

BAB IV
ANALISIS SEGMENTASI PENDENGAR RADIO DAIS FM
SEMARANG

A. Analisis Data Penelitian

Pada awal perkembangan industri penyiaran di Indonesia, pengelola media penyiaran pada umumnya membidik audien hanya berdasarkan perkiraan saja. Perusahaan hanya memperkirakan saja siapa kira-kira audiennya dan apa yang sekiranya dibutuhkan oleh audien. Tentunya hal ini membuat segala sesuatunya ditentukan dari sisi pihak pengelola itu sendiri. Perusahaan memposisikan diri seolah-olah adalah audien. Padahal mengetahui apa saja kebutuhan audien merupakan hal yang penting karena pelaku media massa tidak akan bisa hanya sekadar menghadirkan sebuah program penyiaran saja tanpa tahu apa yang diinginkan oleh audien.

Penerapan segmentasi audien tidak akan bisa diterapkan hanya berdasarkan sebuah perkiraan secara terus-menerus. Suatu masyarakat akan selalu mengalami perubahan, begitu juga dengan kebutuhan audien, hingga perkembangan media massa yang selalu berubah. Setiap perusahaan media

massa harus memahami akan perubahan yang terjadi di sekitar lingkungannya dengan melakukan pengamatan lingkungan.

Apalagi dengan persaingan media penyiaran yang semakin ketat harus membuat pelaku media massa harus bisa menarik perhatian audien. Padahal melihat pada khalayak secara umum sangatlah luas dan kebutuhan audien juga sangat luas. Akan sangat sulit untuk bisa memenuhi kebutuhan semuanya akan informasi karena audien terlalu beragam. Media penyiaran memerlukan sebuah segmentasi audien.

Untuk dapat menghadapi persaingan dan tetap memperoleh pendengar, radio DAIS sangat menekankan pada *fleksibilitas* dan *inovasi*. Oleh karena itu radio DAIS harus jeli dalam melihat persaingan yang ada dengan mengamati media lain. Ketika di media lain ada sebuah program acara yang berbeda, maka radio DAIS bisa mengambil celah. Bisa jadi DAIS akan melakukan *counter* acara tersebut kalau diperlukan. Bisa jadi pula akan mengadopsi dan membuat acara yang serupa kalau dipandang efektif dalam penyampaian pesan.

Dalam perspektif pemasaran, pesaing merupakan organisasi yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang sama. Misalnya jika kebutuhan konsumen adalah hiburan, para pesaing dapat bervariasi mulai dari *video game* hingga bioskop dan orkes dangdut. Dalam perspektif ini, intensitas

persaingan tergantung dari seberapa kebutuhan konsumen dapat dipahami dan seberapa jauh organisasi dapat memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Dalam hal ini pesaing radio DAIS diantaranya adalah radio lain baik komunitas maupun komersial yang saling bersaing berebut pendengar.

Selain harus bersaing dengan sesama media radio, radio DAIS juga harus bersaing dengan media lain yang menyajikan produk yang sama. Misalkan untuk musik, saat ini kemajuan teknologi telah sedemikian maju sehingga memberikan banyak pilihan bagi orang dalam menikmatinya. Diantaranya, melalui media televisi, CD player, MP3, Ipod, dan lain sebagainya. Orang bisa memutar musik sesuai selera mereka masing-masing. Hal ini membuat radio semakin banyak di tinggalkan pendengarnya.

Pada bab III, telah dipaparkan beberapa strategi untuk merebut pasar audien terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan, menurut Kottler sebagaimana dikutip Morrison terdiri atas tiga tahap, yaitu *segmentasi audien*, *target audien*, dan dilanjutkan *positioning*. Peneliti hanya menganalisis segmentasi audien radio DAIS.

B. Analisis Segmentasi Audien

Segmentasi merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan dalam mendirikan sebuah radio komunitas.

Segmentasi ini yang akan diketahui target pendengar yang akan dituju. Segmentasi pendengar juga sangat diperlukan dalam membuat sebuah program dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk mempermudah stasiun radio untuk memberikan program yang sesuai dengan segmentasi pendengar radio. Peran ideal radio komunitas sebagai media publik untuk mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya (Masduki, 2001 : 2).

Dalam Undang-undang no 32 tahun 2002 tentang penyiaran, pasal 21 disebutkan bahwa lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersil dengan daya pencar rendah, luas jangkauan wilayahnya terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.

Seperti yang dituliskan dalam undang-undang no 32 tahun 2002 tentang penyiaran, bahwa radio komunitas didirikan oleh komunitas tertentu untuk melayani kepentingan komunitasnya. Segmentasi radio komunitas Dais FM sudah terlihat jelas, adalah untuk melayani kepentingan komunitas Dakwah Islam Masjid Agung Jawa Tengah.

Segmentasi yang dilakukan radio DAIS FM dengan membagi ke dalam beberapa kategori. Segmentasi

diperlukan agar stasiun penyiaran dapat melayani audiennya secara baik, memuaskan kebutuhan dan keinginan audien yang dituju (Morissan, 2008: 168). Dasar-dasar dalam melakukan segmentasi audien yang terdiri dari:

- a. Segmentasi *demografis* yaitu segmentasi yang didasarkan pada peta kependudukan, berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, agama, suku dan kebangsaan. Data demografi dibutuhkan antara lain untuk mengantisipasi perubahan-perubahan audien menyangkut bagaimana media penyiaran menilai potensi audien yang tersedia disetiap area geografi yang dapat dijangkau. Kenyataanya radio DAIS hanya mempunyai klasifikasinya sebagai berikut:

- 1) Agama

Mayoritas pendengar radio DAIS beragama Islam, karena radio DAIS terletak di kawasan MAJT, program-program yang di siarkan radio DAIS semuanya bernuansa Islami, dan radio DAIS merupakan satu-satunya radio Dakwah Islam di Semarang.

2) Status Ekonomi Sosial (SES):

a) Penghasilan :

Tabel 4. Penghasilan Pendengar

No	Golongan	Penghasilan/bulan
1	B	3-5 Juta
2	C	2-3 Juta
3	D	1-2 Juta
4	E	Dibawah 1 Juta

Segmentasi pendengar radio DAIS berdasarkan penghasilan pendengar berdasarkan golongan, untuk pendengar Golongan B merupakan pendengar yang memiliki penghasilan rata-rata penghasilan antara 3.000.000 - 5.000.000 rupiah per bulan, untuk pendengar Golongan C merupakan pendengar yang memiliki penghasilan Rata-rata antara penghasilan antara 2.000.000 – 3.000.000 rupiah per bulan, untuk Golongan D merupakan pendengar yang memiliki penghasilan rata-rata antara penghasilan 1.000.000 – 2.000.000 rupiah per bulan, untuk pendengar Golongan E merupakan pendengar yang memiliki

penghasilan rata-rata memiliki penghasilan di bawah 1.000.000 rupiah per bulan.

b) Pekerjaan :

Tabel 5. Persentase Pekerjaan Pendengar

NO	Jenis Pekerjaan	Persentase (%)
1	Karyawan	30%
2	Ibu Rumah Tangga	15%
3	Buruh	15%
4	Petani/Nelayan	5%
5	Pelajar/Mahasiswa	30%
6	Anak-anak	5%

Segmentasi pendengar berdasarkan pekerjaan pendengar kategori pelajar atau mahasiswa persentase program siaran 30%, untuk kategori karyawan persentase program siaran 30%, untuk pendengar kategori ibu rumah tangga persentase program siaran 15%, untuk pendengar kategori buruh persentase program siaran 15%, untuk pendengar kategori anak-anak persentase program siaran 5%, dan untuk pendengar kategori petani dan nelayan persentase program siaran 5%. Jadi program-program siaran di radio DAIS FM

untuk segmentasi programnya lebih banyak untuk pelajar atau mahasiswa dan karyawan.

c) Pendidikan :

Tabel 6. Persentase Pendidikan Pendengar

No	Pendidikan	Persentase (%)
1	SD	10%
2	SLTP	10%
3	SLTA	50%
4	Perguruan Tinggi (PT)	30%

Persentase segmentasi pendengar berdasarkan pendidikan pendengar kategori SD persentase program siaran 10%, untuk kategori SLTP persentase program siaran 10%, untuk pendengar kategori SLTA persentase program siaran 50%, dan untuk pendengar kategori Perguruan tinggi persentase program siaran 30%. Jadi program-program di radio DAIS FM untuk segmentasi programnya lebih banyak untuk kategori perguruan tinggi.

3) Jenis Kelamin :

Tabel 7. Persentase Jenis Kelamin Pendengar

No	Jenis Kelamin	Presentase
1	Laki-laki	40%
2	Perempuan	60%

Segmentasi pendengar radio DAIS berdasarkan jenis kelamin pendengar laki-laki persentasenya 40%, dan perempuan 60%.

4) Usia :

Tabel 8. Persentase Usia Pendengar

No	Tingkatan Usia	Persentase
1	Kurang dari 15 Tahun	5%
2	15-19 Tahun	10%
3	20-25 Tahun	25%
4	26-30 Tahun	25%
5	31-40 Tahun	20%
6	41-50 Tahun	15%
7	Diatas 50 Tahun	5%

Untuk segmentasi pendengar berdasarkan usia pendengar untuk kategori anak-anak dari usia 5 – 11 tahun persentase program siaran 5%.

Untuk pendengar kategori remaja usia 15 – 19 tahun persentase program siaran 10%. Pendengar yang dikategorikan dewasa usia 20– 25 tahun persentase program siaran 25%. Untuk pendengar yang dikategorikan dewasa lanjut usia 26 - 30 tahun persentase program siaran 25%. Untuk pendengar usia 31 – 40 tahun persentase program siaran 20% dan untuk pendengar usia 41-50 tahun keatas presentase program siaran 15%. Jadi program-program siaran di radio DAIS FM untuk segmentasi programnya lebih banyak untuk usia remaja dan dewasa dengan tingkat ekonomi sosial menengah kebawah.

- b. Segmentasi *geografis*, segmentasi ini membagi khalayak audien berdasarkan jangkauan *geografis*. Radio komunitas hanya boleh siaran dalam radius 2,5 KM dengan kekuatan pemancar 50 watt, karena radio DAIS FM Semarang sendiri adalah radio Masjid, jadi mencoba mematuhi. Tapi dalam kenyataannya Sasaran wilayah radio DAIS adalah Kota Semarang, Kab. Semarang, Salatiga, Temanggung, Kaliwungu, Kendal, Kudus, Demak, Purwodadi, Jepara, dan Batang. Luasnya daerah siaran bukan berarti menyalahi UU nomor 32 akan tetapi permasalahannya

agar radio komunitas bersatu dengan harapan menjadi *networking* yang bagus dengan suatu program yang menyentuh. Sekarang di setiap kabupaten mempunyai masjid agung kalau setiap masjid mempunyai radio dan mempunyai jaringan dengan radio komunitas Jawa Tengah diharapkan akan tercipta Islam yang Rahmatan Lilalamin.

- c. Segmentasi *Geodemografis* dalam konsep segmentasi ini, khalayak yang tinggal di suatu wilayah *geografis* tertentu diyakini memiliki karakter *demografis* yang sejenis (namun wilayah *geografis* harus sesempit mungkin, misalnya kawasan-kawasan pemukiman atau kelurahan). radio DAIS mempunyai segmen menengah kebawah dan ke atas sebab bidikan radio DAIS adalah masyarakat yang beragama Islam bukan usia. Ini yang membedakan radio DAIS dengan Radio yang lainnya. Format siaran disesuaikan dengan kebutuhan umat Islam karena segmentasi radio DAIS adalah umat Islam segala usia, status sosial, tidak menutup kemungkinan segmen anak muda yang senang dengan lagu-lagu Islami. Terutama para santri pondok pesantren dan mahasiswa yang memang banyak terdapat di kota semarang dan sekitarnya.

Dengan mempunyai segmentasi yang jelas diharapkan siaran radio DAIS dapat menyajikan acara yang tepat sesuai dengan segmen yang ada dan dapat memenuhi kebutuhan pendengar yang haus akan ilmu agama Islam.

- d. Segmentasi psikografis, segmentasi radio DAIS FM dalam psikografisnya memilih masyarakat yang religius yang singgah di kawasan Masjid Agung Semarang dan sekitarnya.

C. Menentukan Segmentasi Pendengar

Dalam menentukan segmentasi pendengar, radio DAIS FM sendiri merupakan sebuah Radio komunitas yang terdapat di kota Semarang yang menyajikan hiburan bernuansa Islami dan menyajikan konten interaktif agama. Segmentasi pendengar radio DAIS FM adalah seluruh umat muslim Jawa Tengah khususnya daerah Semarang dan sekitarnya. Segmentasi akan diwujudkan dalam program-program dan jika sebuah stasiun radio tidak mempunyai segmentasi maka tidak dapat membuat sebuah program radio.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Karno bahwasanya:

“Radio DAIS dalam menentukan segmentasi dengan menggunakan hasil riset pendengar (MODIS) dan kadang-kadang radio DAIS mengagendakan pertemuan dengan MODIS untuk mendengarkan masukan dari pendengar, dalam menentukan segmentasi pendengar, radio DAIS melakukan riset dan menampung masukan dari masyarakat atau audien” (wawancara dengan Pak Karno pada 11 November 2016).

Peneliti menganalisis hasil wawancara dengan Pak Karno bahwa sebelum menentukan sasaran segmentasi pendengar radio DAIS mengenal sasaran komunikasinya terlebih dahulu. Sebelum melakukan komunikasi, komunikator harus mengenal sasaran yang hendak dituju. Hal ini tentu saja bergantung pada tujuan komunikasi, agar komunikasi hanya sekedar mengetahui atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu. Perlu dicermati dalam hal ini meliputi faktor kerangka referensi (*frame of reference*) faktor situasi dan kondisi komunikasi. Dalam menentukan segmentasi radio DAIS FM melakukan:

- a. Melakukan riset untuk mendapatkan hasil yang akurat, tetapi kekurangan radio dalam menentukan segmentasi adalah belum melakukan riset secara langsung kelapangan, karena minimnya dana yang

dimiliki. Sementara ini radio DAIS hanya menentukan segmentasi pendengarnya melalui telepon, jejaring sosial, dan tanggapan lain dari pendengar. Jadi belum ada keakuratan secara jelas dan benar akan kesesuaian program dan segmentasinya tersebut.

Peneliti mempunyai solusi dalam hal ini, radio DAIS FM harus mencoba melakukan riset secara langsung dengan cara bekerja sama dengan instansi lain, seperti halnya bekerja sama dengan salah satu perguruan tinggi di daerah Semarang untuk melakukan riset.

- b. Menampung masukan masyarakat sekitar dan pendapat atau masukan dari pendengar, sesuai dengan sebutan pendengar radio DAIS FM yaitu MODIS, radio DAIS FM ingin menciptakan suasana kedekatan dengan pendengarnya.

Tanggapan atau komplain dari masyarakat ataupun takmir masjid MAJT terkait program yang tidak sesuai dengan tujuan radio DAIS FM ataupun siaran radio yang terganggu ketika pendengar radio DAIS FM sedang mendengarkan. Tanggapan berupa umpan balik, berupa saran dan kritik tetapi sering juga radio DAIS FM yang meminta masukan program-

program apa yang dapat diberikan berikan kepada pendengar.

Pendapat pendengar terhadap program-program di radio DAIS FM. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program-program di radio DAIS FM cenderung dipersepsikan positif oleh pendengar program acara tersebut, karena lebih melihat bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial yang aktif yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Pendapat pendengar terhadap program-program dakwah di radio DAIS FM sebagai media dakwah yang berada dibawah naungan Masjid Agung Jawa Tengah, dan merupakan radio komunitas, dengan daya jangkauan siaran di radio DAIS FM yang tidak begitu luas. radio DAIS FM bukan sekedar media massa biasa, selain memberikan hiburan, pendidikan, dan informasi, selain itu radio DAIS FM berperan sebagai media penyampain dakwah yang bermanfaat untuk masyarakat, khususnya umat Muslim Jawa Tengah.

Pendapat pendengar terhadap program-program dakwah di radio DAIS FM berdasarkan temuan data penelitian ini menunjukkan bahwa program-program

acara dakwah di radio DAIS FM adalah sangat menginspirasi bagi para pendengar dalam mendapatkan wawasan tentang Agama Islam. Argumen ini berdasarkan pada respon-respon positif yang diberikan oleh narasumber-narasumber yang mengungkapkan bahwa program-program yang disiarkan oleh radio DAIS FM lebih berisi informasi-informasi dan pengajian yang disiarkan langsung dari MAJT, selain itu juga setiap hari memutarakan rekaman-rekaman pengajian yang ada dan informasi pemerintah mengenai kependudukan seperti pembuatan e-ktp, cuaca, dan lain sebagainya.

Program-program yang disiarkan oleh radio DAIS FM tidak hanya menyiarkan program-program yang berisi pengajian saja tetapi juga menyiarkan program yang memutarakan lagu-lagu Nasyid maupun pop religi. Selain itu, Program-program yang di segmentasikan untuk anak muda juga dapat menginspirasi seperti program Nada taqwa karena penyiar dalam membawakan program siarannya membuat para pendengar senang untuk mendengarkan program acaranya dan sesuai juga dengan usia penyiar yang masih muda.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa radio DAIS FM sebagai media komunikasi mencoba untuk memenuhi kebutuhan pendengar dalam hal pemenuhan kebutuhan pengetahuan tentang agama Islam dengan memberikan program-program dakwah yang berisi tentang edukasi serta hiburan. Pendengar dalam program tersebut menyukai dengan program yang berisi informasi-informasi yang diselipkan dengan hiburan di dalam satu program acara, karena disamping itu untuk menambah wawasan tentang pengetahuan Agama Islam, juga para penyiar dalam penyampaian pesan dakwahnya dengan cara yang santun dan sopan, sehingga para pendengar dapat memahami isi pesan dakwah yang disampaikan oleh narasumber atau da'i.

Dalam mengenal sasaran komunikasi, radio DAIS melakukan:

- 1) Survei pendengar melalui telepon *random* dan pesan singkat.

Telepon *random*, yaitu menelpon atau pesan singkat secara acak pada pendengar tentang keinginan mereka, misalnya lagu yang ingin didengarkan hari ini. Bagi radio komunitas tentu anggota komunitas adalah bagian yang harus

diperhatikan, karena merekalah yang menjadi pendengar dan diharapkan partisipasinya dalam pengembangan radio. Dengan telepon *random*, bisa diketahui darimana pendengar Radio DAIS berasal.

- 2) Memanfaatkan jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter*.

Jejaring sosial, di era saat ini sangat efektif memanfaatkan jejaring sosial, karena banyak orang yang menggunakan jejaring sosial baik *facebook*, *instagram*, maupun *twitter* kini lebih familiar digunakan dikalangan masyarakat khususnya kaum muda, jadi fasilitas ini dapat dimanfaatkan untuk mengetahui data pendengar.

Khalayak atau pendengar radio DAIS tidak hanya di Kota Semarang dan sekitarnya, pendengar radio DAIS juga banyak yang berasal dari luar Semarang. Dengan keterbatasan jangkauan penyiaran, radio DAIS menggunakan streaming untuk menjangkau khalayak yang berada diluar area daya pancar siaran (wawancara Pak Karno pada 11 November 2016).

Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui format dan isi program apa yang tepat agar dapat

menarik dan memuaskan kebutuhan audien berdasarkan demografi tertentu. Sasaran Khalayak radio DAIS adalah umat Islam di kota Semarang dan sekitarnya. Target pendengar radio DAIS adalah 20% dari pendengar di kota Semarang, usia 5 - 55 tahun, laki-laki 40% dan wanita 60%. Dengan program-program acara berita (informasi) 20%, pendidikan 25%, hiburan 35%, dan iklan 20%.

Keluasan pengelompokkan pendengar, tentu memiliki masing-masing perbedaan. Tidak mungkin semua pengelompokkan pendengar dijadikan sebagai segmentasi pendengar. Jadi perlu pengklarifikasian pendengar agar lebih mudah memenuhi kebutuhan pendengar dan sesuai dengan segmentasinya. Dalam menentukan sebuah segmentasi Radio DAIS FM membagi dengan kategori usia, status sosial ekonomi, pendidikan serta psikografisnya.