

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Radio Koncotani 702 AM merupakan salah stasiun radio swasta yang berada di Sleman, Yogyakarta. Radio Koncotani berdiri dengan tujuan untuk melestarikan budaya Jawa yang diwujudkan dalam format siarannya yaitu format etnik Jawa, program-program acaranya yang 70% kental akan unsur budaya Jawa serta bahasa siarannya 95% menggunakan bahasa Jawa.

Upaya pembentukan Radio Koncotani sebagai radio yang berbasis budaya Jawa, Radio Koncotani bekerja sama dengan seniman atau paguyuban-paguyuban dalam memproduksi program acara seperti untuk acara Macapat *Live* dan Karaokean Malam Minggu, memproduksi iklan sendiri agar tetap terkontrol sesuai dengan norma dan budaya Jawa dan menyiarkan acara-acara adat Jawa secara *live*.

Strategi *positioning* yang dilakukan Radio Koncotani 702 AM merupakan segala upaya untuk menanamkan *image* atau citra sebagai radio yang berbasis budaya Jawa kepada khalayak pendengar. Radio Koncotani telah melakukan beberapa perwujudan *positioning* agar mempermudah dalam pembentukan persepsi masyarakat yaitu melalui *station identity*, program acara maupun kegiatan promosi

Perwujudan *positioning* Radio Koncotani pada *station identity* yaitu berupa logo, *station call*, *jingle*, *taqline*, *air personality* dan bahasa siaran. Pemelihan *station identity* Radio Koncotani yang disesuaikan dengan visi dan misi Radio Koncotani seperti *taqline* “Nguri-uri Kabudayaan Jawi” dimana Radio Koncotani berusaha menanamkan citra dibenak khalayak sebagai radio yang memberikan sajian yang mengangkat nilai-nilai kebudayaan Jawa.

Perwujudan *positioning* Radio Koncotani pada program acara yaitu mengkonsep program acara dengan materi siaran yang kental akan unsur budaya Jawa, menggunakan bahasa Jawa yang halus disesuaikan dengan segmen yang dituju yakni orang tua, program khas Radio Koncotani yaitu Uyon-uyon Enjang serta program acara unggulan yaitu Wayang Kulit Live, Macapat Live dan Karaokean Malam Minggu. Hal ini menjadi pembeda dengan stasiun radio swasta lain di Yogyakarta.

Selain itu, perwujudan *positioning* yang lain diwujudkan dalam kegiatan promosi melalui publikasi yang meluas, baik melalui stiker, spanduk, brosur, *Website*, *Facebook*, *Twitter*, *YM*, juga bekerjasama dengan pihak lain seperti Bernas, KR dan majalah Djaka Lodang sebagai upaya mempromosikan Radio Koncotani. Namun beberapa media yang digunakan sebagai kegiatan promosi ada yang kurang sesuai dengan segmen Radio Koncotani yaitu orang tua dan golongan menengah kebawah seperti penggunaan media online yaitu *Website*, *FB*, *Twitter* dan

Radio Koncotani melakukan evaluasi yang dilakukan sebulan sekali berupa *meeting* yang di dalamnya ada evaluasi baik untuk penyiar, program acara maupun bagian *marketing* Radio Koncotani. Namun apabila tidak ada masalah yang berarti atau tidak ada pengaduan, maka kegiatan evaluasi diadakan setiap 3 bulan sekali. Evaluasi ini dilakukan untuk meninjau kembali program-program yang sudah dijalankan akan terus berjalan atau diberhentikan. Radio Koncotani juga melakukan *survey* pendengar yang dilakukan secara *door to door* setiap 1 tahun sekali.

Berdasarkan hasil penelitian, *positioning* yang dilakukan oleh Radio Koncotani cukup baik, yang diwujudkan melalui *stasiun identity*, program acara maupun kegiatan promosi. Faktor pendukung *positioning* yang dimiliki Radio Koncotani yaitu terletak pada format dan segmen yang berbeda dengan radio swasta lainnya yakni radio dengan format etnik, segmen orang tua dan kalangan menengah ke bawah, serta mudahnya memperoleh materi siaran dikarenakan Radio Koncotani mengangkat budaya lokal daerah yaitu budaya Jawa. Selain itu, faktor Radio Koncotani yang berada di gelombang AM membuat jangkauan siarannya luas sampai ke pelosok serta digemari oleh masyarakat menengah ke bawah sesuai dengan segmen Radio Koncotani. Sedangkan faktor penghambat *positioning* yang dilakukan oleh Radio Koncotani adalah kurang adanya *monitoring* terhadap audien, SDM yang kurang berkompeten, kurang aktifnya kegiatan *off air* serta kurangnya dukungan dari pihak pemerintah daerah

B. Saran

Berdasarkan penelitian diatas, berikut merupakan saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan sebagai cara meningkatkan kualitas upaya *positioning* Radio Koncotani 702 AM, antara lain :

1. Radio Koncotani hendaknya perlu menambah program-program unggulan yang ada agar tidak terjadi kejenuhan bagi pendengar dengan menambah program yang baru dengan konsep dan kreatifitas tinggi yang tetap menjunjung nilai-nilai budaya Jawa.
2. Perlu adanya *monitoring* yang lebih spesifik yang dilakukan oleh Radio Koncotani, misalkan melalui survei, kuesioner atau tanya jawab langsung dengan pendengar yang diacak secara usia dan wilayah.
3. Pilih SDM yang berpendidikan serta berpengalaman dibidangnya, terutama untuk bagian *marketing* dan departemen program.
4. Kegiatan *off air* lebih aktif. Kegiatan *off air* bisa menjadi salah satu alternatif media promosi dan upaya untuk lebih dekat dengan khalayaknya.
5. Perlu adanya pemilihan media promosi sebagai upaya pembentukan *station image* yang disesuaikan dengan target khalayak yang dituju Radio Koncotani.

6. Untuk penelitian lebih lanjut diharapkan menjadi kajian penelitian

lainnya agar pengetahuan mengenai strategi *positioning* dapat

digali lebih dalam lagi dengan metode penelitian komunikasi

lainnya seperti Etnografi Komunikasi