatan kepada konsumen secara langsung (Siregar, 2000: 101).

Menurut Darmanto (2010: 13), *positioning* dapat dilakukan juga melalui beberapa cara atau strategi diantaranya:

a. Slogan

Slogan sangatlah penting untuk radio karena sebagai ciri khas yang membedakannya dengan radio lain yang bersifat mudah diingat dan menggambarkan filosofi dari perusahaan untuk tujuan pendekatan kepada khalayak. Slogan dari Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja adalah “Radionya Female Jogja” yang merupakan pesan singkat kepada khalayak yang memiliki penyampaian bahwa Rakosa Female Radio 105,3 FM adalah radio dengan target perempuan khususnya wilayah Yogyakarta. Positioning Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja tersampaikan kepada khalayak salah satunya melalui slogan.

b. Station Image

*Stasiun image* dapat dilakukan melalui publikasi meluas, *product knowledge*, gerak *public relations*, *humas*, *salesmanship*, membangun loyalitas audiens dan *sense of belonging*. Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja memiliki media promosi online dan offline. Promosi online Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja menggunakan *official website*,

instagram, twitter, facebook dan aplikasi *mobile phone*. Dengan adanya media promosi Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja bisa mengenalkan dan membentuk stasiun imagenya. Kemudian untuk media promosi offline Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja menjadi media partner di beberapa event ternama yaitu kerjasama dengan RCTI dalam audisi Rising Star milik stasiun tersebut, selanjutnya audisi Indonesian Idol Junior, dengan adanya kerjasama tersebut sekaligus membantu Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam mempromosikan diri ke khalayak luas.

#### c. Monitoring Station

Kegiatan ini meliputi pergerakan radio lain, mencatat tingkah laku dan kebutuhan pendengar dan menghimpun data yang akan diamati dan dipelajari. Dengan mengamati pesaing, mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing akan berdampak baik bagi Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam menciptakan program acara yang lebih menarik dan membuat strategi baru untuk radio. Dengan adanya pesaing bisa menjadi dorongan untuk Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja menjadi radio yang lebih baik lagi. Banyak keuntungan yang bisa didapat dengan adanya pesaing, namun Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja tidak memiliki kompetitor secara langsung di Yogyakarta yaitu yang sama-sama memiliki segmen perempuan. Untuk saat ini Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja memiliki kompetitor secara tidak langsung yaitu dengan radio segmen keluarga seperti radio Retjo Buntung dan Jogja Family,

karena selain target Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja adalah perempuan, radio Rakosa juga menargetkan keluarga sebagai target *audiencenya* karena perempuan pasti berhubungan dengan keluarga terutama target Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yang menempatkan ibu rumah tangga sebagai target pendengar perempuan yang lebih difokuskan.

Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja menanggapi masukan dan respon pendengar terhadap program acara yang disiarkan dengan baik yaitu melalui interaksi di telepon interaktif, di media sosial, SMS, maupun bertemu langsung dengan pendengar. Melalui interaksi tersebut pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja terkadang memberi masukan dan ide untuk radio sehingga dapat menjadi acuan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam pembuatan program. Dalam hal ini Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja melakukan kegiatan monitoring dengan cukup baik, hanya ada sedikit kendala yang ditemui oleh Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yaitu kurangnya kompetitor, terutama pada radio segmen perempuan sebagai kompetitor secara langsung.

#### d. Station Identity

Bagaimana radio mengatakan ‘who am I’ dan menunjukkan eksistensi stasiun dan bersifat mengingatkan? Rakosa Female Radio 105,3 FM membangun *positioning* dengan program acara, slogan, logo dan *stasiun call*. Adapun *stasiun call* yang digunakan radio Rakosa yaitu “Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja”. Sementara itu, logo adalah

salah satu identitas radio lainnya. Melalui logo, Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja menyampaikan pesan yang disiapkan secara khusus kepada khalayak. Dalam gambar logo terdapat makna yang tersimpan yaitu salah satunya Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja bisa menyinari atau memberikan manfaat kepada para pendengarnya sesuai dengan matahari yang memiliki manfaat untuk manusia, khususnya untuk para perempuan. Selain itu, terdapat pula slogan yang sangat menggambarkan karakteristik Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja sebagai radio perempuan Yogyakarta. Slogan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja merupakan identitas yang dibuat agar khalayak bisa membedakan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dengan radio lainnya. Setelah itu ada program acara yang merupakan identitas Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, program *on air* yang disiarkan sesuai dengan kebutuhan dan minat target pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yaitu perempuan. Hal berikutnya adalah program *off air* yang diadakan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja untuk mendekatkan diri dengan pendengarnya. Program *off air* juga sekaligus berfungsi sebagai identitas stasiun.

e. Kreatifitas Acara Unggulan

Dilakukan dengan cara menciptakan USP (*Unit Selling Point*) dan menampilkan program unggulan yang tak terkalahkan. Acara unggulan merupakan acara yang menarik perhatian pengiklan dan pendengar (Darmanto, 2000: 13).

Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja membuat program acara sesuai dengan kebutuhan target audiencenya yaitu perempuan terutama ibu rumah tangga dan memprioritaskan informasi, edukasi dan hiburan. Untuk program unggulan yang diminati pendengar yaitu Masterpiece, di program ini kita diingatkan kembali dengan berbagai hal yang tren di era tahun 80an 90an, di program ini juga menerima *request* lagu baik lewat SMS, WA, Line, FB ataupun telpon langsung. Selain itu ada Sorequest yaitu acara full request lagu-lagu yang populer di era 80an, 90an sampai 2000an, di program ini juga disugahi info-info dan tips untuk perempuan. Relax time yaitu program yang mengajak *Female Jogja* untuk bersantai di malam hari dan mengajak mereka untuk curhat dan mereview apa saja yang sudah dilakukan sepanjang hari.

Untuk kreatifitas acara unggulan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja sudah mencukupi karena Rakosa bisa membuat program yang berisi nostalgia tahun 80an 90an di mana program tersebut berbeda dengan program-program radio lainnya yang lebih kekinian. Pendengar dari kalangan ibu rumah tangga merespon baik program acara tersebut sehingga Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja sudah sukses dalam pembuatan programnya yang sesuai dengan target pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yaitu perempuan khususnya ibu rumah tangga.

### **3. Pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja**

Dalam era persaingan dewasa ini setiap media penyiaran harus memiliki strategi yang jelas dalam merebut audien. Persaingan media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian audien dan untuk dapat merebut perhatian audien, maka pengelola stasiun penyiaran harus memahami siapa audien mereka dan apa kebutuhan mereka (Morissan, 2008: 173).

Pada bagian ini peneliti membahas tentang pendengar sebagai target *audience* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yaitu ibu rumah tangga. Dilihat dari brosur Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja target pendengar yang memiliki persentase paling tinggi pada bagian pekerjaan yaitu ibu rumah tangga. Maka bisa disimpulkan bahwa target pendengar yang paling difokuskan adalah ibu rumah tangga. Pada penelitian ini peneliti membahas bagaimana strategi *positioning* yang diterapkan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam memperoleh target pendengarnya dari kalangan ibu rumah tangga.

#### **a. Identifikasi Target Pendengar**

Sebuah stasiun radio harus mengidentifikasi khalayak pendengarnya dalam penentuan program siaran radio tersebut. Untuk lebih memudahkan suatu stasiun membidik target pendengarnya, maka stasiun radio dianjurkan memformat program siarannya. Menurut Triartanto (2010: 140) format program dapat dibagi menjadi tiga kategori besar, yaitu:

- 1) format informasi atau berita

Program dengan format informasi atau berita yaitu program yang isinya atau dominan siarannya adalah informasi atau berita. Program Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yang memiliki format informasi atau berita diantaranya Kreasiana, Tausiyah Rakosa, Kajian Islami, Liku Liku Laki Laki, Proseks, Kesehatan Anak, Problem Kandungan, Klinik Perempuan, Dunia Anak, Perlindungan Perempuan dan Anak, Masterpiece dan Slow Rock Vaganza.

## 2) format musik

Program dengan format musik yaitu program yang isinya atau sajian utama siarannya adalah lagu dan musik. Beberapa program Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yang berisi format music yaitu Music & More, Sorequest, Persada 15, Musik Sunmor dan Non Stop Hits.

## 3) format khusus

Program dengan format khusus yaitu program yang isinya mencirikan siarannya pada materi tertentu dan memiliki ciri khas. Beberapa program Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yang berisi format khusus yaitu Problem Kandungan, Klinik Perempuan, Cerita Weekend, Kreasiana, Liku Liku Laki Laki. Dikatakan format khusus karena sesuai dengan target pendengar dari Rakosa Female Radio 105,3 FM yaitu perempuan.

Namun selanjutnya format-format ini berkembang sejalan dengan kompetisi yang ketat dengan para pesaingnya. Dengan demikian akan

diperoleh suatu ciri yang membedakan dari radio lainnya dan melahirkan identitas stasiun (Masduki, 2005: 35).

#### **b. Sasaran Pendengar**

Dalam menentukan kepada siapa program siaran ditujukan maka perlu dilakukan pemetaan terhadap sasaran pendengar. Pengelompokan pendengar bisa dilakukan berdasarkan beberapa kategori, yaitu:

##### 1) Berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, pengelompokan dibagi menjadi laki-laki dan perempuan. Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja menargetkan perempuan sebagai target pendengarnya di mana pada brosur Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja menjelaskan bahwa persentase pendengar laki-laki yaitu hanya sebesar 20% sedangkan perempuan sebesar 80%, dapat disimpulkan bahwa target audiens Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja adalah perempuan.

##### 2) Berdasarkan usia

Berdasarkan usia, Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja mengelompokkan pendengar ke beberapa golongan usia yaitu usia 17 sampai 24 tahun sebesar 45%, usia 25 sampai 34 tahun sebesar 50% dan usia 35 sampai 39 tahun sebesar 5%. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa target pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yaitu usia 25 sampai 34 tahun yang merupakan usia produktif dan termasuk pada kelompok pendengar dewasa.

3) Berdasarkan pekerjaan

Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja mengelompokan target pendengarnya ke dalam beberapa kelompok pekerjaan diantaranya *executive* dengan persentase sebesar 15%, mahasiswa dengan persentase sebesar 20%, karyawan sebesar 30% dan ibu rumah tangga dengan persentasi sebesar 35%. Dari persentase pengelompokan teersebut dapat disimpulkan bahwa target utama Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yaitu kelompok pendengar dari kalangan ibu rumah tangga sebesar 35%.

4) Berdasarkan Topik Acara

Berdasarkan topik acara, Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja mengelompokkan pendengar ke dalam dua golongan yaitu topik acara untuk umum dan topik acara untuk kelompok target pendengar.

a) Topik acara untuk umum

Pada topik acara untuk umum dalam program on air yaitu lebih condong ke hiburan atau musik yaitu Music and More, Musik Sunmor, Slow Rock Vaganza, Non Stop Hits, Me Time, Masterpiece, Kesehatan Anak, Dunia Anak, Tausyiah Rakosa, Kajian Islami, Proseks, Perlindungan Perempuan dan Anak.

b) Topik untuk kelompok pendengar tertentu

Pada topik acara kelompok pendengar tertentu dalam program on air lebih ke target pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja adalah perempuan khususnya kelompok pendengar dari kalangan ibu

rumah tangga yaitu Problem Kandungan, Klinik Perempuan, Cerita Weekend, Kreasiana, Liku Liku Laki Laki. Program-program acara tersebut termasuk ke program acara unggulan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja karena merupakan program acara yang diminati oleh target pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja.

Masih banyak lagi kategori lain yang lebih spesifik, tetapi sangat perlu diketahui pola kebiasaan pendengar yang akan dituju meliputi selera, kebiasaan mendengar radio, serta bahasa yang mereka gunakan (Combine Resource Institution, 2003: 23).

### **c. Tipologi Pendengar**

Ada empat tipologi pendengar menurut skala partisipasi terhadap acara siaran menurut Masduki (2004: 20), yaitu:

#### **1) Pendengar spontan**

Pendengar spontan bersifat kebetulan, tidak berencana mendengarkan siaran radio atau acara tertentu dan perhatian mudah beralih ke aktivitas lain.

“Tapi maaf sekarang jarang nyetel radio karena sibuk kerja. Rengeng-rengeng untuk hiburan. Program nya di tambah deh, wayang kulit atau ringgit wacucal, itu nguri-nguri kebudayaan deh.” (Hasil wawancara dengan Retno, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

#### **2) Pendengar Pasif**

Suka mendengarkan siaran radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri, menjadikan radio sebagai teman biasa.

“Radio Rakosa bagi saya adalah teman, sahabat karena banyak informasi yang saya dapatkan dan sumber rezeki, dulu saya sering dapat rejeki dari kuis-kuis dari Radio Rakosa.” (Hasil wawancara dengan Endah Bella, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

### 3) Pendengar Selektif

Mendengarkan siaran radio pada jam atau acara tertentu saja, fanatik pada sebuah acara atau penyiar tertentu, dan menyediakan waktu khusus untuk mendengarkannya.

“Sekitar sekali atau dua kali. Gak sengaja nemu saluran. Seru. Bisa bikin bernostalgia karena dulu saya dengerin dari pas masih sekolah, suka salam salam buat gebetan. Unik, seru dan asik Banyakin acara musik, sesi salam-salam saya paling seneng itu.” (Hasil wawancara dengan Laisa, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

### 4) Pendengar Aktif

Secara regular tak terbatas mendengarkan siaran radio, apapun, di manapun, dan aktif berinteraksi melalui telepon. Radio menjadi sahabat utama, tidak hanya pada waktu luang.

“Sejak 4 tahun yang lalu. Saya mendengarkan radio Rakosa, setiap hari pantau siaran radio Rakosa. Tahu sendiri. Radio Rakosa selalu melayani dengan baik monitornya. Program radio Rakosa sangat baik. Radio Rakosa kalo bisa ada acara karaokean hingga monitor bisa ikutan berinteraksi dalam acara tersebut.” (Hasil wawancara dengan Lestari Soedarto, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

Pada peta kompetisi yang makin ketat antar radio siaran, pemahaman pendengar dalam berbagai lapisan sosial dan disiplin akademis sangat menentukan sukses dan tidaknya radio (Masduki, 2004: 20).

#### **d. Penyeleksian Pendengar**

Untuk mengetahui bagaimana persepsi pendengar mengenai keberadaan radio maka penting untuk dilakukan survei terhadap pendengar. Berikut ini adalah persepsi pendengar terhadap Rakosa Female Radio 105,3 FM melalui kegiatan wawancara dengan pendengar Rakosa.

“Radio Rakosa selalu melayani dengan baik monitornya. Program radio Rakosa sangat baik. Radio Rakosa kalo bisa ada acara karaokean hingga monitor bisa ikutan berinteraksi dalam acara tersebut.” (Hasil wawancara dengan Lestari Soedarto, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

“Seru. Bisa bikin bernostalgia karena dulu saya dengerin dari pas masih sekolah, suka salam salam buat gebetan. Unik, seru dan asik Banyakin acara musik, sesi salam-salam saya paling seneng itu.” (Hasil wawancara dengan Laisa, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

“Radio Rakosa bagi saya adalah teman, sahabat karena banyak informasi yang saya dapatkan dan sumber rezeki, dulu saya sering dapat rejeki dari kuis-kuis dari Radio Rakosa.” (Hasil wawancara dengan Endah Bella, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

“Rengeng-rengeng untuk hiburan. Program nya di tambah deh, wayang kulit atau ringgit wacucal, itu nguri-nguri kebudayaan deh.” (Hasil wawancara dengan Retno, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

“Pertama kali bisa ngeluarin unek-unek tentang masalah pendiamku. Waktu itu ngedengerinnya yang jam 9 malam sampek jam 12 malam itu, kakanya welcome tentang unek-unekku walau melenceng sama tema hari itu. Beri kesempatan buat orang-orang yang tadinya pengen ngomong ke banyak orang tapi susah lewat radio ini caranya boleh

dateng main kesana terus nyobain siaran itu salah satu terapi juga untuk para orang-orang pendiam, pemalu atau punya kebutuhan khusus kek gitu.” (Hasil wawancara dengan Ira, pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dari kalangan ibu rumah tangga, tanggal 2 Desember 2018).

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa perempuan khususnya dari kalangan ibu rumah tangga yang menjadi target pendengar Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja menyukai program-program yang dihadirkan oleh radio Rakosa dengan kata lain Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja berhasil menarik perhatian target pendengarnya khususnya ibu rumah tangga. Sehingga penyeleksian pendengar oleh Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yang sudah menjadi target pendengarnya yaitu perempuan mendapat respon baik.

