

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Trax FM Semarang melakukan segmentasi audiensi guna mengetahui karakter dari target pasarnya, serta melakukan strategi komunikasi guna menarik pendengar sesuai segmentasi dan mempertahankan loyalitas dari pendengar tersebut melalui beberapa cara, diantaranya :

**5.1.1 Strategi pemilihan komunikator,** yaitu dengan melakukan pemilihan komunikator yang memenuhi kriteria dan standar-standar tertentu bagi seorang komunikator (penyiar) melalui *Trax Hunt* yang digelar sedikitnya 2 tahun sekali. Penyiar yang dipilih adalah penyiar yang mempunyai jiwa muda dan *up-to-date*, dan memiliki kredibilitas yang tinggi. Sehingga hal tersebut dapat membuat anak muda tertarik untuk mendengarkan radio tersebut.

**5.1.2 Strategi penyusunan dan penyajian pesan,** merupakan penyusunan pesan dengan menyesuaikan selera anak muda. Dimana mereka menginginkan pesan yang santai namun tetap *up-to-date*. Dalam hal ini Trax FM melakukan pengolahan bahasa yang dikemas dalam bahasa anak muda.

**5.1.3 Strategi pemilihan dan perencanaan media**, yaitu aktif melakukan strategi komunikasi melalui beberapa media lain, seperti pemasangan iklan di koran dan beberapa sosial media resmi dari Trax FM Semarang, yang terbagi menjadi :

- *The spoken words* (yang berbentuk ucapan) dilakukan pada saat siaran oleh seorang broadcaster dengan menggunakan bahasa anak muda.
- *The printed writing* (yang berbentuk tulisan), yaitu beberapa event dari Trax FM Semarang diiklankan di beberapa media cetak dan diunduh ke sosial media (instagram, twitter, dan facebook).
- *The Audiovisual media* (yang berbentuk gambar hidup) dalam penyajian pesan yang ingin disampaikan kepada audiens, seperti diadakannya event, promo, program, dan lain sebagainya, Trax FM Semarang menggunakan poster dengan desain yang disesuaikan selera anak muda untuk kemudian disebarluaskan melalui beberapa media. Dapat juga berbentuk video yang dipaparkan para penyiar hingga artis.

**5.2 Strategi pemilihan dan pengenalan khalayak**, adalah melakukan kegiatan riset pasar berupa penyebaran angket maupun wawancara dengan masyarakat sesuai dengan referensi, situasi serta kondisi di lapangan. Sehingga Trax FM Semarang dapat

melakukan berbagai kegiatan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh audien guna mengenalkan Trax FM Semarang secara efektif.

## **SARAN**

Terdapat beberapa saran kepada Radio Trax FM Semarang dalam upaya menarik pendengar sesuai segmentasinya :

1. Menurut keterangan yang diberikan oleh narasumber dimana pada hal ini adalah pendengar, Trax FM Semarang khususnya tim *Advertising and Promotions* perlu publikasi lebih meluas kepada anak muda di Kota Semarang dengan lebih intens dan kontinyu, sehingga akan banyak anak muda yang mengetahui setiap *event* yang akan diselenggarakan.
2. Kegiatan publikasi tersebut dapat dilakukan oleh Trax FM Semarang melalui kerjasama dengan akun *influencer* yang sudah dikenal oleh masyarakat luas, khususnya anak muda di Kota Semarang.
3. Trax FM Semarang khususnya kepada bagian program perlu melakukan *roadshow* ke berbagai universitas dan berbagai tempat dalam hal pencarian penyiar baru (*Trax Hunt*). Sehingga penyiar akan merata berasal dari berbagai daerah sehingga akan memudahkan Trax FM Semarang dalam menjalani kegiatan nantinya yang berhubungan dengan penentuan lokasi. Hal tersebut berdasarkan pada keterangan dari pendengar (Agustina) dimana jarak menjadi

hal yang dipertimbangan untuk mengikuti *event* yang digelar Trax FM Semarang.