

ABSTRAKSI

STRATEGI SEGMENTASI RADIO ANAK JOGJA

(Studi Deskriptif Strategi Segmentasi Radio Anak Jogja FM 99,9 Untuk Meraih Anak-Anak Sebagai Pangsa Pendengar)

Perkembangan radio siaran di Jogja terlihat sangat pesat. Berbagai macam radio siaran yang ada di Jogja seperti radio yang bersegmentasi: radio anak-anak muda, radio keluarga, radio musik Indonesia, radio umum, radio *news*, radio *female*. Akan tetapi belum ada radio yang bersegmentasi pada radio anak-anak. Sebagai wujud komitmen, perhatian dan kesungguhan pemerintah kota Jogja akan kepentingan anak-anak. Didasari akan kenyataan bahwa sampai saat ini belum adanya stasiun radio siaran di Jogja yang secara spesifik memiliki *segmentasi* anak sebagai sasaran pendengar. Radio Anak Jogja FM 99,9 Mhz merupakan salah satu bagian dari proyek Taman Pintar oleh Pemda DIY. Radio Anak Jogja bisa menjadi salah satu ikon pendidikan di kota Jogja. Radio Anak Jogja yang lebih *segmen* membidik pasar pendengar anak-anak. Radio Anak Jogja sebagai media yang *concern* dengan perkembangan dan pendidikan anak-anak, memberikan kesempatan bagi anak-anak yang ingin menambah wawasan dalam dunia penyiaran (keradioan).

Dikarenakan Radio Anak Jogja adalah satu-satunya radio yang ada di Jogja yang segmentasi khusus pada anak-anak usia Pra TK-SMU dan dilatarbelakangi bahwa Radio Anak Jogja yang baru berdiri sejak 1 Juni 2005 yang lalu, dan lebih *segmented* pada pendengar anak-anak. Maka penulis ingin mengadakan penelitian untuk mengetahui "strategi segmentasi Radio Anak Jogja 99,9 FM untuk meraih anak-anak sebagai pangsa pendengar?"

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode *kualitatif* dengan teknik *deskriptif*. Tujuan dari penelitian *deskriptif* ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki dan untuk menerjemahkan suatu peristiwa yang sedang berlangsung. Teknik pengumpulan data di dalam penelitian ini menggunakan beberapa cara yaitu: *Observasi* yaitu Dengan membuat kunjungan lapangan di Radio Anak Jogja. Peneliti akan melakukan pengamatan terhadap apa yang terjadi didalam perusahaan seperti rapat, pelaksanaan program dan kinerja karyawan. Dan Wawancara tidak terstruktur yaitu pedoman pertanyaan dibuat secara garis besar, kemudian akan berkembang lebih jauh di lapangan dan informasi lebih dalam.

Dari hasil penelitian maka penulis menyimpulkan bahwa *Segmentasi* Radio Anak Jogja dikhususkan pada anak-anak, khususnya untuk *program* siarannya. *Implementasi segmentasi* Radio Anak Jogja diwujudkan dalam bentuk-bentuk program-program acaranya. Jadi melalui program sudah mencerminkan *implementasi segmentasi* dan kebutuhan anak. Strategi *segmentasi* yang digunakan Radio Anak Jogja adalah dengan menetapkan format radio, identitas radio, dan karakteristik program yang disiarkan sebagai bentuk usaha yang efektif dalam mencapai *segmentasi*. Dalam hal ini mempermudah/mengkhususkan bagi para *advertiser* yang bergerak dalam bidang kepentingan anak-anak untuk beriklan di Radio Anak Jogja.