

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah menganalisis dan mempelajari data yang ada, serta menjawab rumusan masalah mengenai pergeseran segmentasi Radio Paduka FM Purwokerto yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pergeseran segmentasi Radio Paduka FM dilatarbelakangi oleh penurunan pendapatan, tujuan stasiun radio untuk melakukan penjualan produk bagi kalangan dewasa, dan hasil evaluasi yang menunjukkan dominasi pendengar dari kalangan dewasa. Hal-hal tersebut menjadi alasan Radio Paduka mempertahankan eksistensi dan meningkatkan pendapatannya dengan cara melakukan pergeseran segmentasi.
2. Proses pergeseran segmentasi Radio Paduka FM tidak terlepas dari Strategi Penyiaran Susan Tyler Eastman dengan ketiga aspek yang diambil dalam penelitian ini, yakni strategi kesesuaian (*compatibility*), pembentukan kebiasaan (*habit formation*), dan daya penarik massa (*breadth of appeal*). Radio Paduka melakukan analisis pendengar dan menghasilkan bahwa pendengar didominasi oleh kalangan dewasa, kemudian radio ini melakukan strategi kesesuaian dengan menyajikan program-program yang sesuai dengan target segmentasinya agar dapat menjadi daya penarik massa. Kemudian secara konsisten dan repetitif dilakukan pembentukan kebiasaan dengan menghadirkan pola program acara dan promosi yang terjadwal, melalui *weekly program* dan *regular program*, spot promo yang disiarkan, serta publikasi program melalui *on air* dan media sosial. Selain itu, Radio Paduka juga melakukan komunikasi dua arah yang meningkatkan interaksi antara penyiar dan pendengar secara langsung melalui *phone call*. Di antara ketiga tahapan tersebut, strategi kesesuaian paling efektif digunakan oleh Radio Paduka. Proses

pergeseran segmentasi ini mendapatkan respons positif dari pendengar dan pasar iklan, tetapi kematangan segmentasinya belum maksimal karena Radio Paduka hingga saat ini masih terus melakukan pergeseran segmentasi.

3. Pergeseran segmentasi ini berdampak pada iklan dan pendengar. Segmentasi ini menarik pendengar secara lebih luas dan tersegmentasi yaitu dari kalangan dewasa. Selain itu, jumlah iklan di Radio Paduka meningkat, serta jenis iklan saat ini cenderung berupa produk yang diperuntukkan bagi kalangan dewasa. Alhasil, tujuan untuk meningkatkan pendapatan pun secara bertahap tercapai. Radio Paduka membuktikan dirinya sebagai stasiun radio yang mampu menghadapi tantangan penurunan pendapatan secara responsif dan inovatif.

#### **B. Saran**

Berdasarkan rangkaian proses penelitian yang telah dilakukan mengenai “Pergeseran Segmentasi Radio Paduka FM Purwokerto”, berikut beberapa saran yang peneliti sampaikan secara praktis dan akademis:

1. **Saran Praktis**

Stasiun radio disarankan secara kritis menganalisis preferensi dan kebutuhan pendengar, lalu mengolahnya secara matang untuk menentukan dan memperkuat segmentasinya. Langkah-langkah adaptif dan responsif seperti evaluasi menyeluruh serta menerapkan strategi kesesuaian, pembentukan kebiasaan, dan daya penarik massa dapat dilakukan untuk mengidentifikasi formula yang paling efektif dalam membidik segmentasi yang tepat sasaran.

2. **Saran Akademis**

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menganalisis pergeseran segmentasi Radio Paduka FM Purwokerto. Penelitian kualitatif ini memiliki kekurangan yaitu cenderung berfokus pada pengamatan dan interpretasi peneliti, serta sulit melakukan analisis komparatif dalam menggambarkan pengukuran perubahan secara kuantitatif. Dalam melakukan penelitian terkait

pergeseran segmentasi radio, peneliti lain disarankan menggunakan metode kuantitatif untuk lebih menekankan sudut pandang pendengar dengan pengumpulan volume data yang besar dan populasi yang lebih luas dengan menggunakan metode pengukuran yang terstandarisasi.

