

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Terhadap rumusan masalah (pertanyaan penelitian), yaitu “Bagaimana strategi *positioning* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam memperoleh target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga?”, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *positioning* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam memperoleh target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga, dilakukan melalui:

1. Aktivitas manajerial yang meliputi proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan dengan berbasis pada riset, di mana:
 - a. Perencanaan *positioning* yang telah dilakukan Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, yaitu dengan: (i) menentukan visi dan misi dari Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yang menjadi pegangan radio dalam menjalankan *positioning*-nya, (ii) menentukan segmentasi pasar, (iii) menentukan target pendengar agar radio fokus untuk melayani target pendengar yang dituju, (iv) mengamati radio pesaing untuk memberikan acuan kepada Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam pembuatan programnya, (v) menentukan slogan yang menjadi ciri khas radio, (vi) menentukan logo, (vii) menentukan (dan mengelola) media sosial dan *website* radio sebagai bentuk promosi dan mendekatkan diri dengan audiens, serta (viii) melakukan kerjasama dengan pihak lain untuk meraih kesuksesan radio.

- b. Setelah perencanaan, dilakukan pelaksanaan *positioning* dari Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, yaitu pengimplementasian: (i) *stasiun call* sebagai identitas dari Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, (ii) slogan sebagai pembeda dengan radio lainnya, sekaligus sebagai ciri khas Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, (iii) logo karakteristik Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja yang membedakannya dengan radio lain, (iv) panggilan pendengar, (v) pemilihan penyiar sangatlah penting karena penyiar yang cerdas dapat mengatur kelancaran program acara yang disiarkan, (vi) iklan yang disiarkan melalui iklan yang disiarkan pendengar dan pemasang iklan dapat mengetahui stasiun radio yang didengarkan, serta (vii) program acara sebagai daya tarik Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam memperoleh target pendengarnya dan kegiatan promosi.
- c. Setelah itu dilakukannya evaluasi untuk menjaga kualitas siaran dari Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, khususnya dalam memperoleh target pendengar dari kalangan ibu rumah tangga.
2. Penentuan segmentasi, *targetting*, *positioning*, *formatting*, dan *programming* (STPPF), di mana: (i) pada aspek segmentasi, dilakukan penilaian (sekaligus pemetaan) pendengar dari kalangan ibu rumah tangga berdasarkan kategori demografi, geografi, psikografi, dan perilaku (*behavior*), (ii) pada aspek *targetting*, dilakukan penilaian terhadap perilaku pendengar dari kalangan ibu rumah tangga, (iii) pada aspek *positioning* dilakukan penilaian terhadap kesadaran pola pikir pendengar (*audience*

mind awareness) dari kalangan ibu rumah tangga, (iv) pada aspek *formatting*, dilakukan penyusunan format acara yang menasar pendengar dari kalangan ibu rumah tangga. dan (v) pada aspek *programming*, dilakukan penyusunan program acara yang menargetkan pendengar dari kalangan ibu rumah tangga.

B. Saran

Untuk dapat memperoleh dan terus mempertahankan target ibu rumah tangga sebagai salah satu audiens atau pendengar dari Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Lebih diperbanyak target pesaing supaya dapat dilakukan studi banding (*benchmarking*) terhadap program siaran dari *female radio* yang lain (termasuk dari *family radio*), yang turut menjadikan kalangan ibu rumah tangga sebagai target pendengar mereka. Hal ini dimaksudkan agar dapat diperoleh gambaran umum mengenai minat pendengar radio dari kalangan ibu rumah tangga. Hasil studi banding ini dapat dijadikan sebagai data awal dalam melakukan inovasi program siaran yang menargetkan kalangan ibu rumah tangga sebagai pendengar.
2. Sebagai radio yang menjangkau dan berlokasi di daerah Yogyakarta, peneliti menyarankan untuk ditambahkan salah satu program acara khusus bahasa Jawa yang berisi hiburan, informasi atau edukasi untuk menyesuaikan dengan wilayah siaran Rakosa yaitu di Yogyakarta yang kental dengan bahasa Jawa dan adat Jawa nya. Dan juga sesuai dengan

slogan radio Rakosa “Radionya female Jogja” yang memiliki arti radionya perempuan ‘Jogja’.

3. Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja harus lebih konsisten lagi dalam pemilihan slogan/tagline. Peneliti menemukan adanya perbedaan antara slogan/tagline yang diceritakan saat wawancara oleh pihak dari Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja kepada peneliti dengan yang terdapat di *official website* milik Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja. Saat wawancara dan di brosur pihak dari Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja mengatakan bahwa slogan/tagline adalah “Radionya Female Jogja” namun yang terdapat pada *official website* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja adalah “Rakosa Radio Pilihan Perempuan”.
4. Perlu direkrutnya Program Director, karena Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja belum memiliki Program Director sehingga harus diwakilkan oleh Manajer Operasional. Pengaruh *jobdesc* yang jelas juga akan memberikan dampak kepada efektifitas waktu karyawan, dengan sebuah penjelasan pekerjaan yang telah diatur secara gamblang maka karyawan akan langsung fokus dengan apa yang akan dikerjakannya, minimal pekerjaan rutin yang memang kebutuhannya intens dan merupakan bagian pekerjaan inti dari setiap bagian yang ada pada sebuah stasiun radio. Pengaruh *jobdesc* yang jelas juga akan memberikan dampak kepada efektifitas waktu karyawan, dengan sebuah penjelasan pekerjaan yang telah diatur secara gamblang maka karyawan akan langsung fokus dengan apa yang akan dikerjakannya,

minimal pekerjaan rutin yang memang kebutuhannya intens dan merupakan bagian pekerjaan inti dari setiap bagian yang ada pada sebuah stasiun radio.

5. Untuk penelitian selanjutnya, dapat digali lebih dalam lagi mengenai strategi *positioning* Rakosa Female Radio 105,3 FM Jogja dalam memperoleh target pendengar dari kalangan yang lain, seperti *executive* yang mencapai 15%, mahasiswa yang mencapai 20%, dan karyawan yang mencapai 30%.