

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data

Nama KR dimata masyarakat luas identik dengan sebuah surat kabar harian Kedaulatan Rakyat yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya. Sebagai media komunikasi radio yang bisa dikatakan masih baru, KR Radio FM berusaha membawa nama KR tidak hanya dikenal untuk sebuah surat kabar harian namun juga sebuah radio yang memberikan kebutuhan informasi dan hiburan. Status stasiun radio yang baru membuat KR Radio FM perlu melakukan beberapa tindakan dan strategi dalam mengelola sebuah stasiun radio. KR Radio FM sebagai media komunikasi baru perlu menjalankan strategi yang matang untuk membawa perusahaan tersebut bergerak maju ke depan menghadapi pesaing yang ada dan memperoleh pendengar yang diinginkan.

Mengingat Status KR Radio sebagai radio baru yang ada di Yogyakarta. Salah satu strategi yang dilakukan untuk mengenalkan *brand image* KR Radio kepada masyarakat dan sponsor adalah melalui *positioning*. *Positioning* yang dilakukan sesuai dengan keputusan rapat besar dengan perusahaan induk PT. BP Kedaulatan Rakyat Group. Keputusan dari rapat besar tersebut kemudian diimplementasikan kepada seluruh struktur organisasi KR Radio untuk

Hal yang mendasari KR Radio FM dalam penyelenggaraan *positioning* adalah ingin melekatkan dalam benak masyarakat akan sebuah radio bernama KR Radio FM yang mempunyai slogan "Terdepan Dalam Informasi dan Hiburan. Pencitraan diri yang mempunyai ciri khas dengan mengedepan kearifan budaya lokal agar dapat diterima oleh khalayak pendengar maupun sponsor.

1. Positioning melalui Perusahaan Induk KR Radio FM

KR Radio FM berdiri di bawah perusahaan PT BP Kedaulatan Rakyat Group yang mengkonvergensi (penyelarasan) media seperti Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat, Koran Merapi, KR Bisnis, Merapi Online, Koran Minggu Pagi, Krjogja.com, dll. Penyelenggaraan *positioning* dilakukan melalui sinkronisasi antara perusahaan induk yaitu PT BP Kedaulatan Rakyat Group yang membawahi beberapa perusahaan media didalamnya. Sebagai bagian dari PT. BP Kedaulatan Rakyat Group, KR Radio FM berupaya untuk membuat sebuah pencitraan atau identitas terhadap stasiun radio kepada khalayak pendengar seperti layaknya SKH Kedaulatan Rakyat yang mempunyai pembaca terbesar di Yogyakarta.

Proses *positioning* yang terjadi di KR Radio FM berawal dari proses yang dilakukan bersama perusahaan induk. KR Radio FM menerima keputusan yang diambil dalam rapat besar perusahaan. Kemudian melaksanakan bersama apa yang dikehendaki dalam rapat besar perusahaan

induk tersebut untuk melakukan *positioning*...

didalamnya. Contohnya seperti jika dalam rapat besar perusahaan induk menghasilkan keputusan A, maka KR Radio FM akan melakukan sesuai dengan keputusan A yang disepakati perusahaan induk. (Wawancara dengan Baruno Subarjo, Marketing KR Radio FM 15 Juni 2010 jam 13.00 WIB)

2. Positioning Melalui Sesama Anak Perusahaan.

Proses KR Radio FM menciptakan *positioning* terjadi dengan cara menyelaraskan anak perusahaan PT. BP Kedaulatan Rakyat Group. KR Radio bekerjasama dengan media seperti Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat, Koran Merapi, Koran Minggu Pagi, Koran Merapi, Merapi Online dan Krjogja.com. Kerjasama yang dilakukan berupa promosi seperti pemasangan iklan, kegiatan on air seperti penanyangan program joglo KR yang menghadirkan redaktur SKH Kedaulatan Rakya, juga kegiatan off air seperti seminar. Contohnya KR Radio FM memasang iklan berbentuk cetak di SKH Kedaulatan Rakyat untuk mengenalkan produknya ke pembaca. Kemudian sebaliknya KR Radio FM mengiklankan SKH KR berbentuk audio kepada khalayak pendengar. Hal ini memberikan strategi yang efektif dan efesien dalam melakukan promosi disamping mengeluarkan biaya yang murah.

(Wawancara dengan Baruno Subarjo, Marketing KR Radio FM 15 Juni 2010

3. Langkah-langkah Positioning KR Radio FM

Positioning yang dilakukan KR Radio FM adalah salah satu upaya memperkenalkan KR Radio FM sebagai “Terdepan Dalam Informasi dan Hiburan” yang sesuai dengan slogannya. *Positioning* KR Radio FM diterapkan melalui penonjolan ciri khas kearifan budaya lokal, karakteristik pendengar, stasiun *identity*, format acara siaran, dan manfaat penggunaan secara langsung. Langkah ini berkaitan dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan sesuai dengan hasil putusan rapat besar dengan perusahaan induk yang kemudian diterima oleh KR Radio FM.

Baruno Subarjo mengatakan untuk penyelenggaraan *positioning* melalui marketing dilakukan melalui *public relation* dengan pencapaian menumbuh kembangkan kesadaran pendengar tentang program yang disajikan. Hal lainnya adalah mengkomunikasikan terus-menerus melalui media elektronik dan media cetak tentang aktifitas dan program kerja perusahaan yang berkaitan dengan publikasi program.

KR Radio FM menyelenggarakan *positioning* melalui beberapa langkah-langkah yang sudah direncanakan sebelumnya. Langkah-langkah tersebut dilakukan melalui promosi di media cetak maupun elektronik, publikasi, *Public Relation*, *Promo on air* dan *off air*, program acara yang ditawarkan, sarana dan prasarana yang dimiliki, kegiatan *off air* dan lain-lain.

Media-media yang digunakan adalah media informasi yang berasal dari anak perusahaan PT. BB. Kedaulatan Rakyat Group meliputi SKH Kedaulatan

Rakyat, KR Jogja.com ,Koran Merapi, Merapi Online dan Koran Minggu Pagi
(Wawancara dengan Baruno Subarjo, Marketing KR Radio FM 15 Juni 2010
jam 13.00 WIB)

Langkah-langkah yang dilakukan KR Radio FM dalam peyelenggaraan *positioning* berkaitan dengan keadaan stasiun radio, khalayak pendengar dan pesaing yang ada. Tindakan yang dilakukan adalah untuk mendapat pengakuan dan *brand image* dari masyarakat agar dapat menjalankan stasiun radio yang mumpuni dan diperhitungkan.

Untuk pencapain *positioning*, kita mempunyai standar manajemen yang dilakukan yaitu perencanaan, pelaksanaan kemudian evaluasi. Dari kerangka manajemen yang ada kita kembangkan sesuai dengan perkembangan keadaan masyarakat yang menjadi sasaran pendengar kita. Wawancara dengan General Manager KR Radio, Trimurti Widayatno 20 April 2010 pukul 10.00 WIB)

a. Perencanaan Positioning KR Radio FM

1). Melakukan Survey Terhadap Pendengar

Setelah mengidentifikasi klasifikasi pendengar yang dibidik, kemudian KR Radio FM melakukan strategi-strategi untuk mengetahui kondisi dari khalayak pendengar yang dibidik. Strategi yang dilakukan adalah dengan cara melakukan survey terhadap pendengar. Survey ini bertujuan untuk menyesuaikan kondisi khalayak pendengar dengan program-program acara yang akan dibentuk agar

...Survey yang dilakukan KR Radio dilakukan untuk mengetahui jumlah dari khalayak pendengar, kegiatan pendengar, dan keinginan pendengar. Lalu survey ini akan digunakan sebagai acuan dalam membuat program-program acara yang diinginkan oleh khalayak pendengar sesuai segmentasi KR Radio FM. (Wawancara dengan General Manager KR Radio, Trimurti Widayatno 20 April 2010 pukul 10.00 WIB)

Hasil survey yang dilakukan KR Radio FM digunakan untuk mengetahui seberapa banyak jumlah pendengar dan bagaimana penilaian program-program siaran yang diselenggarakan oleh KR Radio FM. Program-program acara akan dibuat jadwal sesuai dengan kegiatan pendengar dan kondisi yang ada saat program disiarkan.

Hasil yang diperoleh nantinya akan dievaluasi dan dikaji lebih lanjut agar dapat menciptakan stasiun radio yang lebih baik dengan khalayak pendengar yang ditargetkan.

2). Mengetahui Stasiun Radio Lain atau Pesaing.

KR Radio FM dalam pelaksanaan *positioning* melakukan pemantauan kepada stasiun radio yang dianggap pesaing. Keuntungannya adalah dapat memberikan gambaran acara KR Radio FM untuk memberikan perbedaan atau ciri khas tersendiri dari radio pesaing. Hal ini akan menjadikan KR Radio FM mampu membuat program acara yang dikehendaki sasaran pendengar dan mampu memenuhi kebutuhan pendengar melalui program-program acara yang disajikan agar pendengar tetap bertahan dan mendengarkan lagi

Namun kondisi budaya yang hampir sama dan persaingan yang ketat, membuat porsi “kue” yang didapat KR Radio FM kecil. Sehingga program-program acara KR Radio mempunyai kemiripan dengan program acara stasiun lain. Hal ini diatasi dengan cara penyajian atau pengemasan acara yang berbeda. Isi siarannya diubah sebada mungkin agar tidak terlalu mirip.

Terdapat banyak persaingan bisnis diantara para pelaku industri siaran stasin radio di Yogyakarta, khususnya KR radio 107.2 FM Yogyakarta, dimana yang sejalan dengan format sahabat keluarga ialah radio Retjobuntung 99.4 FM dan radio Sonora 97.4 FM, sedangkan yang berlatar belakang atau berformat *news* atau berita adalah radio Yasika 95.4 FM, radio Megaswara 93.8 FM, Trijaya 97.00FM, dan Global 107.6 FM. (Wawancara dengan General Manager KR Radio, Trimurti Widayatno 20 April 2010 pukul 10.00 WIB).

Adanya pesaing-pesaing KR Radio FM tersebut memberikan tantangan. KR Radio FM dituntut untuk berbeda dan mempunyai ciri khas sendiri.dengan radio-radio yang sudah ada.

3). Menentukan Stasiun Identitas Dan Slogan Tertentu

KR Radio mempunyai slogan yang digunakan sebagai identitas radio yaitu “Terdepan Informasi Dan Hiburan”. Slogan tersebut

menjadi acuan utama KR Radio FM dalam melakukan *positioning* kepada

khalayak pendengar. Tujuan dari slogan ini sesuai dengan tujuan dari KR Radio FM itu sendiri yaitu dapat menjadi radio yang selalu bisa menjanjikan berbagai informasi yang up to date serta memberikan hiburan bagi masyarakat tanpa meninggalkan estetika kearifan budaya lokal yang ada. Identitas lainnya berupa salam pendengarnya yaitu Sahabat KR Radio. Selain itu ada logo dari KR Radio FM, Logo tersebut berbentuk tulisan KR yang menyerupai rantai melambangkan keeratan, kekuatan dan kebersamaan.

Gambar 3.1
Logo KR Radio FM



Sumber : KRjogja.com diakses tanggal 21 Mei 2010 jam 21.00 WIB

4). Menetapkan Kualitas Peralatan yang Ada.

Salah satu strategi KR Radio FM dalam upayanya menggiring khalayak pendengar yang di jangkau adalah menggunakan yaitu

peralatan dan konsep radio. Dengan daya nalar siaran ini

bertujuan untuk memperjernih suara yang ada pada chanel 107.2 FM milik KR Radio FM.

Tentunya khalayak pendengar lebih nyaman dalam mendengarkan program acara di KR Radio FM jika saluran yang ada suaranya itu jernih mas. Berbeda dengan suara yang kemresek yang bikin pendengar langsung ganti chanel. Meskipun program acaranya bagus atau musik yang sedang diputar bagus, belum tentu khalayak pendengar akan tetap mendengarkan jika suara dari radio yang sedang dipilihnya suaranya tidak karuan. (Wawancara dengan General Manager KR Radio, Trimurti Widayatno 20 April 2010 pukul 10.00 WIB)

Peralatan yang digunakan oleh KR Radio FM dalam menunjang kualitas daya pancar dan suaranya yaitu out power 6000 Watt dengan pancaran 150 KM yang dapat menjangkau wilayah DIY dan Jawa Tengah. Peralatan pemancar Iqed FM6000P dan antenna OMB 6 Bays. Kualitas suara yang dihasilkan dengan peralatan KR Radio FM tersebut sangat jernih diterima di radio pendengar. KR radio FM juga mengandalkan peralatan audio yang baik agar mutu suara yang bagus seperti Tascam, Yamaha, proc, Sony, Alesis, Technics, Teac, Sure. (Company Profile KR Radio FM Tahun 2010).

b. Pelaksanaan Positioning KR Radio FM

1). Menetapkan Jadwal Program Acara Yang Akan Disiarkan

„untuk penjadwalan program-program acara KR Radio dilakukan melalui hasil survey yang dilakukan kepada khalayak pendengar yang menjadi sasaran. Untuk itu KR Radio mengemas program acara semenarik mungkin dalam mendapatkan jumlah pendengar yang banyak. (Wawancara dengan Pandu Andhika B, Program Dirakta KR Radio FM, 14 Juli 11.00 WIB)

Program acara yang akan disiarkan ditentukan sesuai waktu dan kriteria pendengar. Contohnya seperti untuk waktu pagi pukul 05.00 WIB, maka program acara yang disiarkan adalah Bening Hati. Yaitu program acara rohani agama islam yang disajikan saat waktu subuh pagi hari. Sedangkan program acara dengan format musik seperti Kaerindie, Baetles Mania, KR Indochart dan KR Reaggae disiarkan antara pukul 20.00 sampai 21.00 saat pendengar kawula muda sedang asyik belajar, bermain dan beraktifitas lainnya. Program acara wayang disiarkan saat pagi dini hari. Program ini diperuntukan untuk menemani khalayak pendengar yang suka begadang, ronda, susah tidur atau menyukai dengan pewayangan. Biasanya program ini didengarkan oleh laki-laki berusia lanjut.

Penjadwalan program meliputi penjadwalan program acara dan materi siaran, juga penjadwalan penyiar sebagai penyaji materi. Selain memutar lagu, untuk program siaran yang diselenggarakan oleh KR Radio FM juga menyisipkan informasi berita ter *up date* dan juga unsure pendidikan.

KR Radio FM memilih dan mengatur jadwal program berdasarkan target pendengar yang ada. Waktu yang diambil adalah sesuai dengan waktu-waktu tertentu pendengar radio mendengarkan radio. Penjadwalan program sangat penting karena mempermudah

KR Radio memasang jadwal program acara mereka di Koran kedaulatan rakyat setiap hari guna mempermudah pendengar mengetahui program acara yang diinginkan. Jadwal acara yang di muat di Koran kedaulatan rakyat sesuai dengan tujuan mengajak untuk mendengarkan radio.

Program-program acara yang akan disiarkan juga ditentukan menurut keinginan pendengar. Program-program seperti Koes Plus Mania dan Beatles Mania depruntukan bagi penggemar group legendaries tersebut atau pendengar yang menyukai musik-musik jaman dulu.

c. Evaluasi KR Radio FM

Setelah melalui tahap perencanaan dan pelaksanaan, maka tahap evaluasi membahas mengenai apa yang terjadi dan bagaimana langkah selanjutnya yang akan dilaksanakan. KR Radio FM mengevaluasi hasil kerjanya yang kemudian dipertanggungjawabkan kepada perusahaan.

Evaluasi yang dilakukan KR Radio FM untuk bidang siaran dilakukan sebulan sekali dan untuk evaluasi general dilakukan tiga bulan sekali. Sedangkan untuk evaluasi dengan perusahaan induk dilakukan satu tahun sekali oleh semua struktur organisasi. Evaluasi ini dilakukan untuk

Kegiatan evaluasi ini meliputi kegiatan pembahasan mengenai apakah perencanaan yang dilakukan KR Radio FM dapat dilaksanakan dengan baik di tahap pelaksanaan. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi saat pelaksanaan *positioning* KR Radio FM. Hasil dari evaluasi yang dilakukan ditindak lanjuti untuk pelaksanaan *positioning* yang lebih baik dari sebelumnya.

4. Positioning Berdasarkan Segmentasi KR Radio FM

Setiap stasiun radio perlu menentukan segment pendengar agar dapat menciptakan *positioning* yang diinginkan. Segment pendengar digunakan untuk menentukan pendengar yang akan menjadi target sasaran. KR Radio FM membidik pendengar usia anak-anak, remaja, dewasa, orangtua sampai lanjut usia. Kelompok pendengar yang dibidik berdasarkan pemilihan karakteristik khalayak pendengar yang dilakukan melalui berbagai pertimbangan yang dilakukan oleh KR Radio FM. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengidentifikasi dan mengetahui kelompok pendengar yang diinginkan.

1). Klasifikasi Pendengar

Klasifikasi pendengar KR Radio menurut jenis kelamin adalah pria 50% dan wanita 50 %. Sedangkan untuk klasifikasi pendengar KR Radio dibagi lagi menjadi menurut usia, sosial ekonomi, pendidikan dan profesi. Klasifikasi pendengar dibuat berdasarkan format dari KR Radio yang mengambil format keluarga.

Tabel 3.1
Klasifikasi Pendengar Menurut Usia

No	Umur	Presentase
1	<15 Tahun	5 %
2	15-19 Tahun	15 %
3	20-29Tahun	30%
4	30-39Tahun.	30%
5	>40Tahun	>20%

Sumber : Company Profile KR Radio FM 2010

Tabel 3.2
Klasifikasi Pendengar Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat	Presentase
1	SMP	20%
2	SMA	35%
3	Akademi/PT	35 %
4	Lain- lain	10%

Tabel 3.3
Klasifikasi Pendengar Menurut Status Sosial Ekonomi

No	Golongan	Presentase
1	GolA1	5 %
2	GolA2	5 %
3	GolB	40%
4	GolC	30%
5	GolC2	20%

Sumber : Company Profile KR Radio FM 2010

Tabel 3.4
Klasifikasi Pendengar Menurut Profesi

No	Pekerjaan	Presentase
1	PNS/TNI/Polri	15 %
2	Pegawai/Karyawan	20 %
3	Wiraswasta	15%
4	Ibu Rumah Tangga	20%
5	Pelajar.Mahasiswa	20%
6	Lain-lain	10%

Sumber : Company Profile KR Radio FM 2010

5. Positioning berdasarkan target pendengar KR Radio FM

Target pendengar KR Radio FM yang dibidik adalah pendengar usia anak-anak, remaja, dewasa, orangtua sampai lanjut usia. KR Radio FM dalam pencapaian target pendengar yang diinginkan telah melakukan hal seperti penetapan format stasiun diantaranya menetapkan program-program acara, jenis musik dan cara penyajian programnya yang sesuai dengan kebutuhan mereka. KR Radio FM bertujuan untuk menciptakan *positioning* melalui target pendengar yang ingin dicapai. Jika target pendengar yang dicapai berhasil, maka KR Radio FM menciptakan *positioning* yang efektif. (Company Profile KR Radio FM Tahun 2010).

6. Positioning Berdasarkan Format Stasiun

KR Radio FM ingin menjadi sebuah radio yang menyajikan acara-acara yang dapat didengar oleh anak-anak, remaja, dewasa, orangtua hingga lanjut usia. Program yang disajikan mengedepankan ciri khas dari radio ini yaitu kearifan kebudayaan lokal. KR Radio FM ingin menjadi sebuah radio yang menjunjung heritage (warisan) budaya lokal dan berguna bagi masyarakat secara luas.

Sesuai dengan Slogan KR Radio FM yaitu "Terdepan Informasi dan Hiburan". Kami mempunyai komitmen untuk memberikan servis yang memuaskan kepada sahabat kr, yang kami wujudkan dengan program andalan kami Sewarna dengan menghadirkan berita up date setiap jamnya. Format stasiun KR Radio FM adalah informasi berita yang dipadukan dengan hiburan tanpa meninggalkan budaya lokal yang menjadi ciri khas dari radio ini. (Wawancara dengan General Manager KR Radio, Trimurti Widayanto, 20 April 2010 pukul 10.00

Penerapan format stasiun KR Radio FM erat kaitannya dengan kebijakan penyelenggaraan siaran. Setiap format stasiun radio memiliki karakter dalam sajian musik, informasi dan pola siaran. Komposisi program acara yang ada di KR Radio meliputi hiburan dengan presentase 50%, Pendidikan 10%, Penerangan 35 %,lain 5%. Program siaran yang ada di KR Radio FM meliputi 60% musik dan 40 % informasi. Porsi hiburan (Musik) lebih besar ketimbang *news* (informasi) dikarenakan KR Radio FM memahami karakter dari target pendengar yang dibidiknya.

Komposisi Musik dibuat berdasarkan kelompok pendengar yang dibidik KR Radio FM. Jenis musik yang ada di KR Radio FM adalah Adult Contemporary, top 40 dan etnik. Berdasarkan jenis musik yang ada di program siaran di KR Radio 107.2 FM, maka jenis dibedakan menjadi beberapa kategori. (Company Profile KR Radio FM Tahun 2010)

Tabel 3.5
Jenis Musik Program Siaran KR Radio

No	Jenis Musik	Presentase
1	Pop Indonesia	65%,
2	Manca	20%,
3	Etnik	10%,
4	Lain	5%

Gambar 3.2

I. Jadwal Program Acara KR Radio 107.2 FM

No	Plot	Durasi	Hari							
			Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu	Minggu	
1	00.00-02.00	60"	Ki Ti Es O					Wayang	Ki Ti Es O	
2	02.00-05.00	180"	Lesehan KR						Lesehan Kr	
3	05.00-05.30	30"	Bening Hati							
4	05.30-08.00	150"	Kopi Pagi							
5	08.00-08.15	15"	Pariwara							
6	08.15-09.00	60"	Silhaoutte Nada 1							Musik Dangdut Jos
7	09.00-09.15	15"	Musik Info 1							
8	09.15-10.00	45"	Silhaoutte Nada 2							Musik Dangdut Jos 2
9	10.00-11.00	60"	Nuansa Gita							Kaweruh Basa Jawa
10	11.00-12.00	60"	Gardoe Jaga							
11	12.00-13.00	60"	Puri KR							
	13.00-14.00	60"								
12	14.00-15.00	60"	Koes Plus Mania	Drama Radio	Koes Plus Mania			TKO 1		
13	15.00-15.15	15"	Indor							
14	15.15-15.30	15"	Koes Plus Mania			Joglo M P	Koes Plus Mania	TKO 2		
	15.30-16.00	30"				Koes Plus Mania				
15	16.00-16.15	15"	Pariwara							
16	16.15-18.00	105"	Spesial Rendezvous							
17	18.00-20.00	120"	Radio Action							
18	20.00-21.00	60"	Kaer Indie	Beatles Mania	Kaer Indie		Wayang	Kr Reggae	Drama Radio	
19	21.00-22.00	60"	Kr Diskografi	Gardoe Jaga	Indonesiana	kr indochart		Smaradana	Teras Dangdut	
20	22.00-23.00	60"	Slow Rock	KR Swet	Garasi Kr	KR Oldtimes Memories		Joglo Kr	Joglo Kr	
21	23.00-23.15	30"	Joglo KR					KR Oldtimes	Smaradana	Teras Dangdut
22	23.15-24.00	45"	Slow Rock	Kr Swet	Garasi Kr					

7. Positioning KR Radio FM berdasarkan Program acara

Program-program acara yang akan disiarkan KR Radio FM sesuai dengan keadaan dan jenis khalayak yang ada dan terpilih sesuai target yang dipilih. Komposisi siaran meliputi hiburan dengan presentase 50%, Pendidikan 10%, Penerangan 35 %,lain 5%. *Positioning* melalui program-program acara dapat tercipta jika program acara yang disiarkan berkualitas dan dapat merebut perhatian banyak pendengar.

1). Sewarna

Sesuai dengan *take line* KR Radio “Terdepan Informasi Dan Hiburan”. Sewarna (Selintas Warta Untuk Anda) memegang peranan penting untuk memunculkan persepsi pada ranah publik untuk eksistensi KR Radio FM sebagai radio yang mengedepankan informasi berbasis kearifan lokal. Program sewarna muncul setiap jam, berita yang *up to date* berdasarkan reportase lapangan oleh reporter KR Radio FM dan update dari krjogja.com.

2). Joglo KR

Program acara Joglo KR diperdengarkan setiap hari senin-minggu pukul 23.00 dengan durasi max.15 menit. Program ini disiarkan bersama redaktur SKH Kedaulatan Rakyat yang akan memberikan deskripsi singkat tentang apa yang akan diberitakan oleh

3). Bening Hati

Selain dari informasi yang bersifat umum, KR Radio FM juga memberikan informasi yang berbentuk ceramah atau tanya jawab mengenai masalah agama islam yaitu program acara Bening Hati. Durasi per tayang 30 menit diperdengarkan setiap hari, kecuali hari minggu durasi tayang diperpanjang 60 menit.

Acara Bening Hati mengedepankan segment pendengar yang beragama islam. Selain dari informasi yang bersifat umum, KR Radio FM Juga memberikan informasi yang berbentuk ceramah atau tanya jawab mengenai masalah agama islam. Durasi per tayang 30 menit diperdengarkan setiap hari, kecuali hari minggu durasi tayang diperpanjang 60 menit. (Company Profile KR Radio FM Tahun 2010)

4). Info Musik

Paketan/*Recording* berdurasi maksimal 15 menit dan disiarkan pukul 09.00 dan 21.00 ini akan banyak komentar tentang musisi dengan karya dan ceritanya, mengangkat lagi kejayaan musisi serta penyanyi legendaris yang sudah lama tidak terekspose baik maca maupun persada (domestik)

5). Beatles mania

Group fenomenal legendaries dunia dengan karya-karyanya banyak memberikan inspirasi pada musisi dunia dan khalayak

mengakses wawasan tentang apa dan siapa itu The Beatles (The Fab Four)

Program acara Beatles Mania dikhususkan bagi para pecinta group band legendaries the Beatles. Segment yang ditargetkan adalah sekitar umur 25 Tahun ke atas berjiwa musik yang tinggi. Group fenomenal dunia dengan karya-karyanya yang banyak memberikan inspirasi pada musisi dunia dan khalayak pendengar. Karya mereka sederhana namun berkualitas. Acara dengan masa putar selama 90 menit dalam format style KR Radio selasa pukul 20.00-21.15. Audience dibuat manja untuk dapat selalu mengakses wawasan tentang apa dan siapa Beatles (The Fab Four). (Company Profile KR Radio FM Tahun 2010)

6). Kaweruh Basa Jawa

Program acara Kaweruh Basa Jawa memberikan pelajaran serta pendidikan mengenai penggunaan bahasa jawa yang baik dan benar. Program ini salah satu perwujudan dalam mempertahankan warisan leluhur terutama dalam bertutur kata bahasa jawa yang terasa semakin pudar pada masyarakat jawa umumnya. Menghadirkan nara sumber yang sangat mengetahui dan paham akan unggah ungguh/ tata bahasa jawa.

Program ini ditujukan bagi khalayak pendengar yang akan

bahasa jawa. Program ini disajikan untuk masyarakat kota dan sekitar untuk melestarikan bahasa jawa yang sopan, tata karma yang dalam kondisi sekarang semakin pudar akibat masuknya budaya dari luar daerah.

7). Indonesiana

Program acara Indonesiana adalah program acara yang menghadirkan semangat nasionalisme indonesia dengan keanekaragaman budaya yang dimiliki. Target acara ini adalah untuk menunjukkan karya anak bangsa indonesia akan segi dan ragam suku dan budaya. Disajikan dengan durasi 45 menit dan mendatangkan narasumber dari perwakilan suku untuk memaparkan tentang budaya yang mereka miliki dari daerah. Disiarkan setiap hari rabu pukul 21.15 WIB.

8). Drama Radio

Menilik Judul dari acara ini sudah jelas bahwa mengarah pada romantika dan kehidupan dari anak-anak manusia yang mempunyai dinamika pergumulan hidup di dunia yang penuh dengan kepura-puraan. Akting dialog dari sisi pemain yang berkarakter membuat drama radio keluarga kr hidup kembali menggelitik indera pendengar

9). Kaerindie

Salah satu segmentasi yang sedang dibidik KR Radio adalah kalangan muda dengan semangat kreativitas dalam bermusik. Salah satunya dikemas dalam bentuk program harian (kecuali Selasa) pukul 20.00 WIB sampai pukul 21.00 WIB yang disebut KaeRindie. Program ini memperdengarkan, serta mempublikasikan hasil karya generasi muda dalam berkarya.

Inovasi yang diselaraskan dengan minat dan trend masyarakat selalu menjadi pertimbangan utama management KR Radio FM untuk mengemas dan memperdengarkan acara pada pendengarnya dari semua segmentasi. Kebijakan itu diambil selain sebagai rasa tanggung jawab KR Radio FM pada ranah publik juga untuk perkembangan kondisi sosial yang lebih baik

Program ini memperdengarkan, serta mempublikasikan hasil karya generasi muda dalam berkarya namun setelah berjalan beberapa waktu, KaeRindie semakin mengalami pengembangan hingga dirasa harus segera mengalami inovasi untuk bisa menjadi lebih baik. Untuk mewujudkan hal itu bagian siar KR Radio mencoba menganalisis, kegiatan apa yang dinilai efektif dan membuat KaeRindie bisa memberikan manfaat yang lebih positif kepada kawula muda. (Wawancara dengan Pandu Andhika B, Program Direktur KR Radio FM, 14 Juli 11.00 WIB)

KRindie yang disesuaikan dengan kondisi anak muda yang beridealis indie label dengan menghadirkan musik kreasi lokal. KR

D. di FM ini ada beberapa program acara yang beruansa

budaya seperti kaweruh basa jawa yang berisi mengenai pelajaran bahasa jawa.

10). Gardoe Jaga

Program acara Gardoe Jaga merupakan program yang menampilkan obrolan santai tentang situasi dan kondisi sekarang yang sedang mencuat dipublik. Dikemas dengan gaya kocak yang bikin ngakak dalam bentuk paket recording. Guyon yang maton dan tidak lepas dari koridor yang mengerucut pada solusi permasalahan yang dikupas. Gardu jaga tetap terjaga ini tayang setiap selasa pukul 21.15-22.15 WIB.

11). KR diskografi

Program acara KR Diskografi adalah program acara yang mengulas album dari salah seorang musisi dan penyanyi disertai biografi tentang album tersebut dengan konsep paketan/recording masa putar 45 menit setiap senin pukul 21.15 dengan koleksi tembang hitnya.

12). English On The Air

KR Radio FM dengan program ini bertujuan untuk membangun kesadaran masyarakat agar terbiasa menggunakan Bahasa Inggris, Oleh karena itu KR Radio 107,2 FM bekerja sama dengan Jogja English School (JES) mengadakan kegiatan On Air

sampai jam 20.00 WIB. Dengan konsep *English For Every One*, program acara ini akan menghadirkan obrolan santai mengenai sosial, budaya, ekonomi, trend dan pergaulan. (Wawancara dengan Pandu Andhika B, Program Direktur KR Radio FM, 14 Juli 11.00 WIB)

Bahkan untuk membuat acara semakin menyenangkan dan tidak membosankan bagi pendengar KR Radio FM akan ada tebak lirik lagu berbahasa Inggris yang menyenangkan dan menghibur serta mendidik. Melalui program acara ini, pendengar bisa mendapatkan tips cara mudah menggunakan Bahasa Inggris yang disebut *practice makes perfect*.

Selain itu, Program acara English On the Air juga akan menghadirkan narasumber dari berbagai latar belakang. Ini dilakukan agar tetap bisa memberikan informasi yang validasinya dapat dipertanggungjawabkan. Program acara ini menjadi salah satu bentuk perwujudan tanggung jawab dari KR Radio kepada pendengar agar bisa memberikan sesuatu yang bermanfaat. Tidak sekadar hiburan tetapi juga informasi yang memiliki nilai edukasi.

8. Positioning berdasarkan kegiatan program off air

Penyelenggaraan *positioning* yang dilakukan oleh KR Radio FM selain berupa kegiatan *on air* tetapi juga berupa program *off air*, yaitu

program yang dilakukan diluar jam siar dan diluar ruang. Program *off air*

ini bertujuan mengenalkan KR Radio FM secara langsung kepada khalayak pendengar. Kegiatan *off air* yang dilakukan seperti acara wayang kulit, sepeda gembira, senam dll.

Kegiatan *off air* yang dilakukan juga dilakukan dengan mengadakan kerjasama dengan pihak lain dalam mempromosikan suatu produk dimana KR Radio FM sebagai media pendukung dalam program acara tersebut. Program *off air* dapat mempererat dan memperkenalkan KR Radio FM kepada khalayak pendengar secara langsung. Salah satu kegiatan *off air* KR Radio FM yang dilakukan adalah pada saat KR Radio FM memperingati hari ulangtahun yang pertama.

Positioning yang diciptakan berhubungan melalui kegiatan *off air* adalah masyarakat secara langsung dapat mengikuti kegiatan *off air* yang diadakan, hal ini memberikan ingatan mereka untuk selalu mengingat KR Radio FM. Tentunya kegiatan-kegiatan *off air* yang diadakan juga untuk mengenalkan program acara dan mengajak mendengarkan KR Radio FM.

1). Wayang Kulit

Program *off air* wayang kulit dilakukan melalui *off air* dan *on air*. Biasanya dilakukan pada waktu semalam suntuk dengan target orangtua dan lanjut usia. Program ini dihadirkan bagi masyarakat sekitar yang menyukai kesenian lokal khususnya wayang. Program *off*

2). Macapatan

Program *off air* macapatan atau tembang dialog berbahasa jawa dihadirkan bagi masyarakat yang rindu akan tembang-tembang atau dialog drama berbahasa jawa.

3). Band

Saat ini KR Radio bekerja sama dengan Forum Band Jogja mencoba mengemas acara *off air*. Dengan mengambil tempat di Rodeo CafÈ Jl Anggajaya II No 75 Condongcatur, Depok. Kegiatan ini dilakukan untuk mrnjangkau segment pendengar anak muda yang dibidik oleh KR Radio FM.

4). Sepeda Gembira

KR Radio FM dalam program *off air* yang dijalankannya adalah mengadakan sepeda gembira. Tujuan diadakan program ini adalah selain untuk mengenalkan KR Radio FM, juga menarik masyarakat untuk mendengarkan program-program acara yang ada di KR Radio FM.

5). Seminar

Program Off air yang dilakukan oleh KR Radio FM juga bekerjasama dengan pihak lain. Kegiatan ini selain bertujuan untuk

YOGYA (MERAPI) - Dalam rangka peringatan ulang tahun KR Radio dan KRjogja.com yang pertama, akan digelar seminar nasional kewirausahaan dengan tema 'Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Era Perdagangan Bebas ACFTA' di Phoenix Hotel, 26 Juni 2010 mendatang mulai pukul 09.00. Seminar ini bertujuan untuk memberikan pemahaman, kiat dan strategi bagaimana mengembangkan kewirausahaan khususnya pada sektor industri kreatif di tengah keterpurukan industri lokal akibat kebijakan Asean-China Free Trade Agreement (ACFTA) yang mulai berlaku tahun ini. Beberapa pembicara yang akan mengupas tema antara lain, Deputy Gubernur Bank Indonesia, Budi Rohadi, Deputy SDM Kementerian Koperasi dan UKM, Neddy Rafinaldy dan Prof Suyanto MM selaku akademisi dan praktisi kewirausahaan. Sementara moderator seminar dipercayakan kepada Pimpinan Bank Pasar Kulonprogo, Fahmi Akbar Idris. "Industri kreatif dari Jogja sudah diakui dunia. Sehingga diharapkan melalui seminar ini akan memunculkan gagasan baru atau bahkan solusi permasalahan yang dihadapi pelaku kewirausahaan industri kreatif," kata ketua panitia seminar, Widyono Suprayogi, Jumat (18/6). Ia menambahkan, semua pihak yang berkepentingan dengan perkembangan industri kreatif dapat berpartisipasi dalam acara ini, seperti perbankan, pelaku industri, wirausahawan muda hingga masyarakat umum yang akan dan sedang mengembangkan industri kreatif. Acara ini terselenggara berkat dukungan SKH Kedaulatan Rakyat, Koran Merapi Pembaruan, SKM Minggu Pagi dan pihak sponsor yang terdiri Bank Indonesia, BRI, BNI dan Bank Mutiara. Kontribusi untuk mengikuti seminar sebesar Rp 50 ribu untuk umum dan Rp 25 ribu bagi mahasiswa. Informasi dan pendaftaran dapat diperoleh di KR Radio melalui nomor telepon (0274) 550891 dan Redaksi KRjogja.com, di nomor (0274) 550890 atau datang langsung di sekretariat panitia kompleks PT BP Kedaulatan Rakyat, Jalan Mangkubumi No. 40-46 Yogyakarta. *(Tri)-e*

Suprayogi, Widyono (2010) *KRjogja.com dan KR-Radio Gelar Seminar Wirausaha*. diakses tanggal 16 Juli 2010 pukul 00.55 WIB di: <http://www.krjogja.com/merapi/article.php?sid=11>

Gambar 3.3
Program Off Air KR Radio FM



Sumber : SKH Kedaulatan Rakyat, 13 Juli 2010 halaman 18

9. Iklan KR Radio FM

Salah satu strategi KR Radio FM dalam mengenalkan stasiun radionya adalah dengan menggunakan iklan di media cetak. Media cetak yang digunakan adalah SKH Kedaulatan Rakyat yang merupakan surat kabar dengan pembaca terbesar di Yogyakarta. Media cetak ini juga merupakan bagian dari anak perusahaan PT. BP Kedaulatan Rakyat Group. Promosi yang dilakukan dengan memasang iklan program-program acara dari KR Radio FM setiap hari, selain itu juga menampilkan jadwal acara yang akan disiarkan pada hari itu. Waktu yang dilakukan promosi adalah setiap hari saat koran

KR Radio FM memasang iklan di tempat strategis agar dapat terlihat pembaca koran KR untuk tertarik mendengarkan radio. KR Radio FM Hubungan yang saling menguntungkan antara media milik kedaulatan rakyat group membuat media-media baru yang baru seperti KR Radio dapat dengan mudah mengenalkan produknya melalui media lain yang ada di kr group itu sendiri. Hal ini membuat khalayak yang mempunyai kedekatan dengan media seperti Koran Kedaulatan Rakyat yang mempunyai jumlah pembaca terbesar dapat dengan mudah mengenal KR Radio FM.

1). Iklan KR Radio Di Media Cetak

Gambar 3.4
Jadwal Acara Harian KR Radio FM

AGENDA		Kedaulatan Rakyat Indonesia Berkeadilan	
SENIN 12 JULI 2010			
05.00 - 05.30	: Bening Hati	18.00 - 20.00	: Radio Action
05.30 - 08.00	: Kopi Pagi	20.00 - 21.00	: Kaerindie
08.00 - 08.15	: Keluarga Pagi	21.00 - 21.15	: Musik Info 2
08.15 - 09.00	: Silhouette Nada 1	21.15 - 22.00	: KR Diskografi
09.00 - 09.15	: Musik Info	22.00 - 23.00	: Slow Rock 1
09.15 - 10.00	: Silhouette Nada 2	23.00 - 23.15	: Joglo KR
10.00 - 12.00	: Nuansa Ghita	23.15 - 00.00	: Slow Rock 2
12.00 - 14.00	: Puri KR	00.00 - 01.00	: Ki-Ti Es O
14.00 - 15.00	: Koes Plus Mania 1	01.00 - 04.00	: Lesehan KR
15.00 - 15.15	: Indor	04.00 - 05.00	: Klirana
15.15 - 16.00	: Koes Plus Mania 2		
16.00 - 16.15	: Pariwara Sore		
16.15 - 18.00	: Sunset On Radio		

2). Iklan Program Acara KR Radio FM

Gambar 3.5
Drama Radio Bahasa Jawa



Sumber : SKH Kedaulatan Rakyat, Senin 31 Mei 2010 Halaman 6

Gambar 3.6
Program Acara Joglo KR



Sumber : SKH Kedaulatan Rakyat, Senin 31 Mei 2010 Halaman 6

B. Analisis Data

1. Implementasi KR Radio dalam Konsep S-T-P-F-P

a. Segmentasi KR Radio FM

.Stasiun radio perlu menentukan segmen pendengar agar dapat mengetahui siapa dan bagaimana keadaan kelompok pendengar yang akan dituju. Segment pendengar digunakan untuk menentukan target-target yang ingin dicapai oleh stasiun radio tersebut. *Segmentasi* yang dilakukan KR Radio FM melalui beberapa cara seperti survey pendengar, penelitian, observasi dan melalui pendekatan kegiatan-kegiatan off air.

Segmentasi dilakukan oleh KR Radio FM juga untuk membantu dalam membuat pemograman acara sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan oleh pendengar, sehingga KR Radio FM dapat mengeksplorasi kreatifitas, membuat program semenarik mungkin, serta membantu pengiklan untuk menempatkan iklannya secara tepat.

Setelah melakukan survey penelitian, observasi dan pendekatan terhadap khalayak pendengar, KR Radio FM menentukan segmentasi bagi radionya dalam menjangkau wilayah pendengarnya. Daerah yang dijangkau meliputi Kulonprogo, Yogyakarta, Bantul, Sleman, Klaten, Kebumen, Pacitan. Purworejo, Wonosobo, Cilacap, Temanggung, Magelang dan Gunungkidul

Segmentasi yang dilakukan KR Radio FM adalah menjangkau usia

memfokuskan diri pada pemberitaan *up to date* dan berharap dapat menjadi rujukan pihak-pihak pencari informasi dengan ragam kepentingan.

Segment pendengar yang dipilih oleh KR Radio FM adalah umur dibawah 15 tahun sebanyak 5% yang dituju, umur 15 sampai 19 tahun 15%, umur 20 sampai 29 tahun sebanyak 30 %, umur 30 tahun sampai 39 tahun sebanyak 30% dan lebih dari umur 40 tahun sebanyak 20%. Klasifikasi pendengar KR Radio menurut jenis kelamin adalah pria 50% dan wanita 50 %. Sedangkan untuk klasifikasi pendengar KR Radio FM dibagi lagi menjadi menurut usia, sosial ekonomi, pendidikan dan profesi. Klasifikasi pendengar dibuat berdasarkan format dari KR Radio yang mengambil format keluarga..

Oleh karena sifatnya yang lokal, dalam radius jangkauannya radio harus memiliki segmen yang tajam dan jelas siapa yang ingin dijangkau (Kasali,1998:476). Segmentasi keluarga KR Radio FM merupakan segmen yang luas dan menjangkau semua *range* umur khalayak pendengar. Maka segment yang ada di KR Radio FM masih memiliki kelemahan dalam menjangkau khalayak pendengar yang dituju. Khalayak pendengar yang dituju masih dalam cakupan umum yang luas dan cenderung mempunyai karakter masing-masing yang berbeda dalam

memenuhi kebutuhan pendengar yang majemuk membutuhkan sumber daya yang banyak.

Segmentasi yang dijelaskan (Lupiyoadi,2001:39) diperbandingkan dengan keadaan yang terjadi pada KR Radio FM. Segmentasi yang dilakukan KR Radio FM adalah menjangkau kalangan yang luas dari umur 15 tahun kebawah sampai 40 tahun keatas. Kondisi ini tidak memungkinkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang heterogen. Kebutuhan setiap individu berbeda-beda dan sangat beragam. Oleh karena itu, segmentasi KR Radio FM dengan klasifikasi umur yang dibuat perlu usaha yang keras untuk memenuhi kebutuhan pendengar dalam menjangkau segment tersebut.

KR Radio FM sebagai radio yang masih baru bersaing ketat dalam memperoleh segmentasi pendengar yang ada. Segmentasi yang tidak tepat akan membuang-buang sumber daya yang ada. Misalnya seperti bagian segment umur remaja (15 sampai 20 tahun) yang diambil KR Radio FM, akan kalah bersaing dengan radio lain (Radio UTY FM, Prambors Radio FM) yang memberikan porsi lebih besar dan tajam pada klasifikasi umur yang sama.

Klasifikasi pendengar KR Radio FM terbanyak ada pada kisaran umur dewasa yaitu 20 sampai 29 tahun sebanyak 30 %dan 30 sampai 39 tahun sebanyak 30 %. Artinya segmentasi pendengar terbanyak yang

...ada di kisaran umur tersebut seliter 60% dari total. Jika KR

Radio FM memaksimalkan segmentasi sebesar 60% untuk meraih pendengar yang dijangkau, maka bagian 40 % (<15 tahun 5 %, 15 samapai 19 tahun 15 % dan 40 tahun keatassebanyak 20%) akan terabaikan percuma. Tetapi jika KR Radio FM menjangkau seluruh segmentasi pendengar yang dibuat, maka segmentasi tersebut akan kalah saing dengan pesaing-pesaing yang lebih segmented dalam menjangkau pendengar. Hal ini mengakibatkan kehilangan pencapaian *competitive advantages* (keuntungan dalam bersaing) kepada pesaing-pesaing dari KR Radio FM yang sudah ada. Saingan KR Radio FM yang mengarah kepada segmentasi serupa yang dijangkau adalah Radio RB FM yang juga mempunyai segment pendengar radio mendekati sama dengan *positioningnya* berupa slogan “Citra Radio Keluarga”.

Sebagai penjual produk jasa, KR Radio FM menginginkan program acara yang dipakai sebagai jasa mereka dapat terjangkau oleh semua segment pendengar. Namun mungkin tidak semua segment pendengar KR Radio FM dapat terjangkau oleh program-program tersebut. Hal ini dikarenakan klasifikasi umur yang dijangkau heterogen sedangkan program-program acara yang disajikan terbatas.

b. Targeting KR Radio FM

Targeting merupakan langkah selanjutnya yang dilakukan oleh KR Radio FM setelah segmentasi dalam langkah menciptakan *positioning*.

pendengar yang ingin dijangkau. Melalui slogan “Terdepan dalam Informasi dan Hiburan”, target pendengar KR Radio FM menjangkau anak-anak, remaja, dewasa, orangtua dan lanjut usia dengan menyajikan program-program khas kearifan budaya lokal.

Penjelasan (Masduki,2001:21) yang menjelaskan bahwa Jika *segmentasi* adalah mengelompokan sasaran khalayak pendengar, maka *targeting* merupakan tujuan dari stasiun radio untuk menjangkau khalayak pendengar sesuai yang diinginkan. Tujuan KR Radio FM adalah dapat menjadi radio yang bisa menyajikan berbagai informasi yang up to date juga menyajikan acara hiburan yang khas dengan kearifan budaya lokal. KR Radio FM memberikan informasi dan hiburan bagi masyarakat agar lebih dipahami dan dimengerti selama memberikan maslahat bagi masyarakat

Kondisi dimana “kue” yang dibagi kepada khalayak pendengar sudah semakin terisi membuat target pendengar semakin sedikit tersisa. Maka KR Radio FM sebagai stasiun yang dikatakan baru harus berusaha “merebut” porsi yang telah dimiliki oleh stasiun radio lain dengan menghadirkan format stasiun yang berbeda dan menyajikan program-program berkualitas agar dapat menarik target pendengar yang diinginkan. Target pendengar dikatakan optimal jika mampu mencapai hasil sesuai

Target pendengar yang ingin dicapai oleh KR Radio FM dalam menjangkau sasaran sangat luas dengan daerah jangkauan Kulonprogo, Yogyakarta, Bantul, Sleman, Klaten, Kebumen, Pacitan. Purworejo, Wonosobo, Cilacap, Temanggung, Magelang dan Gunungkidul

Mengingat segmentasi yang luas, maka targetting yang ingin dicapai KR Radio FM memiliki potensi yang luas. Semakin besar sasaran maka semakin besar pula nilainya. Namun sesuai yang dijelaskan Clancy & Shulman dalam buku (Kasali, 1998:375). Kriteria yang ingin dicapai KR Radio FM dalam menjangkau target pendengar bisa dikatakan masih belum optimal. Hal ini berdasarkan data yang ada mengenai segmentasi yang dilakukan KR Radio FM. Target pendengar yang dijangkau optimal jika segment yang dipilih tepat sasaran dengan artian yang tajam dan jelas siapa yang akan dituju.

Adanya persaingan antara stasiun radio yang mempunyai kesamaan target pendengar (RB FM) yang memiliki segment keluarga "Citra Radio Keluarga" dan Trijaya FM yang memiliki target pendengar profesional muda yang membutuhkan berita dan informasi). Hal ini membuat penempatan target pendengar KR Radio FM harus bersaing ketat dengan radio lain yang sudah mempunyai target pendengar yang tajam dan jelas.

c. Positioning KR Radio FM

KR Radio FM sebagai media radio baru di Yogyakarta

khalayak. Positioning dilakukan KR Radio FM untuk memberikan *image* stasiun dan melekatkan nama KR Radio FM kepada khalayak pendengar. Sebagai media produk jasa yang menyajikan program-program acara *on air* maupun *off air*, KR Radio FM melakukan *positioning* dengan tujuan melekatkan citra diri kepada khalayak pendengar dan menyajikan program-program acara yang diminati.

Penciptaan *positioning* didalam KR Radio FM melalui beberapa tindakan di tubuh radio sendiri. Seperti pemberian nama KR yang mem*positioning* bahwa radio ini milik KR Group. Slogan yang dibuat yaitu “ Terdepan dalam Informasi dan Hiburan” yang mengartikan bahwa radio ini ingin diingat khalayak pendengar sebagai radio yang mengedepankan informasi dan hiburan. Pemilihan segment yang mendasari program-program acara yang disajikan termasuk usaha KR Radio FM dalam mengenalkan produk jasanya kepada khalayak dan sponsor. Positioning yang dilakukan KR Radio FM melalui beberapa tahapan dan proses yang diciptakan dari hasil berbagai tindakan. Tindakan yang dilakukan berdasarkan langkah untuk mengenalkan identitas radio ke khalayak pendengar.

KR Radio FM dalam menyelenggarakan *positioning* melalui beberapa cara yang ditempuh agar berjalan sesuai yang diinginkan. Beberapa cara yang diciptakan *positioning* KR Radio FM yang sesuai dengan penjelasan (Kasali, 1998:522-523).

1). Positioning berdasarkan perbedaan produk marketer.

KR Radio FM menghadirkan kemasan berita yang dipadu dengan hiburan yang memiliki ciri kearifan budaya lokal.

2). Positioning berdasarkan manfaat Produk

Manfaat yang diberikan oleh KR Radio dalam hal positioning adalah memberikan program acara pendidikan seperti Kaweruh Basa Jawa yang beris tentang pendidikan berbahasa Jawa. Program Kereindie bagi pendengar usia remaja yang memilih bermain musik di indie level.

3). Positioning berdasarkan Pemakaian

Melalui program-program off air, KR Radio FM menawarkan kepada khalayak untuk mendengarkan acara-acara yang disajikan.

Langkah-langkah positioning yang diciptakan KR Radio FM merupakan standar manajemen dari stasiun radio tersebut. Penjelasan Kotler (Kotler, 1997:265) mengenai langkah-langkah positioning yang diambil. Beberapa langkah KR Radio FM yang telah diimplementasikan.

- 1). *Attribute positioning*: adalah keberadaan dari perusahaan itu yang menciptakan *positioning*. Pindahan dari Kulonprogo ke Jalan Pangeran Mangkubumi merupakan bagian *positioning* yang telah

... .. KR Radio FM diilik merupakan tempat

2). *Application positioning: positioning* yang didapat karena penggunaan dari produk yang pas untuk konsumen tertentu. Seperti penyajian program-program acara yang diperuntukan bagi khalayak pendengar tertentu. Program acara koesplus mania, beatlesmania, Kr Reggae.

Banyak langkah *positioning* yang telah diciptakan oleh KR Radio FM. Beberapa diantaranya masih terlihat belum sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh (Shimp,2003:443) bahwa *positioning* yang efektif adalah *positioning* yang dapat menyadari dan mengeksploitasi kelemahan lawannya. Hasil yang diperoleh dari wawancara dan pengumpulan data, *Positioning* yang diciptakan oleh KR Radio FM untuk meraih pendengar dan sponsor yang dilakukan melalui berbagai langkah. Beberapa *Positioning* yang dilakukan KR Radio FM tidak efektif. Program acara yang menjadi salah satu bentuk *positioning* yang dilakukan oleh KR Radio FM memiliki kesamaan dengan program acara lain yang sudah menjadi unggulan dan mempunyai banyak pendengar. Hal ini membuktikan bahwa KR Radio FM belum mampu menciptakan program acara yang berbeda dari program acara pesaing dan merebut banyak pendengar.

Program Direktur KR Radio FM mengatakan bahwa program-program acara KR Radio FM yang menjadi salahsatu bentuk *positioning* masih memiliki kemiripan dengan program acara radio lain seperti RB

diperebutkan semakin sedikit serta persamaan karakter jangkauan pendengar membuat sulitnya menentukan program acara yang berbeda .

Radio Retjobuntung FM menjadi pesaing terdekat KR Radio FM Pemilihan segment KR Radio FM hampir memiliki kesamaan dengan radio Retjobuntung FM. Ini dilihat dari pengelompokan range usia yang dituju. Segment yang dituju merupakan segment yang luas. Namun Radio Retjobuntung telah melekatkan format “Citra Radio Keluarga” untuk radionya. Sebagai radio pesaing, KR Radio FM memberikan Segment pendengar yang dipilih oleh KR Radio FM adalah umur dibawah 15 tahun sebanyak 5% yang dituju, umur 15 sampai 19 tahun 15%, umur 20 sampai 29 tahun sebanyak 30 %, umur 30 tahun sampai 39 tahun sebanyak 30% dan lebih dari umur 40 tahun sebanyak 20%

Tabel 6
Target pendengar Radio Retjo Buntung

No	Umur	Presentase
1	<15 Tahun	10 %
2	15-19 Tahun	10 %
3	20-29Tahun	25%
4	30-39Tahun.	25%
5	40- 49 Tahun	15%
6	>50 tahun	15%

Sumber : diakses 28 Juli 2010 8.35 WIB

Positioning KR Radio FM sebagai penjual jasa adalah menetapkan beberapa langkah segmentasi untuk menjangkau daerah sasaran pendengar, targeting sebagai radio keluarga yang membutuhkan informasi dan hiburan. Langkah selanjutnya yaitu formatting KR Radio FM yang mengarah pada format berita dengan format *adult contemporary* sebagai hiburannya. Produk jasa yang dikenalkan kepada khalayak pendengar dan sponsor adalah program siaran. Program siaran KR Radio FM menciptakan image kepada khalayak tentang bagaimana identitas KR Radio FM.

Penjelasan (Kotler,1997:265) mengenai strategi yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan positioning. Keberadaan KR Radio FM sebagai anak perusahaan PT BP Kedaulatan Rakyat Group memberikan dampak positif terhadap positioning yang diselenggarakan. Sinkronisasi antara anak media yang menjadi bagian dari perusahaan mempermudah KR Radio FM dalam mengenalkan radionya. Misalnya seperti SKH Kedaulatan Rakyat yang mempunyai jumlah pembaca terbesar di DIY dan mempunyai pencitraan yang luar biasa kepada masyarakat.

Sebagai stasiun radio yang tergolong baru, KR Radio FM tentunya melakukan usaha untuk menyajikan produk jasanya yang baik, mempunyai ciri khas pembeda dari pesaing-pesaingnya. Namun kenyataan

radio lain pada umumnya. Hal ini membuat positioning KR Radio FM terkesan mengikuti radio-radio lain.

Pesaing-pesaing yang terlebih dahulu membidik sasaran pendengar, membuat porsi pendengar yang ada semakin sempit. Positioning yang dijelaskan (Kasali, 1998:522-523) belum sesuai dengan kondisi yang ada di KR Radio FM. Positioning yang diselenggarakan masih belum menunjukkan *Unique Product Point* atau perbedaan produk terhadap pesaing. Hal ini dilihat dengan penyajian program acara yang mempunyai kemiripan. *Competitive* positioning terhadap pesaing-pesaing dari KR Radio FM masih sedikit mempengaruhi positioning yang diselenggarakan. Karena radio-radio lain yang sudah ada sebelumnya masih memiliki daya tarik yang kuat kepada pendengarnya.

Dari beberapa langkah yang dilakukan KR Radio FM dalam melakukan *positioning*, masih ada beberapa langkah yang belum sesuai dengan penjelasan Darmanto. Langkah yang belum sesuai dengan apa yang dilakukan KR Radio FM dengan teori yang dijelaskan oleh (Darmanto, 2000:13).

a) KR Radio FM dalam melakukan langkah-langkah *positioning* belum melakukan peluang yang ada. Terbukti program-program acara yang ada di KR Radio FM mempunyai kemiripan dengan program-program

- b) Mencapai untuk melaksanakan positioning yang direncanakan serta solusi apabila ada resiko dan hambatan yang ada.

KR Radio FM belum melakukan langkah positioning yang tepat untuk meraih pendengar dan iklan secara efektif. Hal yang mendasari pernyataan tersebut adalah sesuai yang dijelaskan (Triartanto,2010:59-60).

- a) KR Radio FM belum menjadi stasiun radio "yang pertama" dalam sebuah/suatu hal.
- b) Salam pendengar "Sahabat KR" mempunyai kesamaan dengan radio lain yaitu radio Sonora FM. KR Radio FM terlihat meniru stasiun radio lain atau menjadi "*me too station*" (stasiun radio pengekor).

d. Formating KR Radio FM

Penerapan format stasiun KR Radio FM erat kaitannya dengan kebijakan penyelenggaraan siaran yang cenderung segmented karena setiap format stasiun radio memiliki karakter dalam sajian musik, informasi dan pola siaran. Format yang ada ditentukan sesuai segmentasi yang dibuat agar dapat menjangkau sasaran dengan tepat.

Format Stasiun radio yang tepat seperti yang dijelaskan oleh (Dominick, dkk,2001:170). KR Radio FM telah mengidentifikasi pendengar dengan cara melakukan survey pendengar, observasi dan kegiatan-kegiatan *off air* dengan tujuan pendekatan terhadap pendengar yang dijangkau. Identitas KR Radio FM dengan slogan "Terdepan dalam

adalah radio dengan format informasi sekaligus hiburan. KR Radio FM dalam hal format stasiun, menyajikan program-program acara sesuai dengan kebutuhan segment keluarga seperti bening hati yang disajikan untuk keluarga dipagi hari yang membutuhkan siraman rohani, Koes Plus Mania, Beatles mania yang diperuntukan bagi para penggemar group legendaris tersebut.

1. Format program stasiun KR Radio FM

Format program stasiun KR Radio FM adalah berlatar news atau informasi dengan keraifan budaya lokal juga nilai edukasi. KR Radio FM memfokuskan diri pada pemberitaan up to date berharap dapat menjadi rujukan pihak-pihak pencari informasi dengan ragam kepentingan sesuai dengan company profile KR Radio FM 2010.

KR Radio FM juga menggunakan format *Adult Contemporay*. Cakupan pendengar untuk format ini cukup luas, umumnya kelompok usia 25 hingga 34 tahun sesuai klasifikasi pendengarnya sebanyak 60 % dan memiliki daya beli tinggi Pendengarnya lebih toleran terhadap ragam musik dan biasanya rating lebih tinggi Persaingan pasarnya sangat ketat. Informasi menjadi hal yang sangat penting dalam format ini, maka diperlukan orang-orang yang berbakat untuk menanganinya KR Radio FM menyajikan lagu-lagu yang diperuntukan pendengar

bentuk positioning bagi stasiun radio terhadap image yang akan ditimbulkan setelah mendengarkan acara tersebut.

Jenis Program siaran di KR Radio FM meliputi Program musik seperti Musik Dangdut Jos, Silhouette Nada, Koes Plus Mania, Beatles Mania, Kaer Indie, Slow Rock, Kr Reggae, kr indochart. Program musik yang ada di KR Radio FM merupakan bagian dari penyesuaian segmentasi yang dilakukan. Program drama radio yang menyajikan acara drama suara, acting dengan alur cerita dan dialog. Jenis program siaran lainnya adalah program berita yaitu Sewarna yang menyajikan acara sekilas berita informasi yang up date sebagai bentuk perwujudan positioning yang dilakukan.

Format stasiun yang dibentuk belum mencitrakan KR Radio FM kepada pendengar sebagai radio informasi dan hiburan karena masih sedikitnya program acara yang berisi informasi berita.

e. Programming KR Radio FM

Programming KR Radio FM erat kaitanya dengan positioning yang dilakukan. *Programming* menentukan pemilihan selera pendengar kepada program siaran yang disajikan. KR Radio FM melakukan survey penelitian dan pendekatan terhadap pendengarnya. Tindakan ini ditujukan untuk mengetahui kondisi psikografi dan demografi sehingga tahu kapan program ini disiarkan dan apa saja isi dari program siaran yang disajikan.

Programming yang dijelaskan Sydney W Head mencakup 5 elemen pada radio. Program acara yang disiarkan KR Radio FM merupakan penyesuaian dari kondisi masyarakat yang menjadi target pendengarnya. Hal ini sesuai dengan jadwal program acara yang dibuat sesuai dengan kebutuhan khalayak pendengar.

1). Penyesuaian Program Acara

Jadwal acara untuk waktu pagi hari adalah program acara bening hati yang menyajikan isi siraman rohani. Acara ini disesuaikan dengan kondisi masyarakat yang masih sedikit aktifitas dan untuk memberikan semangat dalam menjalani hidup.

Jadwal acara untuk malam hari *prime time* disesuaikan dengan kondisi masyarakat yang sedang sibuk-sibuknya melakukan aktifitas. Program ini menyajikan acara musik seperti Kaerindie, Beatles Mania, Radio Action. Program acara seperti ini diperuntukan bagi mereka yang menyukai acara khusus musik dengan format penyajian khusus.

Program-program acara yang dibuat KR Radio FM dengan mengatur jadwal yang sesuai dengan kebutuhannya. Namun jenis program acaranya masih memiliki kesamaan antara program yang lain. Seperti program acara Silhaoutte Nada 1 dengan Silhaoutte Nada 2, TKO1 dengan TKO2. Program seperti itu dapat membuat pendengar

... dan ... ini dan ... sama dengan ... siaran

2). Kebiasaan Pendengar

Kebiasaan pendengar untuk menikmati program acara yang disiarkan, memberikan tantangan bagi stasiun radio untuk melakukan inovasi-inovasi di setiap acaranya agar dapat memperthankan selera pendengar. KR Radio FM dalam melakukan usaha tersebut membentuk tim kreatif program agar berjalan berbeda. Selain itu KR Radio FM melakukan interaksi langsung kepada pendengar melalui telepon, email atau sms dengan harapan dapat meningkatkan jumlah pendengar.

3). Mengontrol Aliran pendengar.

Setiap stasiun radio tentunya menginginkan jumlah pendengar radio yang banyak dan tidak berpindah ke saluran radio lain. Mengontrol aliran pendengar adalah memaksimalkan jumlah pendengar yang ada dan meminimalisir jumlah pendengar yang pindah saluran dengan menyajikan program siaran yang berbeda dari radio lain.

KR Radio FM dalam penyajian isi program acara sesuai dengan yang dikatak rogram direktunya Pandu Andhika, mengalami kesulitan dalam mengembangkan program acara. Banyaknya radio-radio yang ada di yogyakarta dengan menampilkan program-program acara sangat bervariasi membuat sempitnya program acara. Oleh

dengan stasiun radio lain. Kondisi ini dapat membuat pendengar KR Radio FM sulit untuk bertahan. Seperti Program acara Kopi Pagi yang mempunyai kesamaan dengan program acara Salam Pemirsa yang ada di radio Retjo Buntung FM.

4). Pemeliharaan sumber daya program.

Dikarenakan jam siar yang terus menerus sepanjang hari, maka ketersediaan materi dan sumber daya lainnya yang mendukung program-program harus benar-benar diperhitungkan. KR Radio FM yang mengudara 24 jam tentunya membutuhkan banyak sumber daya program yang terbatas. Tindakan yang dilakukan sesuai dengan wawancara dengan Program Direktur Pandhu Andhika adalah dengan cara mengemas ulang materi siaran dengan penyajian yang berbeda agar dapat dinikmati oleh pendengar.

5). Daya tarik yang luas.

Radio siaran harus memperhatikan perbedaan minat dan kesukaan dari para pendengarnya. Sehingga harus diupayakan program-program acara yang menarik serta dapat mengkoordinir semua minat dan kesukaan pendengar. Salah satu program unggulan KR Radio FM adalah Kaerindie yang diperuntukkan bagi usia remaja dengan daya jelajah tinggi dan berideologi musik indie lebel. Program lain yang menjadi daya tarik adalah Kaweruh Basa Jawa yang