

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA

1. Proses Perencanaan *Positioning* BFM Radio 104,6 FM

Sebuah perencanaan sangat penting untuk memulai segala sesuatunya dalam menyampaikannya *positioning* kepada khalayak ramai dalam hal ini adalah BFM Radio 104,6 FM. Pertumbuhan beberapa industri dunia penyiaran di Belitung menandakan bahwa masyarakat Belitung mulai melirik media satu ini sebagai media untuk mencari hiburan serta informasi, maka dari itu stasiun radio berusaha menciptakan *stasiun image* (citra perusahaan) yang dibangun sehingga dapat membedakan stasiun radio miliknya dengan stasiun radio lainnya.

Untuk menjadi radio yang diminati pendengar, radio tersebut haruslah mengetahui kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan oleh pendengarnya, dengan cara memberikan suguhan program yang menarik dan sesuai dengan target serta segmentasi yang dituju oleh radio tersebut. *Positioning* yang baik akan meningkatkan jumlah pendengar dan pengiklan pada BFM Radio 104,6 FM, karena pendengar dan pengiklan adalah unsur yang penting dan memiliki pengaruh yang besar dalam industri penyiaran. Saat ini terdapat stasiun radio di Belitung yang format siaran dan segmennya sama dengan BFM Radio 104,6 FM yaitu Radio Suara Praja 102,2 FM milik dari Pemerintah Daerah Kabupaten Belitung, yang mana radio tersebut sudah lebih dulu

menemani dan menghibur masyarakat Belitung dibandingkan dengan BFM Radio 104,6 FM dan telah mendapatkan tempat di hati pendengarnya.

Dalam melakukan *positioning* radio melakukan perencanaan dan tahap-tahapan yang harus direncanakan agar apa yang diinginkan bisa tercapai sesuai dengan keinginan dari radio tersebut. BFM Radio 104,6 FM menunjukkan bahwa radio ini adalah radio masyarakat Belitung dengan menyuguhkan program berisi edukasi dan hiburan kepada masyarakat Belitung dan sekitarnya, memberikan hiburan dengan memutarakan berbagai lagu dan *genre* musik yang beragam serta menyuguhkan informasi-informasi untuk sekitaran area lokal pulau Belitung, nasional bahkan mancanegara serta memberikan pemahan kepada masyarakat Belitung untuk bangkit. Menjaga kedekatan dengan para pendengar dengan cara selalu menyapa melalui program-program *on-air* yang interaktif dan kegiatan *off-air* yang diadakan.

Terdapat langkah-langkah yang harus diencanakan terlebih dahulu dalam melakukan *positioning* agar apa yang dituju bisa dicapai sesuai keinginan. Hal ini dilakuakn agar BFM Radio 104,6 FM bisa lebih mendapatkan pengakuan dari khalayak khususnya masyarakat Belitung dan sekitarnya sebagai radio yang membanggakan bagi masyarakat Belitung. Selain itu juga bisa menjadi radio yang menyajikan apa yang menjadi kebutuhan khalayak

Perencanaan *positioning* BFM Radio 104,6 FM ditentukan disaat awal berdirinya radio melalui rapat bersama dengan karyawan dan pemilik radio yaitu Ozzie Azzura dan Zikri Hayat. Karena rasa kekhawatiran dengan masyarakat Belitung yang masih dirasa kurang dalam menerima informasi dan edukasi dan ingin mengganti hiburan *on ground* (panggung dangdut) yang banyak negatifnya maka BFM Radio 104,6 FM mengganti hiburannya dengan media radio yang menyajikan musik dan lagu serta mempererat silaturahmi setiap pelosok desa. Pada rapat tersebut diputuskan bahwa *positioning* BFM Radio 104,6 FM adalah radio untuk masyarakat Belitung yang menyajikan hiburan sekaligus edukasi serta mengangkat segala potensi yang ada di Pulau Belitung. Adapun proses perencanaan yang dilakukan Radio BFM 104,5 seperti yang diutarakan oleh Zikri Hayat selaku Head Operation dan Indra Pablo selaku Manajer Siaran BFM Radio 104,6 FM, yaitu diantaranya:

- a. Menentukan visi dan misi sebagai pegangan seluruh komponen radio.

Visi dan Misi yang telah ditetapkan oleh BFM Radio 104,6 FM bertujuan supaya dapat berjalan dengan fungsi dari BFM Radio 104,6 FM yang telah ada, dimana visi dan misi yang dimiliki dari BFM Radio 104,6 FM adalah sebagai berikut:

Visi BFM Radio 104,6 FM:

Menjadi Radio Profesional dan agen perubahan terbaik untuk Belitung.

Misi BFM Radio 104,6 FM :

1. Memberdayakan masyarakat Belitung.
 2. Mengembangkan program pilihan mencerdaskan.
 3. Meningkatkan kepedulian akan budaya dan lingkungan Belitung.
 4. Memberi kepuasan kepada pendengar dan mitra usaha.
 5. Membangun semangat pemikiran Positif kepada masyarakat.
- b. Menentukan segmentasi pasar

Segmentasi pasar telah ditentukan diawal berdirinya BFM Radio 104,6 FM dengan melalui rapat dengan pemilik serta karyawan di BFM Radio 104,6 FM. Target pendengar dapat dilakukan dengan cara melakukan segmentasi yang nantinya berguna untuk mengetahui jumlah pendengar dari BFM Radio 104,6 FM. Dilihat dari segmentasi dan format siarannya BFM Radio 104,6 FM memiliki kesamaan dengan kompetitornya yaitu Radio Suara Praja 102,2 FM. Hal ini tentu saja membuat BFM Radio 104,6 FM harus memiliki strategi khusus untuk mendapatkan pendengar dengan menciptakan program yang kreatif dan orisinal serta berbeda dengan radio kompetitornya. Berikut adalah segmentasi dari BFM Radio 104,6 FM sesuai dengan klasifikasinya masing-masing:

- 1) Usia : dibawah 35 tahun : 20%
35 tahun keatas : 80%
- 2) Jenis Kelamin : Laki-laki : 60%
Perempuan : 40%
- 3) Pendidikan dan Pekerjaan : Pekerja : 50%
Pelajar & Mahasiswa : 25%
Ibu Rumah Tamgga : 20%
Pengangguran : 3%
Lain-lain : 2%
- 4) S.E.S: B : 20%
C : 80%
- 5) Psikografi: Pendengar BFM adalah pria dan wanita yang bangga menjadi warga Belitung. Mereka memiliki keingintahuan yang besar terhadap berbagai hal yang baru dan peka terhadap lingkungan.

c. Menentukan bahasa siaran

Bahasa siaran menjadi identitas dari sebuah radio, dimana orang hanya dengan sekali dengar saja langsung mengetahui radio apa yang sedang didengarkan. Begitupun dengan BFM Radio 104,6 FM, menggunakan bahasa siaran radio yang khas dan berbeda dengan stasiun radio lain dengan menggunakan campuran bahasa Indonesia dan melayu Belitung sehari-hari menjadi ciri dan khas dari BFM Radio 104,6 FM.

“Dengan penggunaan bahasa Belitung sebanyak 60% dan 40% menggunakan bahasa Indonesia, karena memang dikhususkan untuk masyarakat dan mengikat budaya melayu Belitung.” (Hasil wawancara dengan Indra “Pablo”, Manajer Siaran, tanggal 23 Juni 2016).

d. Mengamati radio pesaing

Di tahap selanjutnya adalah melakukan tahap memantau pesaing. Fungsinya untuk memacu BFM Radio 104,6 FM dan memberikan gambaran kepada BFM Radio 104,6 FM untuk pembuatan program acara sehingga memiliki ciri khas tersendiri dan beda dengan program acara dari radio pesaingnya. Kekhasan tersebut menjadi citra untuk memperkenalkan BFM Radio 104,6 FM kepada khalayak sebagai radio edukasi dan hiburan.

“Setelah radio BFM hadir radio-radio lain di Belitung mulai berbenah namun Radio BFM yang pertama memiliki surat izin layaknya radio ditanah jawa Lahirnya radio BFM membuat radio lain lahir dengan gaya siaran dan format lagu mirip seperti Radio BFM, jadi semua radio adalah kompetitor. Namun kalau ditanya kompetitor yang dirasa paling berat, adalah Radio Praja 102,2 FM milik pemerintah daerah kabupaten Belitung” (Berdasarkan wawancara tanggal 27 Mei 2016 dengan Zikri Hayat selaku Head Operation BFM Radio 104,6 FM).

e. Melakukan kerjasama dengan pihak lain

BFM Radio 104,6 FM bisa berdiri hingga sekarang tentu saja karena ada bantuan dari beberapa pihak yang mendukung.

Keberlangsungan radio tersebut:

“Kerja sama itu misalnya dengan pemasang iklan dengan label label musik dari Jakarta seperti Nagaswara, Musica Studio, RPM dan masih banyak lagi. Jadi lagu-lagu yang diputar di radio BFM gak ada yang download karena langsung dikasih dari label. Kalo dari pemerintah daerah kerjasama dengan pihak dinas kesehatan dan pariwisata

seperti layanan masyarakat seperti kampanye anti narkoba, penyakit DBD, HIV /AIDS dan lain-lain” (Hasil wawancara dengan Indra “Pablo”, selaku Manajer Siaran BFM Radio 104,6 FM, tanggal 23 Juni 2016).

Selain bekerja sama dengan pihak label dan pemerinta daerah BFM Radio 104,6 FM juga bekerja sama dengan sindikasi dan network jaringan MNC Network dimana bekerja sama dengan SINDO TRIJAYA untuk program POLEMIK dan BULETIN SORE. Lalu BFM Radio 104,6 FM adalah radio pertama di Belitung dengan sindikasi dan jaringan VOICE OF AMERICA untuk berbagi acara dari VOA. Selanjutnya BFM Radio 104,6 FM dengan sindikasi dan jaringa USA Alwasler Top 20 untuk tangga lagu terbaik live dari Los Angeles. Kemudian BFM Radio 104,6 FM bekerjasama dengan Media Islam Net untuk acara Voice Of Islam. Dan terakhir sindikasi dari jaringan Radio KPK untuk streaming edukasi pemberantasan korupsi.

Saat ini media penyiaran entah itu televisi maupun radio menjadi sebuah peluang bisnis yang menjanjikan dan memiliki persaingan yang sangat ketat didalamnya. Maka dari itu radio harus menciptakan strategi untuk mempengaruhi audiens dan membawa radionya melangkah maju kedepan dalam menghadapi persaingan. BFM Radio 104,6 FM merupakan radio masyarakat Belitung yang menyajikan edukasi dan hiburan kepada masyarakat yang telah berdiri sejak tahun 2008 di Tanjung Pandan, Belitung dengan segmentasi keluarga.

Adapun konsep STPPF dalam pembentukan *positioning*

BFM Radio 104,6 FM diantaranya adalah:

a. Segmentasi

Masing masing stasiun radio pasti memiliki siapa yang menjadi segmen pendengarnya. Dengan demikian pengelola radio bisa lebih mudah menentukan dan memahami pendengarnya serta program acara yang dibutuhkan dan diinginkan serta mempertahankannya dari radio pesaing, dalam hal menarik para pendengar. BFM Radio 104,6 FM membidik pasar pendengar keluarga dan seluruh masyarakat Belitung khususnya masyarakat Melayu Belitung dengan segmentasi semua usia dari anak-anak hingga orang tua.

“Segmentasi pendengar itu sederhana jadi kita membuat radio ini disegmentasikan khusus untuk orang Melayu Belitung khusus untuk menggarap pasar melayu adalah yang paling utama kita garap, jelas sekali kita membangun kesadaran untuk melayu dengan rasa memiliki melayu maka sudah menjadi domain kita bahwa melayu itu ada di radio BFM. Segmentasi kita fokuskan untuk melayu dan untuk semua usia, tadinya saya menyadari radio ini cukup untuk usia 13 tahun hingga 45 tahun tetapi kenyataannya adalah semua usia.

Tetapi hampir rata-rata pendengar usia tua itu mendengarkan radio BFM umur 70 80 pun masih mendengarkan radio BFM, anak kecil juga mendengarkan BFM sehingga kita memiliki segmentasi yang lebar dan kita merangkum menjadi keluarga Belitung segmentasinya, fokus untuk keluarga melayu Belitung” (hasil wawancara dengan Ozzie, Pemilik BFM Radio 104,6 FM, tanggal 12 Juli 2016).

b. *Targeting*

Targeting erat kaitannya dengan pasar yang dituju stasiun radio dalam menjual produknya berupa jasa hiburan dan informasi. Target pendengar dari BFM Radio 104,6 Fm adalah masyarakat melayu Belitung karena pasarnya lebih besar dan memudahkan pemasang iklan untuk menysasar targetnya. Berdasarkan dari persentase segmentasi yang ditentukan oleh BFM Radio 104,6 FM adalah masyarakat Belitung dan sekitarnya yang berusia 35 tahun keatas sebanyak 80% dan dibawah 35 tahun dengan persentase sebanyak 20% dan dengan golongan menengah dan menengah kebawah (Data Company Profile BFM Radio 104,6 FM)

“Kitalah yang menentukan bersama tim kreatif jadi kita tentukan. Stategi kita adalah kita menjual marketnya melayu kebutuhan pasar melayu karena saya berfikir masyarakat melayu itu luas lebih besar pasarnya jadi bisa mengolah mereka menjadi tempat bagi para pemasang iklan jadi saya pilih mereka sebagai target. Dan kitalah memang yang membentuk pasar itu. Diluar orang melayu saya anggap bonus dan *secondary market*” (hasil wawancara dengan Ozzie, Pemilik BFM Radio 104,6 FM, tanggal 12 Juli 2016).

c. *Positioning*

Positioning adalah kegiatan yang dilakukan sebuah stasiun radio untuk membedakan dengan stasiun radio pesaing lainnya guna membangun citra dari BFM Radio 104,6 FM yang ingin diberikan kepada calon pendengar dan calon pengiklan agar radio mendapatkan posisi di benak pendengar.

“*Positioning* sangat penting bagi Radio BFM karena hal ini yang bisa membedakan kita Radio BFM dengan radio lain yang ada di Belitung ini. Maka dari itu Radio BFM sebisa mungkin membuat radio ini bisa langsung dikenali dengan hanya sekali dengar saja dengan cara gaya siaran yang beda, pemilihan bahasanya, gurauan dari penyiarinya, pemilihan lagu yang dipakai” (Wawancara dengan Zikri Hayat, selaku *Head of Operations* Radio 104,6, tanggal 13 Juli 2016).

Positioning BFM Radio 104,6 FM adalah ingin menampilkan *image* atau citra radio sebagai radio masyarakat Belitung, supaya pendengar dapat mengenal bahkan akrab dengan BFM Radio 104,6 FM serta membedakan BFM Radio 104,6 FM dengan stasiun radio yang lain. Radio masyarakat Belitung bermakna bahwa radio yang dapat mewakili dan menjadi sarana berbagi informasi masyarakat Belitung dan sekitarnya, sekaligus menjadi tempat beinterksi dan menyampaikan pendapat maupun ide.

“*Positoning* kita sederhana adalah kita ingin menjadi radio utama orang Belitung. Kita berharap juga dengan adanya BFM Radio ini bisa menjadi sarana informasi masyarakat Belitung dan sekaligus menjadi tempat berinteraksinya masyarakat untuk menyampaikan pemikirannya, aspirasi ataupun ide-idenya, lalu juga sebagai sarana hiburan dan edukasi untuk masyarakat Belitung, alasannya memilih *positioning* itu karena kecintaan dengan kampung halaman dan kebanggaan kita menjadi orang Belitung” (Wawancara dengan Ozzie Azura, selaku Pemilik Radio 104,6, tanggal 13 Juli 2016).

d. *Formating*

Format siaran atau lebih dikenal dengan *format station* dapat dimaknai sebagai bentuk kepribadian atau identitas suatu stasiun penyiaran radio dan mengacu pada penyajian suatu

program yang didasari isi materi siarannya serta menjadi pembeda dengan stasiun radio lainnya.

Format dari acara yang ditawarkan oleh BFM Radio 104,6 FM adalah informasi, edukasi dan hiburan. Setiap saat BFM Radio 104,6 FM memberikan informasi berupa berita (*news*) baik yang terjadi di area sekitar Belitung, berita nasional hingga berita mancanegara serta memutar musik yang *easy listening/ middle of the road* (MOR) berupa lagu Indonesia dan mancanegara. Sedangkan saat-saat tertentu BFM Radio 104,6 FM menyiarkan lagu Melayu.

“Radio BFM menginformasikan Belitung, Nasional bahkan kita memiliki program VOA (Voice of Amerika) untuk menginformasikan berita dari Mancanegara, sedangkan dalam program kita yang berhubungan dengan musik Radio BFM memilih yang *easy listening/ Middle of the Road* (MOR) atau jenis musik yang enak untuk didengar saat bekerja atau berkegiatan lainnya” (Hasil wawancara dengan Indra “Pablo”, selaku Manajer Siaran BFM Radio 104,6 FM) tanggal 10 Juni 2016).

e. *Programing*

Programing adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh departemen program, yang bertugas mengatur program siaran yang dibuat sesuai dengan karakteristik masyarakat target pendengar, mulai dari jenis program, jadwal siaran, dan hubungannya dengan pengiklan. Dalam menentukan program siaran, sebuah stasiun radio harus mempertimbangkan siapa yang menjadi segmen pendengar. Program atau acara yang

disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran radio.

“Kita melakukan *brainstorming* secara internal terlebih dahulu kemudian setelah itu dirilis dimasyarakat, kita uji dalam tiga bulan program tersebut apabila bertahan dengan baik maka kita lanjutkan. Lalu kita memproduksi dan memiliki nama-nama program yang lokal dan nama-nama yang dikenal oleh masyarakat” (hasil wawancara dengan Zikry Hayat, *Head of Operations* BFM Radio 104,6 FM, tanggal 13 Juli 2016).

Pembuatan program di BFM Radio 104,6 FM tidak terlepas dari unsur hiburan dan edukasi di dalamnya dan bisa bermanfaat bagi masyarakat Belitung.

“Apapun yang kami siarkan harus berisi edukasi dan bermanfaat serta menghibur bagi masyarakat itu adalah konsep kita dalam membuat program. Tidak hanya hiburan jadi kita selalu menyisipkan pesan-pesan moral sosial, budaya, dan politik.” (Wawancara dengan Ozzie Azura, selaku Pemilik Radio 104,6, tanggal 13 Juli 2016).

2. Pelaksanaan *Positioning* BFM Radio 104,6 FM

Seperti hasil wawancara dengan pihak Radio BFM, BFM Radio 104,6 FM menggunakan beberapa cara untuk mewujudkan *positioning* yang digunakan agar lebih dikenal oleh masyarakat Belitung sebagai Radio yang memberikan edukasi serta hiburan kepada masyarakat Belitung dan sekitarnya, diantaranya adalah:

a. Station Call

Station call adalah identitas dari sebuah radio. Pemilihan nama “ Positive Tune BFM 104,6” memiliki alasan untuk menjadi kebanggaan orang Belitung:

“kita ingin nmenjadi radio utama dan menjadi kebanggan orang Belitung maka *station call* kita Positive Tune BFM 104,6 nama tersebut kita gunakan agar orang melayu memiliki jiwa yang positif juga kita ingin memberikan siaran dan menjadi radio yang bermanfaat dan memberikan dampak positif kepada pendengar melalui program acara, kegiatan atau berita informasi. *Slogan* positive tune juga mengartikan program acara yang dibawakan penyiaran berharap mampu untuk membangun hal positif bagi pendengar” (hasil wawancara dengan Zikry Hayat, *Head of Operations* BFM Radio 104,6 FM, tanggal 13 Juli 2016).

b. *Slogan*

Slogan BFM Radio 104,6 FM adalah “Radio Belitung Rase Belitung”. *Slogan* tersebut dipilih agar Radio BFM tersebut memang dikhususkan untuk masyarakat Belitung dan sekitarnya namun juga tidak menutup kemungkinan pendengar dari luar. Pembuatan dari *slogan* ini sesuai dengan tujuan dari BFM Radio 104,6 FM sendiri yaitu untuk memberikan sugesti kepada msyarakat Belitung bahwa BFM Radio adalah milik dari masyarakat Belitung serta memberikan program-program acara yang bisa berdampak positif kepada masyarakat Belitung dengan bernuansa kedaerahan dan lokal dengan mengangkat program-program acara yang memberikan edukasi sekaligus hiburan.

“*Slogan* kita adalah Radio Belitung Rasa Belitung, kita berharap radio BFM ini nantinya akan menjadi radio utamanya orang Belitung, Radio BFM juga akan memberikan program-program yang bersifat hiburan dan edukasi yang bersifat positif dengan nuansa kedaerahan agar mudah diterima oleh masyarakat” (hasil wawancara dengan Zikry Hayat, *Head of Operations* BFM Radio 104,6 FM, tanggal 13 Juli 2016).

c. Menentukan Logo BFM Radio 104,6 FM

Logo dari BFM radio 104,6 FM cukup simple berbentuk kotak namun tetap *eyecatching* sehingga mudah diingat dengan pemilihan warna kuning dan hitam. Terdapat beberapa bagian dari logo BFM Radio 104,6 FM diantaranya, tulisan “BFM” yang mana sebagai nama radionya, 104,6 sebagai *channel* frekuensi dari BFM Radio. Terdapat pula *official website* dari Radio BFM sendiri dan terdapat tulisan “Spirit of Belitung” yang mengandung arti BFM Radio ingin menjadi semangat baru untk masyarakat Belitung.

“Lambang huruf “B” dalam nama radio BFM sebenarnya memiliki arti “Belitung”. Namun orang-orang bisa menerjemahkan apa saja pada huruf “B” tersebut, misalnya Belitung, Berehun apapun itu yang berawalan dengan huruf “B”. Pihak radio tidak pernah melakukan klaim bahwa huruf “B” itu adalah Belitung FM . Jadi “B” itu adalah kosa kata yang bebas. (Hasil wawancara dengan Ozzie Azura, Pemilik BFM Radio 104,6 FM, tanggal 12 Juli 2016).



Gambar 3.1. Logo BFM radio 104,6 FM

Pemilihan warna kuning dan hitam pada logo BFM Radio 104,6 FM juga tidak memiliki filosofi khusus, pemilihan warna

tersebut hanya supaya terlihat *eyecatching* (enak dilihat) saja, lalu ditambakkannya kata “Spirit of Belitung” diharapkan agar Radio BFM menjadi spirit atau semangat baru bagi masyarakat Belitung” (hasil wawancara dengan Zikri Hayat, *Head of Operations* BFM Radio 104,6 FM, tanggal 13 Juli 2016).

d. Panggilan Pendengar

BFM Radio 104,6 FM memilih panggilan untuk pendengarnya dengan sebutan “B Lovers”. Dengan panggilan “B Lovers” membuat Radio BFM lebih menginterpretasikan bahwa panggilan tersebut ditujukan memang hanya untuk pendengar setia radio BFM.

“Kita memilih B lovers untuk menjadi panggilan pendengar setia, pendengar kan ada bermacam ada cuman pengen hiburan ada yang pengen pengetahuan ada yang iseng untuk pendengar setia untuk mereka itu namanya Blovers kita beri rewards untuk mengutamakan mereka kalo ada *trouble* pengen curhat itu lah yang membedakan dengan pendengar biasa lainnya kita karena huruf B tersebut bisa diartikan sebagai BFM bisa juga mewakili kata Belitung. Jadi radio BFM membuat mereka merasa homie” (Hasil wawancara dengan Ozzie Azura, Pemilik BFM Radio 104,6 FM, tanggal 12 Juli 2016).

e. Program Acara Unggulan

Program acara yang ada di Radio BFM 104.6 tentunya telah disesuaikan dengan kebutuhan dari masyarakat Belitung. Sesuai dengan survey yang telah dilaksanakan, maka Radio BFM 104.6 mengetahui sebagian besar orang yang seperti apa yang diinginkan oleh pendengar. Selain itu Radio BFM 104.6 membuat program acara yang unik dan didesain semenarik mungkin, baik dari segi bahasa dan gaya penyiar yang sesuai dengan segmentasi pendengar.

“Saya lihat isu dan *trend* yang ada saat ini seperti apa lalu kita terjemahkan bersama tim kreatif untuk kita buat program yang menarik dan kita olah. Apa sebenarnya yang ingin

didengarkan oleh masyarakat maka biasanya kita melakukan survey kelapangan dan bertanya apa mereka senang dengan acara ini apa mereka suka jadi kita melakukan riset terlebih dahulu” (hasil wawancara dengan Ozzie Azura, Pemilik BFM Radio 104,6 FM, tanggal 12 Juli 2016).

BFM Radio 104,6 FM memiliki beberapa acara program yang menjadi unggulan di radio tersebut. Program unggulan ini dilihat dari respon pendengar terhadap program acara tersebut. Respon pendengar dapat dilihat dari seberapa banyak penelpon interaktif dan SMS yang masuk ke BFM Radio 104,6 FM selama program tersebut berlangsung.

Strategi *positioning* BFM Radio 104,6 FM yang berbeda memberikan ciri khas bahwa BFM Radio 104,6 FM berbeda dengan radio lainnya dan menjadi keunggulan tersendiri bagi BFM Radio 104,6 FM. Strategi *positioning* BFM Radio 104,6 FM dilakukan secara mendalam dimana *positioning* disiapkan diberbagai komponen stasiun radio seperti melalui program acara *on air* dan *off air*, materi siaran, pemilihan penyiar dan kegiatan promosi.

a. Implementasi *positioning* dalam program acara

Saat ini radio sama halnya dengan industri pertelevisian dimana persaingan bisnis yang ketat demi memperoleh keuntungan dan meraup pangsa pendengar, karena semakin banyak pendengar yang diperoleh maka hal itu akan berbanding lurus dengan banyaknya pengiklan yang datang dan berlomba untuk memasang iklan di radio tersebut, tentu saja hal itu

akan menguntungkan pihak radio. Maka dari itu sebuah stasiun radio program yang dibuat harus mendapatkan *rating* yang tinggi dan menarik pendengar. Dan upaya untuk menarik pendengar adalah salah satu upaya bagian dari strategi *positioning*. BFM Radio 104,6 FM melakukannya melalui program *on air* dan *off air*.

1) Program *On Air*

Program acara yang ada di BFM Radio 104,6 FM memang sengaja dibuat beragam dan bervariasi dan selalu memprioritaskan unsur hiburan dan edukasi didalam pembuatan programnya. Hal ini sengaja dilakukan oleh BFM Radio 104,6 FM menyesuaikan segmen target yang dipilih oleh BFM Radio 104,6 FM yakni keluarga (*family*) yang terdiri dari berbagai tingkatan usia dan pekerjaan. Di bawah ini adalah program-program acara yang ada di BFM Radio 104,6 FM berikut dengan deskripsi program acaranya:

a) Program acara unggulan

Didalam membuat program BFM Radio 104,6 FM berpatokan bahwa program tersebut harus menjadi program favorit. Usia program tersebut didesain mengikuti seperti yang ada di televisi, artinya BFM Radio 104,6 FM akan mereview kembali program yang telah dijalankan, dalam kurun waktu per tiga bulan

setelah berjalannya program tersebut. Apabila tidak menarik maka akan ditarik dan diganti dengan program yang lain.

“Program unggulan hampir setiap program di radio ini adalah program unggulan kalo dipagi hari kita punya program *spirit of berehun*, *spirit of berehun* adalah program yang mengangkat isu-isu sosial dan isu terkini yang terjadi di Indonesia dan juga Belitung. Kami punya prime timenya itu biasanya jam 9 jam sembilan keatas Tanya Dokter, Bebulak, Besilat Pantun, Live Musik Panggung Cinta, Begalor dot com, B Madun, Tengah Dalu Nyarik Biak. Kemudian ada belagu yang kita buat tiga session di setiap hariya untuk kirim lagu dalam memiliki tema yang berbeda disetiap harinya, acara pada jam lima pagi sampai jam tujuh pagi itu namanya la pagi dan itu setiap harinya berbeda, siang hari kita buat berebeda malam hari kita buat berebeda” (hasil wawancara dengan Ozzie Azura, Pemilik BFM Radio 104,6 FM, tanggal 12 Juli 2016).

(1) La Pagi

Program acara La Pagi di BFM Radio 104,6 FM diadakan setiap harinya sepanjang minggu yaitu pada pukul 05.00-07.00 WIB. Uniknya pada program acara LaPagi memiliki temanya masing-masing dan nama yang berbeda dan jenis musik yang berbeda pula untuk disiarkan disetiap hari.

Seperti di hari senin ada lapagi begencak, lapagi Baladut untuk dihari selasa, lalu la pagi

Remix kemudian la pagi lejuk yang memutarakan lagu nostalgia lagu dangdut lawas, kemudian di hari jumat ada embun pagi, hari sabtunya ada la Pagi Malaysia terakhir di hari minggu ada La Pagi Gobel (goyang Belitung).

Pada acara ini pendengar bisa mengirim salam dan meminta untuk diputarkan lagu kepada penyiar dengan cara telpon interaktif atau melalui SMS (*Short Message Service*) ke BFM Radio 104,6 FM pada saat siaran.

(2) Blagu

Program acara Blagu disiarkan setiap dari hari senin sampai hari Minggu pukul 13.00 – 15.00, berbeda dengan hari Jumat program acara ditayangkan lebih awal yaitu pukul 12.35 WIB. Sama halnya dengan program La Pagi, sesuai namanya Blagu pendengar dapat meminta *request* lagu yang ingin diputarkan serta berkirim salam. Blagu memiliki nama program yang berbeda di setiap harinya seperti di hari Senin Blagu *I Love Monday*, Blagu Tribute, Blagu Kangen, Blagu Mintud, Blagu Pantun, Blagu *Ladies*, Balagu Minggu untuk Band Indy. Untuk dimalam harinya

sama dengan disiang harinya hanya berbeda pada jam siaran saja yaitu disiarkan pada pukul 18.15 – 20.45 WIB dan hanya disiarkan sampai hari Jumat saja.

Adapun nama programnya antara lain Blagu HITZ, Blagu Asyiiik, Blagu Rindu, Blagu Rock, Belitung Oi Belitung Orang Indonesia (Iwan Fals Program), Tentu saja pendengar harus menghubungi BFM Radio 104,6 FM untuk mendengarkan lagu kesayangan mereka melalui telpon atau SMS ke BFM Radio 104,6 FM.

(3) *Spirit of Berehun*

Program acara *Spirit of Berehun* disiarkan setiap hari senin hingga Jumat pukul 08.30 – 11.00. seperti program interaktif lainnya pada program ini BFM Radio 104,6 FM akan mengangkat isu-isu sosial dan *mengupdate* indormasi terkini yang terjadi di Indonesia dan juga di Pulau Belitung bersama narasumber serta mengajak pendengar untuk berdiskusi dan membahas tema yang sedang diangkat oleh BFM Radio 104,6 FM dengan menghubungi BFM

Radio 104,6 FM menggunakan telepon, SMS atau di *social media* milik BFM Radio 104,6 FM.

(4) Bebulak

Program acara Bebulak i BFM Radio 104,6 FM diadakan saat kali dalam seminggu yaitu pada hari Rabu pukul 20.50 – 22.30. Bebulak merupakan kata dari bahasa Melayu apabila diartikan ke bahasa Indonesia artinya adalah “Berbohong”, Bebulak cerita-cerita lucu atau humor keseharian masyarakat Belitung berupa obrolan singkat yang merupakan karangan dan kreasi dari penyiar dan juga pendengar yang ingin ikut berpartisipasi dalam program ini melalui telepon interaktif dan juga SMS. Sebenarnya Bebulak sama halnya seperti program acara *Stand up Comedy* namun bedanya ini ada di Radio.

(5) Besilat Pantun

Program acara unggulan seperti Besilat Pantun yang menampilkan seni budaya Indonesia yang dikenal dalam bahasa-bahasa nusantara. Program acara unjuk gigi untuk bersilat pantun mengangkat budaya masyarakat melayu yang gemar berpantun dan berkias didalam

menyampaikan pesan dimasukkan kedalam dunia penyiaran radio melalui program acara besilat pantun. Tentu saja penonton bisa berpartisipasi di acara ini dengan cara menghubungi BFM Radio 104,6 FM dengan cara telepon dan SMS.

(6) Tanya Dokter

Program acara yang membahas dunia kesehatan dan pendengar bisa bertanya langsung atau berkonsultasi kepada dokter yang diundang ke Radio bersama Dokter Anton Gunawan di setiap hari senin setiap minggunya dimulai pukul 21.00 hingga pukul 22.30. Untuk berpartisipasi atau menanyakan pertanyaan kepada dokter pendengar bisa menghubungi pihak radio melalui telepon dan SMS.

(7) Live Musik “Panggung Cinta BFM”

Acara yang mengajak penelpon untuk bernyanyi atau berkaroeke dengan cara pendengar menelpon Radio BFM kemudian menyanyikan lagu yang diinginkan dan nanti akan diiringi oleh pemain musik yang ada di studio siaran BFM Radio. Program ini ada dihari kamis dimulai pukul dari jam 21.00 – 22.30 WIB.

(8) Begalor Dot Com Kampong Kite

Program acara *Talkshow* yang membicarakan seputar persoalan di Belitong dan mengundang bintang tamu sebagai nara sumber. Untuk mendengarkan program ini ada setiap hari jumat pukul 21.00 – 22.30. pendengar bisa berpartisipasi dengan cara menelpon dan SMS BFM Radio 104,6 FM.

(9) B-Maduun Panaas

Acara yang menyuguhkan berbagai musik dangdut dan pendengar bisa *request* lagu dangdut kesukaan mereka kepada pihak BFM Radio 104,6, acara ini ada dipukul 19.35 – 22.00 WIB di setiap hari sabtu setiap minggunya. Pendengar bisa meminta lagu dengan cara menghubungi langsung BFM Radio 104,6 melalui telepon dan SMS.

(10) Dalu Nyarik Biak (TDNB)

Program acara TDNB hanya disiarkan sekali dalam seminggu yaitu pada hari minggu pukul 22.00 – 00.30. program ini adalah acara malam mingguan yang merupakan acara kontok jodoh untuk para jombloan dan jomblowati untuk mencari pasangan yang disiarkan ditengah

malam. Tentu saja pendengar yang berminat dengan program ini harus menghubungi BFM Radio 104,6 FM terlebih dahulu lalu mempromosikan dirinya pada acara tersebut.

2) Program *off Air*

BFM Radio 104,6 FM melakukan kegiatan *off air* sama halnya dengan radio lain, baik yang dilakukan secara rutin atau dalam event-event tertentu saja. Kegiatan *off air* BFM Radio 104,6 FM yang dilakukan secara rutin adalah mengunjungi pendengar setia BFM Radio 104,6 FM untuk tetap menjalin tali silaturahmi maupun sebaliknya pendengar yang berkunjung ke BFM Radio 104,6 FM FM.

Selain itu BFM Radio 104,6 FM mengadakan acara *off air* yang dilakukan disaat *event-event* tertentu dengan bekerjasama dengan pihak-pihak lain seperti pada acara Live konser D'masive, Kotak, dan ST 12 dengan bekerja sama dengan rokok NIKKI yang menjadi sponsor utama. di Tanjung Pandan Belitung yang di *manage* oleh Berehun Organizer yang mana notabennya EO (*Event Organizer*) tersebut milik BFM Radio 104,6 FM.

“Kita punya crew *off air* namanya Berehun Organizer, mereka yang bertugas dalam acara apapun yang berhubungan dengan kegiatan *off air* Radio BFM seperti bakti sosial kemudian event-event untuk live konser kaya kemarin mengundang Kotak D'masive dan banyak yang

lain lagi” (Hasil wawancara dengan Indra “Pablo” selaku Manajer Siaran, tanggal 13 Juni 2016).

Lalu BFM Radio 104,6 FM dalam rangka ikut memeriahkan hari jadi kota Tanjung Pandan dengan melakukan kegiatan Festival Besilat Pantun. Kemudian BFM Radio 104,6 FM berpartisipasi dalam Pawai Pembangunan yang diadakan oleh Pemkab Belitung yang diadakan setahun sekali pada bulan Agustus. Terkadang BFM Radio 104,6 FM melakukan kegiatan diluar studio dengan pendengar seperti Camping atau berkumpul bersama pendengar setia, memberikan sumbangan berbagi buku bekas kepada sekolahan di perkampungan.



Gambar 3.2 Berkumpul Bersama Pendengar Setia BFM Radio 104,6 FM



Gambar 3.3 BFM Radio 104,6 FM melakukan kegiatan Festival Besilat

Pantun



Gambar 3.4 BFM radio 104,6 FM ikut pawai yang diadakan oleh Pemkab

Belitung



Gambar 3.5 BFM radio 104,6 FM memberikan sumbangan buku ke sekolah



Gambar 3.6 Konser Musik D”Masiv di manage Berehun Organizer

b. Implementasi *positioning* dalam Materi Siaran

Materi siaran BFM Radio 104,6 FM dipersiapkan oleh setiap penyiar dan *crew* yang bertugas. Produser tidak memberikan batasan-batasan kepada penyiar dalam menyampaikan isi dari materinya asalkan tidak menyinggung SARA (Suku, agama dan Ras)

“Materi siaran pada dasarnya kita mengikuti format yang ada diluar televisi luar atau radio luar dengan kita coba mengkonversikan dengan bahasa Belitung ataupun dengan pendekatan lokal.penyusunan waktu, penyusunan program kita sesuaikan dengan fomat lokal. Untuk materi siaran yang mempersiapkan itu adalah penyiarnya sendiri. Yang penting kalo dalam siran jangan sampai menyinggung SARA itu aja *sih*” (Hasil wawancara dengan Zikry Hayat, selaku *Head of Operations* BFM Radio 104,6 FM , tanggal 13 Juli 2016).

c. Implementasi *positioning* dalam Pemilihan Penyiar

Pemilihan penyiar BFM Radio 104,6 FM tidak memiliki kriteria khusus, hanya saja memiliki keinginan kuat untuk belajar menjadi penyiar harus bisa Melayu Belitung dan kebudayaan yang ada di Belitung, selain itu memiliki kecerdasan dalam membawakan program sehingga bisa menarik pendengar.

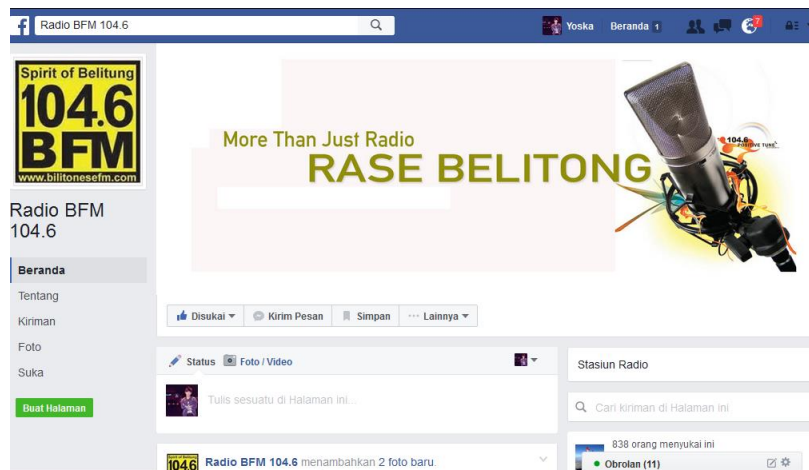
“Dalam pemilihan penyiar di BFM Radio 104,6 FM tidak memiliki kriteria khusus, hanya memiliki keinginan yang kuat untuk jadi penyiar, bisa bahasa Melayu Belitung dan sedikit mengerti dengan kebudayaan di Belitung dan harus bisa membawa atau menggiring program acara menjadi menarik” (Hasil wawancara dengan Zikry Hayat, selaku *Head of Operations* BFM Radio 104,6 FM , tanggal 13 Julir 2016).

d. Implementasi *positioning* dalam Kegiatan Promosi

BFM Radio 104,6 FM cukup aktif dalam kegiatan mempromosikan radionya. Beberapa contoh media promosi yang mendukung BFM Radio 104,6 FM dalam kegiatan *positioningnya* antara lain *sponsorship*, *official website*, jejaring sosial serta kerja sama dengan pihak media lain selain radio.

BFM Radio 104,6 FM menggunakan berbagai cara dalam mempromosikan radionya. Mulai dari yang sederhana yaitu membagikan sticker yang diberikan kepada pendengar ataupun orang yang berkunjung ke BFM Radio 104,6 FM. Selain itu BFM Radio 104,6 FM juga membuat logo radio dengan menyelipkan *official website* yaitu www.bilitonesefm.com, hal sederhana tersebut bisa membantu untuk membantu untuk mempromosikan radionya apalagi saat khalayak melihat logo dari BFM Radio, kemudian BFM radio juga dilengkapi dengan fasilitas *streaming* langsung siaran BFM Radio 104,6 FM yang bisa didengarkan dimana dan kapan saja, akun *Facebook* dan juga group *facebook* khusus untuk pendengar setia BFM Radio

104,6 FM yang B'Lovers yang saat ini sudah memiliki lebih dari 14 ribu anggota. Selain dari *official website* BFM Radio 104,6 FM, *live streaming* siaran BFM Radio 104,6 FM juga dapat dinikmati melalui *smartphone* dengan mendownload aplikasi khusus yang dinamai “Radio BFM Belitung” yang telah tersedia di *appstore*. *smartphone* dengan mendownload aplikasi khusus yang dinamai “Radio BFM Belitung” yang telah tersedia di *appstore*.



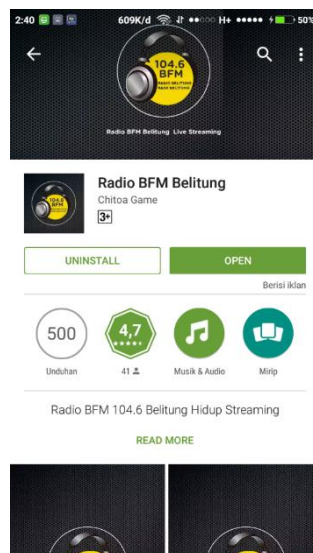
Gambar 3.7 Tampilan facebook BFM Radio 104,6 FM



Gambar3.8 Tampilan Facebook Group Pendengar BFM Radio 104,6 FM FM



Gambar 3.9 Tampilan *Official Website* BFM Radio 104,6 FM



Gambar 3.10 Tampilan *aplikasi streaming*

BFM Radio 104,6 FM di Appstore

3. Evaluasi Positioning BFM Radio 104,6 FM

Evaluasi dilaksanakan setelah BFM Radio 104,6 FM melakukan tahapan demi tahapan perencanaan, maka BFM Radio 104,6 FM mengadakan evaluasi guna membahas mengenai perencanaan dan pelaksanaan program yang telah dijalankan oleh BFM Radio 104,6 FM. BFM Radio 104,6 FM melakukan evaluasi yang bertujuan untuk

mengetahui dan membahas apakah terjadi kesalahan baik terhadap penyiar, program, acara maupun bagian *marketing* dan *advertising*, sekaligus menjadi bahan intopeksi bagi BFM Radio 104,6 FM untuk menjadi stasiun radio yang lebih baik lagi. BFM Radio 104,6 FM melakukan evaluasi setiap tiga bulan sekali untuk merapatkan tentang program acara yang disiarkan oleh BFM Radio 104,6 FM. Pada saat rapat tersebut dilihat apakah program acara tersebut masih layak untuk dilanjutkan apa tidak.

“Untuk evaluasi kita lakukan setidaknya tiga bulan sekali untuk membahas program yang sedang berjalan apabila tidak menarik maka akan kita cabut dan diganti dengan program yang lain yang. Rapat ini *sih* biasanya yang hadir semua karyawan dari Radio BFM termasuk pemilik dari radio BFM sendiri. (Hasil wawancara dengan Indra “Pablo” (Hasil wawancara dengan Indra “Pablo”, selaku Manajer Siaran BFM Radio 104,6 FM , tanggal 23 Juni 2016)

Terdapat kriteria untuk menentukan sebuah program acara masih layak untuk diteruskan atau tidak. Hal pertama adalah melihat simpati dan ketertarikan pendengar dengan program tersebut dengan melihat banyaknya telepon dan SMS yang masuk ke BFM Radio 104,6 FM saat acara sedang berlangsung. Radio BFM akan me drop atau mengganti acara apabila penelpon turun menjadi 25% dari penelpon yang msasuk pada biasanya.

Didalam melakukan kegiatan *positioning* pasti menemui faktor yang menjadi pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankannya. Tentu halnya dengan BFM Radio 104,6 FM dalam melakukan *positioningnya*, beberapa faktor diantaranya yang menjadi

pendukung adalah pendengar yang aktif dalam setiap program acara yang disiarkan oleh BFM Radio 104,6 FM , memberikan kritik dan saran serta dukungan kepada penyiar dan BFM Radio 104,6 FM. Karena tanpa ada dukungan dari pendengar sebuah program acara dari suatu radio tidak akan berarti apa-apa dan tidak bertahan lama. Lalu mendapat dukungan dari pemerintah daerah sehingga BFM Radio 104,6 FM bisa bersiaran di Belitung. Selain itu BFM Radio 104,6 FM memiliki cakupan jangkauan wilayah siaran yang cukup luas yaitu seluruh Pulau di Belitung bahkan sebagian wilayah pulau Bangka.

Faktor penghambat yang dirasakan oleh BFM Radio 104,6 FM adalah dana karena cost operasional radio cukup besar lalu adanya beberapa radio lain yang mencontek atau meniru beberapa program acara yang dimiliki oleh BFM Radio 104,6 FM dan juga adanya beberapa radio yang ada di Belitung sehingga BFM Radio 104,6 FM berusaha ikut merebut hati pengiklan yang ada, sehingga BFM Radio 104,6 FM bisa tetap terus berjalan. Selain itu masih kurangnya jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) yang terbatas dan sulit memajukan SDM yang dimiliki BFM Radio 104,6 FM itu sendiri.

B. ANALISIS DATA

1. Penerapan Konsep STPPF oleh BFM Radio 104,6 FM

Kecintaan dan dukungan pendengar setia sebuah radio merupakan hal yang menjadi tolak ukur keberhasilannya. Sebuah stasiun radio dikatakan berhasil apabila radio tersebut mampu

mempertahankan pendengarnya dengan yang disuguhkan, maka dari itu sebuah radio membutuhkan sebuah strategi untuk mencapainya. Salah satunya dengan strategi *positioning*. *Positioning* adalah tindakan perusahaan untuk memposisikan merek (*brand*) dan menciptakan *image* dalam ingatan pendengar yang ditargetkan dan bagaimana memperkenalkan serta mempromosikan sebuah radio agar dapat tercipta suatu kesan tertentu terhadap produk yang ditawarkan. *Positioning* bisa tercipta dengan beberapa tahapan konsep STPPF.

a. Segmentasi BFM Radio 104,6 FM

Sebuah stasiun radio perlu membagi pasar menjadi beberapa kelompok pendengar yang menjadi sasaran. Segmentasi dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku dari pendengar agar radio lebih mudah untuk menyuguhkan program acaranya. Segmentasi perlu dilakukan agar media lebih mudah dalam membidik dan memahami audiensnya yang dirasa memiliki karakter atau respon yang sama. Kemudian dengan memahami kemauan dari pendengar, radio akan menentukan tema program yang diminati, serta bagaimana menjangkau pendengar dan bagaimana cara mempertahankan dari kompetitor.

Seperti yang dipaparkan Lupiyoadi (2008:47) dalam hal segmentasi pasar ada beberapa hal yang menjadi dasar-dasar penentuannya diantaranya demografis, psikografis, geografi, dan manfaat.

1) Segmenasi target pendengar berdasarkan demografi

Segmentasi demografi melibatkan berbagai faktor seperti jenis kelamin, usia, ukuran keluarga dan lain sebagainya. Sedangkan variabel sosioekonomi terdiri atas pendapatan, pendidikan, kelas sosial dan etnis. Segmentasi yang dilakukan BFM Radio 104,6 FM meliputi jenis kelamin dengan persentase sebanyak 60 % untuk laki-laki dan 40 % untuk perempuan. Dari jenis kelamin lebih ditargetkan kepada kaum laki-laki karena jumlah laki-laki yang ada di pulau Belitung lebih dominan dibandingkan dengan jumlah perempuan.

Dilihat dari usianya, BFM Radio 104,6 FM menargetkan usia dibawah 35 tahun dengan persentase sebanyak 20% dan persentase 35 tahun keatas sebanyak 80%. Mengapa BFM Radio 104,6 FM lebih banyak menargetkan pendengar usia di atas 35 tahun karena BFM Radio 104,6 FM menganggap usia tersebut adalah usia matang dan lebih dikenal memiliki keingintahuan yang besar terhadap berbagai hal yang baru dan peka terhadap lingkungan sekitar, ini sesuai dengan psikografi yang di harapkan oleh BFM Radio 104,6 FM.,

Lalu untuk S.E.S dibagi persentasenya menjadi 20% untuk B (menengah) dan 80% untuk C (menengah kebawah). Adapun untuk persentasi berdasarkan pendidikan dan pekerjaan, dimulai dari pekerja sebanyak 50%, pelajar dan mahasiswa 25%,

lalu Ibu rumah tangga sebanyak 20% selanjutnya pengangguran 3% dan lainlain sebanyak 2%.

Etnis asli penduduk Belitung adalah etnis Melayu yang kemudian menjadi target utama pendengar dari BFM Radio 104,6 FM lalu juga ada etnis lain yang mengalami akulturasi dan asimilasi atau bercampurnya kebudayaan yang berbeda-beda dengan berbagai etnis lainnya, yaitu etnis Melayu Riau, Palembang, Bugis, Cina, Jawa dan etnis lainnya. Kebudayaan dari etnis Melayu, etnis Cina, agama Islam dan kepercayaan yang dibawa oleh etnis Cina telah banyak berpengaruh terhadap pola-pola kebudayaan dan relasi sosial masyarakat Belitung.

Peneliti menganalisa bahwa BFM Radio 104,6 FM sudah melaksanakan tentang bagaimana cara membidik pasar pendengar dengan mengelompokkan data pendengar (*segmentasi*) dengan cukup baik. BFM Radio 104,6 FM memilah pendengar berdasarkan pekerjaan yang lebih banyak digeluti oleh masyarakat Belitung, masyarakat Belitung kebanyakan adalah pekerja, sehingga target pasar BFM Radio 104,6 FM untuk pekerja sebanyak 50%.

2) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan psikografis

Segmentasi psikografis mengacu pada tingkah laku masyarakat dan gaya hidup yang dianut. Segmentasi yang dilakukan BFM Radio 104,6 FM adalah pendengar pria dan

wanita yang bangga menjadi warga Belitung. Mereka yang memiliki keingintahuan yang besar terhadap berbagai hal yang baru dan peka terhadap lingkungan.

BFM Radio 104,6 FM menyasar segmentasi masyarakat Belitung yang peduli dan sadar akan lingkungan dan budaya yang ada di Pulau Belitung sehingga bisa menyuarakan pendapat dan aspirasinya melalui sarana di BFM radio dan memberdayakan masyarakat Belitung, karena dasarnya BFM Radio 104,6 FM berdiri adalah radio untuk masyarakat Belitung.

3) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan geografi

Segmentasi geografis secara tipikal dikelompokkan atas faktor lingkup pasar, termasuk pertimbangan dimana operasi jasa akan dilakukan dan pengukuran besar geografis, dimana termasuk didalamnya pengujian tingkat kepadatan penduduk, faktor iklim. BFM Radio 104,6 FM lebih mengutamakan daerah di Kabupaten Belitung sebagai cakupannya. Namun jika dilihat dari jangkauan siaran dari BFM Radio 104,6 FM, tidak hanya daerah Kabupaten Belitung saja tetapi juga daerah Kabupaten Belitung Timur yang meliputi 9 kecamatan dan pulau-pula yang ada disekitarnya serta sebagian wilayah dari pulau Bangka. Dimana masyarakatnya berpendapatan dari sektor pertanian, perkebunan, perikanan, kelautan pertambangan, PNS dan berwirausaha.

Untuk pengukuran besar geografis, secara keseluruhan luas pulau Belitung mencapai 4.800 km² atau 480.010 ha dengan tingkat pertumbuhan dan kepadatan penduduk yang bervariasi. Penyebaran pemukiman penduduk terkonsentrasi di Tanjungpandan yang mana merupakan ibu kota kabupaten Belitung, dengan kepadatan penduduk sebesar 258 jiwa/km². Sama halnya dengan Kabupaten Belitung Timur kepadatan penduduk sebesar 46,41 jiwa per km² penyebaran penduduk masih belum merata. Hal ini terlihat dari masih terpusatnya penduduk di Kecamatan Manggar sebagai ibukota kabupaten dengan kepadatan hingga 106,01 jiwa/km².

Jangkauan siaran tersebut menjadi keuntungan bagi BFM Radio 104,6 FM untuk lebih mengenalkan radionya kepada khalayak luas dan juga bisa memperluas area pemasaran sehingga dapat meningkatkan keuntungan bagi BFM Radio 104,6 FM sendiri dan tentu saja pengiklan yang ingin mengiklankan produknya di radio ini. Karena pada dasarnya BFM Radio 104,6 FM adalah radio swasta yang mengutamakan profit.

Peneliti menganalisis bahwa BFM Radio 104,6 FM sudah melaksanakan bagaimana cara membidik pasar segmentasi dengan mengelompokkan data pendengar dengan baik walaupun masih belum terlalu sempurna. BFM Radio 104,6

FM belum memilah pendengar dengan mengelompokkan data karakteristik pendidikan dan pekerjaan secara terperinci. BFM Radio 104,6 FM memiliki pendengar dari berbagai kalangan dimulai dari yang berpendidikan SD hingga sarjana, pemilihan segmentasi tersebut dirasa masih kurang terperinci dan terlalu sempit sehingga baiknya lebih diperluas lagi kedalam persentase tingkat pendidikan lainnya, dan kemudian masyarakat Belitung memiliki pendapatan dari sektor pertanian, perkebunan dan pertambangan serta perikanan dan kelautan lalu ada dari PNS dan wirausaha. Sebaiknya BFM Radio juga melakukan segmentasi berdasarkan pekerjaan dan pendidikan pendengar agar lebih fokus dengan *positioning* yang ingin dikehendaki.

b. Targeting BFM Radio 104,6 FM

Targeting adalah hal kedua yang dilakukan BFM Radio 104,6 FM setelah dilakukannya segmentasi sebelumnya, hal ini bertujuan untuk menentukan *positioning* nantinya. *Targeting* bertujuan untuk mengetahui tujuan dan fokus perhatian kegiatan pemasaran radio. Target pendengar dari BFM Radio 104,6 FM adalah masyarakat menengah dan menengah kebawah.

Menurut Clancy dan Shulman berdasarkan kutipan dari Morissan (2008:186-187), ada empat kriteria yang harus dipenuhi pengelola media penyiaran untuk mendapatkan audien sasaran yang optimal. Keempat kriteria itu adalah:

1) Responsif

Audiens yang disasar harus memiliki responsif terhadap program acara yang ditayangkan. Di BFM Radio 104,6 FM program acaranya banyak melibatkan pendengar melalui interaksi dengan penyiar secara langsung. Interaksi tersebut bisa melalui SMS, telepon, *twitter* dan *facebook*. Selain respon yang berasal dari pendengar dengan menghubungi radio, terkadang BFM Radio 104,6 FM juga langsung mendatangi dan menanyakan secara langsung, apabila pihak BFM Radio 104,6 FM sedang berkunjung ke daerah-daerah dari pendengar BFM Radio 104,6 FM. Lalu menanyakan bagaimana respon pendengar baik berupa kritik atau saran terhadap program acara yang disiarkan oleh BFM Radio 104,6 FM.

Respon dari audiens sangat diperlukan dari sebuah radio, apabila suatu program acara minim dengan respon dari pendengar bisa dipastikan program acara tersebut tidak akan bertahan cukup lama, maka pengelola media harus mencari tahu mengapa hal tersebut bisa terjadi. Namun sebaliknya apabila responnya baik maka program tersebut akan dipertahankan. BFM Radio 104,6 FM memiliki beberapa media pendukung untuk membantu mereka berinteraksi dengan pendengarnya seperti akun *official facebook* yang terus di *update* setiap harinya untuk mengabarkan program yang akan disiarkan,

namun tidak semua program yang ada di BFM Radio 104,6 FM dikabarkan melalui *official facebook* hanya ada beberapa program saja dan itu hanya program unggulan saja padahal radio BFM sendiri memiliki banyak sekali program.

Ada baiknya program yang lain juga ikut dipromosikan melalui media online ini, lalu akun *twitter* dan *official website* dirasa masih kurang *update* pasalnya BFM Radio 104,6 FM hanya mengupdate jadwal program harian saja . BFM Radio 104,6 FM memiliki pendengar yang sangat responsif terhadap radionya baik untuk program acara atau yang lainnya, hal ini tentunya berguna untuk kelangsungan hidup BFM Radio 104,6 FM itu sendiri.

2) Potensi Penjualan

Potensi penjualan, setiap program yang akan disiarkan harus memiliki potensi penjualan yang cukup luas. Semakin besar kemungkinan program untuk mendapatkan audien sasaran, maka semakin besar pula nilainya. BFM Radio 104,6 FM mewujudkan nilai jualnya dengan cara membuat program acara dan iklan yang unik. Kreatif dan berbeda dari pesaingnya sehingga bisa menarik pendengar. Dalam program acara maupun iklan BFM Radio 104,6 FM lebih menonjolkan bahasa daerah melayu Belitung dalam gaya siarannya serta memberikan

sesuatu yang berbeda dari sentuhan humor didalamnya yang telah disesuaikan dengan kebiasaan dari masyarakat Belitung.

3) Pertumbuhan Memadai

Audiens tidak dapat dengan segera bereaksi, dengan apa yang ditawarkan dari pihak radio. Audien bisa bertambah secara perlahan-lahan sampai akhirnya meningkat dengan pesat. Apabila pertambahan audien dirasa lambat, maka langkah-langkah agar program bisa lebih diterima audien harus dipikirkan kembali. Ada kemungkinan program yang dibuat tidak sesuai dengan audien yang disasar. BFM Radio 104,6 FM selalu rutin mengadakan evaluasi untuk membahas mengenai program yang mereka buat setiap tiga bulan sekali. BFM Radio 104,6 FM akan mengganti program acara apabila jumlah pendengar hanya 25% dari jumlah pendengar biasanya di BFM Radio 104,6 FM dan menunjukkan penurunan lalu menggantinya dengan program yang baru, yang mana hal tersebut dapat dilihat melalui jumlah telepon interaktif dan SMS yang masuk ke BFM Radio 104,6 FM.

4) Jangkauan Iklan

Pemasang iklan biasanya sangat memikirkan media penyiaran yang paling tepat untuk memasarkan produknya. Audien sasaran dapat dicapai dengan optimal jika pemasang iklan dapat dengan tepat memilih media untuk mempromosikan

dan memperkenalkan produknya. BFM Radio 104,6 FM memiliki keuntungan dalam hal luas jangkauan wilayah siaran yang meliputi keseluruhan pulau Belitung dan sebagian wilayah pulau Bangka, sehingga hal tersebut membuat pengiklan tidak ragu untuk mempromosikan produk atau iklannya di BFM Radio 104,6 FM. Lalu target pendengar dari BFM Radio 104,6 FM yang menyasar masyarakat pendengar di umur 35 tahun keatas atau usia matang yang sudah memiliki penghasilan sendiri dan memiliki kemampuan daya beli. Pengiklan biasanya memikirkan media penyiaran yang paling tepat dan efektif untuk mempromosikan dan memasarkan produk atau jasanya dan BFM Radio 104,6 FM memiliki faktor-faktor yang bisa mendukung keberhasilan pemasaran dari pengiklan.

c. Positioning BFM Radio 104,6 FM

Seperti yang dijelaskan juga oleh Kasali (2003:507) dalam bukunya *Membidik Pasar Indonesia*, ia menjelaskan bahwa “*Positioning* bukanlah strategi produk, tetapi strategi komunikasi. *Positioning* berhubungan dengan bagaimana konsumen menempatkan produk didalam otaknya, di dalam alam khayalnya, sehingga calon konsumen memiliki penilaian tertentu dan mengidentifikasikan dirinya dengan produk lain”.

Positioning harus bisa memiliki hubungan erat dengan strategi merebut konsumen dan harus bisa mewakili citra atau

persepsi yang hendak dicetak dalam benak pendengar BFM Radio 104,6 FM yakni sebagai radio utama masyarakat melayu Belitung. Citra BFM Radio 104,6 FM sebagai radio masyarakat melayu Belitung tercerminkan melalui program acara kegiatan *on air* nya seperti pada program siprit of Berehun, Belitung Oi, Begalor dot com kampung kite dan *station identity* berupa *slogan*, dan bahasa siaran yang digunakan, hal itu terlihat dari jumlah program yang dimiliki BFM Radio 104,6 FM memiliki nama program bernuansa lokal kedaerahan yang diantaranya lagi Begencak, Blagu, Lakse, Bransai sore, Bebulak Show, Tembabal, Brantu, Begalor dot com Kampung Kite, TDNB (Tengah Dalu Nyarik Biak), Beripat, Beluntas Asyeek, Guyang Terindak dll. Hal tersebut membuktikan BFM Radio 104,6 memang radio yang diperuntukkan untuk masyarakat Melayu Belitung.

Station call yang dipilih BFM Radio 104,6 FM adalah “Positive Tune BFM 104,6” dimana hal tersebut digunakan untuk mengisyaratkan BFM Radio 104,6 FM adalah radio yang memberikan hal positif kepada pendengar dan memberikan pemikiran sugesti kependengar untuk selalu berfikir positif. BFM Radio 104,6 FM berusaha selalu menyiarkan hal-hal yang bermanfaat baik dari segi musik atau hiburan dan berita serta berbagai *content* pilihan yang berguna bagi kemasyalahatan

masyarakat Belitung yang mana menjadi pendengar utama BFM Radio 104,6 FM.

Penerapan kata Positive Tune sebagai *stasiun call* radio dirasa kurang tepat karena bertentangan dengan *positioning* yang ingin dibangun sebagai radio masyarakat Belitung yang berbasis akan kebudayaan kedaerahan yang ingin dijunjung. Selain itu akan lebih baiknya pihak radio menggunakan bahasa lokal atau bahasa Indonesia karena tidak semua lapisan masyarakat mengerti akan bahasa asing.

Untuk *Slogan* yang digunakan BFM Radio 104,6 FM dirasa sudah tepat dengan mengambil nama “Radio Belitung Rase Belitung” pemilihan *slogan* seperti itu memiliki makna yang bahwa BFM Radio 104,6 FM adalah Radio Belitung yang dikhususkan untuk masyarakat Belitung dengan cita rasa lokal yang ditawarkan melalui program-program yang dimiliki.

d. Formating BFM Radio 104,6 FM

Pengertian format program mengacu pada perencanaan penyajian suatu program yang didasari dari isi materi siarannya. Format siaran atau lebih dikenal dengan *format station* dapat dimakanai sebagai bentuk kepribadian suatu stasiun penyiaran radio sebagaimana dapat didengarkan dari program siaraanya. Tujuan dari *formating* adalah untuk membedakan dan menyasar khalayak yang lebih spesifik kemudian juga untuk mrnyiapkan radio agar mampu

berkompetisi dengan stasiun radio lainnya. Format sangatlah penting karena menjadikan pribadi dari stasiun radio untuk menarik pendengar dengan semaksimal mungkin.

Menurut Joseph (2001) yang ditulis kembali oleh Morissan (2008:221), format stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam beberapa wilayah, yaitu:

1) Kepribadian (*personality*) penyiar dan reporter

Penyiar adalah ujung tombak sebuah stasiun radio. Penyiar adalah orang yang langsung berhubungan dengan pendengar, bahkan dengan klien (pemasang iklan di udara. Suara, kata-kata dan sikap penyiar disaat mengudara mencerminkan atau merefleksikan identitas radio, nama baik atau citra dari sebuah stasiun radio ditentukan juga oleh kepribadian penyiarinya. Maka dari itu BFM Radio 104,6 FM sangat memperhatikan dalam hal *On Air Personality* penyiarinya. Penyiar BFM Radio 104,6 FM merupakan orang-orang ramah, hangat, bersahabat (*friendly*), mudah akrab, dan “menjaga uapannya” serta tidak menyinggung SARA selama siaran. Seperti halnya penggunaan bahasan siaran, BFM Radio 104,6 FM menggunakan bahasa campuran antara bahasa Melayu Belitong sehari-hari dan bahasa Indonesia yang menjadi khas BFM Radio 104,6 FM.

Hal ini membuktikan bahwa BFM Radio 104,6 FM menjaga konsistensi dari sasaran segmentasi pendengarnya yaitu masyarakat Melayu Belitung karena kini radio kebanyakan menjangkau pendengarnya secara segmentatif. Oleh sebab itu BFM Radio 104,6 FM memakai Bahasa yang digunakan oleh masyarakat yang paling luas yakni bahasa Melayu Belitung dan campuran bahasa Indonesia.

2) Pilihan musik dan lagu

BFM Radio 104,6 FM memilih jenis format musik *Middle of the Road* (MOR) jenis musik ini adalah salah satu format stasiun penyiaran yang mengudarakan musik populer dan *easy listening*. Jenis musik ini ringan yang mudah didengar, musiknya cenderung slow dan tidak menampilkan komposisi musik yang rumit dengan aransemennya sederhana, enak didengar dan gampang akrab bila mendengarkannya.

BFM Radio 104,6 FM menyuguhkan lagu dari Indonesia dan Mancanegara yang tengah populer sekarang maupun kemarin. Selain itu BFM Radio 104,6 FM memutar lagu keroncong pada program Flashback. Ada baiknya BFM radio juga memutar lagu melayu untuk menunjukkan bahwa BFM Radio 104,6 FM peduli dengan budaya dan musik tradisional serta sesuai dengan sasaran utama dari BFM Radio 104,6 FM yaitu masyarakat Melayu Belitung.

3) Spot dan kemasan iklan, jingle dan bentuk promosi acara radio lainnya

Dalam pembuatan iklan BFM Radio 104,6 FM lebih banyak memproduksi sendiri iklan yang akan ditampilkan hal itu dilakukan supaya iklan tersebut bisa diterima oleh pendengar, namun terkadang ada juga klien yang sudah memiliki iklannya sendiri. Tapi sebelum disiarkan iklan tersebut akan diperiksa terlebih dahulu apakah iklan tersebut sesuai dengan format dari BFM Radio 104,6 FM, Namun sebelum pengiklan memasang iklannya BFM Radio 104,6 FM akan lebih dulu menawarkan untuk membuat iklannya.

e. *Programming* BFM Radio 104,6 FM

Pada BFM Radio 104,6 FM *programming* sangat erat hubungannya dengan *positioning* karena *positioning* BFM Radio 104,6 FM adalah sebagai radio masyarakat Belitung yang memberikan hiburan dan edukasi kepada masyarakat, yang mana tercerminkan dari program yang dimiliki oleh BFM Radio 104,6 FM.

Sebelum pembuatan program terkadang BFM Radio 104,6 FM melakukan survey langsung ke lapangan dengan bertanya kepada masyarakat apa yang disukai dan apa yang tidak disukai terhadap suatu program, apa yang membuat mereka tertarik dan apa yang membuat mereka bosan. Hal itu dilakukan bertujuan untuk mengetahui program seperti apa yang mereka inginkan dan menjadi

acuan tersendiri bagi BFM Radio 104,6 FM untuk membuat program dan untuk mengetahui materi siaran dan isi siaran serta kapan program akan disiarkan .

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat pendengar tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran. Program yang dimiliki BFM Radio 104,6 FM memiliki dua macam program, yaitu *on air* dan *off air*. Program *on air* adalah program yang penayangannya atau siaran dilakukan dengan mengudara pada gelombang radio, baik yang langsung disiarkan oleh BFM Radio 104,6 FM secara *live* dimana penyiar bisa berinteraksi dengan pendengar maupun siaran yang ditayangkan hasil rekaman atau *taping*.

Sedangkan program *off air* dari BFM Radio 104,6 FM adalah program yang tidak diudarkan atau tidak disiarkan melalui gelombang radio. Dengan adanya program *off air* dapat menambah banyaknya pendengar dan menunjang program *on air* yang ada, karena program *off air* lebih memperlihatkan kedekatan kepada para pendengarnya dan dapat mempererat tingkat pertemanan antar pendengar. Tujuan dibuatnya program *off air* adalah yaitu untuk lebih mengenal dan mempererat hubungan antara penyiar dan crew radio lainnya dengan para pendengarnya. Bentuk acara *off air* yang dilakukan BFM Radio 104,6 FM adalah acara musik yang menampilkan artis-artis atau band yang banyak disukai pendengar,

seperti band D'masive, Kotak, J rocks dan ST 12 dan lain-lain. Selain itu ada beberapa kegiatan lain seperti camping atau liburan bersama serta berkumpul dan mengobrol bersama pendengar, lalu memberikan sumbangan kepada yang membutuhkan.

Setiap perencanaan program acara yang akan dibuat melahirkan kebijakan umum tentang bagaimana mengatur alokasi waktu dan materi siaran alam sehari, seminggu hingga setahun serta menentukan waktu atau jam penayangan program. Program acara yang kurang menarik tentu saja akan ditinggalkan pendengar dan menghambat dari *positioning* yang ingin dicapai BFM Radio 104,6 FM dan juga akan menghambat dalam menarik pengiklan.

Menurut sydney W Head (1981:10-16) terdapat lima elemen penting dalam programing, yaitu:

1) *Compability* (kesesuaian)

Program acara yang disusun sebaiknya telah disesuaikan terlebih dahulu dengan kegiatan sehar-hari pendengarnya. Hal tersebut menjadi acuan stasiun radio dalam menjalankan kebijakan programnya dan menyesuaikan kondisi serta kebiasaan dari pendengarnya.

Program di BFM Radio 104,6 FM dimulai pukul 05.00-24.10 dari hari minggu hingga hari jumat. Dan khusus di hari sabtu siaran diadakan selama 24 jam, dan siaran dilanjutkan di hari berikutnya dihari minggu dimulai seperti biasa pada pukul

05.00 pagi. Jam siaran sudah disesuaikan dengan kebiasaan dari pendengar dimana pendengar memulai aktifitasnya dipagi hari, maka dari itu jam siaran di BFM Radio 104,6 FM dimulai pukul 05.00 pagi sebagai teman untuk memulai aktifitasnya dipagi hari dan berakhir pukul 24.00 di setiap harinya. Berbeda dengan lainnya dihari sabtu di malam minggu siaran BFM Radio 104,6 disiarkan selama 24 jam.

2) *Habit Formation* (Membangun Kebiasaan)

Kebiasaan khalayak dibentuk melalui program acara yang ditayangkan. Tidak jarang dipembentukan ini timbul suatu sikap fanatik dari khalayak terhadap suatu program acara, sehingga khalayak pun enggan untuk meninggalkan program acara yang ditayangkan. Rata-rata program yang ada di BFM Radio 104,6 adalah program yang ditunggu-tunggu oleh pendengar setianya karena program yang ada di BFM radio 104,6 FM kebanyakan adalah program-program unggulan terutama program yang ada dijam 9 malam keatas.

3) *Control of Audience Flow* (Mengontrol Aliran Pendengar)

Pendengar dimanjakan dengan program acara yang disiarkan. Jika suatu program selesai, langsung diganti dengan program acara lain. Program acara yang disiarkan tentunya tidak jauh berbeda dari apa yang diinginkan oleh pendengarnya.

Program acara yang ada di BFM Radio 104,6 FM dibuat berdasarkan hasil survei terhadap pendengar, program seperti apa yang diminati pendengar kemudian pihak radio melakukan *brainstorming* dengan tim kreatif dan seluruh karyawan BFM Radio 104,6 FM sehingga mendapat program yang dikehendaki oleh pendengar setianya.

2. Strategi *Positioning* BFM Radio 104,6 FM Sebagai Radio Masyarakat Belitung

BFM Radio 104,6 FM sangat memerlukan *positioning* supaya pendengar dapat menempatkan citra perusahaannya didalam otak dan dalam alam khayalan sasaran audiens, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu mengingat persaingan yang ketat di industri media saat ini. *Positioning* diperlukan perencanaan yang matang dan langkah yang tepat untuk menanamkan *brand image* yang kuat kepada audiens. Pengelolah BFM Radio 104,6 FM FM melakukan berbagai upaya untuk melakukan *positioning* agar berhasil dengan cara melalui program acara yang mereka buat, *stasiun identity* dan promosi.

Identitas dalam pembeda stasiun radio dapat mengingatkan *audiens* kepada stasiun radio. Menurut Siregar (2010:101), ada beberapa cara dalam *positioning* radio kepada audiens:

a) Be Creative

Dalam mengkomunikasikan *positioning* sebuah radio harus kreatif mencuri perhatian dari pendengar. Dalam

mengkomunikasikan *positioning*, BFM Radio 104,6 FM menggunakan program acara dan *stasiun identity* yang dilakukan secara kreatif dan memiliki unsur pembeda dengan radio lain. BFM Radio 104,6 FM banyak sekali mengangkat bahasa lokal masyarakat melayu Belitung untuk menjadikan nama dari program acara mereka dan nama dibuat singkatan dari program acaranya, seperti Bebulak, Brantu (Bercerita Hantu), Bmaduun, Tengah Dalu Nyari Biak (TDNB), Beripat, Bingke, Bansai Sore, tembabal dan lain-lain. Lau BFM Radio 104,6 FM mengangkat budaya masyarakat melayu Belitung yang suka berpantun dikehidupan sehari-harinya kedalam acara radio yang diberi nama Besilat Pantun. Acara ini mendapatkan antusias dan respon yang baik dari pendengar walaupun ada radio yang berusaha meniru/ mencontek program seperti ini. Namun BFM Radio 104,6 FM berusaha untuk membedakannya dengan jumlah segmen seperti contoh radio tersebut menyangkan program ini tanpa jeda iklan lalu Radio BFM membuatnya menjadi jeda dengan membatasi penelpon lalu mereka akan *break* iklan sejenak.

Penerapan *be creative* di BFM Radio 104,6 FM sudah dilakukan dengan sangat baik dengan menggunakan bahasa Belitung dan kedaerahan yang bersifat lokal sebagai nama programnya dimana sasaran pendengar dari BFM Radio 104,6 FM adalah masyarakat Belitung. Dalam pembuatan program acara di BFM Radio 104,6 FM semua dilakukan dengan *braisntorming* antar

sesama *crew* radio dan dipikirkan secara kreatif, tidak ada program acara yang meniru atau mencontek program milik radio lain, bahkan radio lain yang berusaha untuk meniru dari program milik radio BFM. Hal ini tentu saja akan menguatkan *positioning* yang hendak dikomunikasikan oleh radio BFM.

b) *Simplicity*

Positioning dilakukan sesederhana dan sejelas mungkin sehingga khlayak tidak kerepotan menangkap esensi *positioning* tersebut. *Positioning* yang dilakukan BFM Radio 104,6 FM dalam perwujudannya dirasa sudah jelas dan sederhana. Misalkan dalam *slogan* yang digunakan oleh BFM Radio 104,6 FM adalah “Radio Belitung Rase Belitung” kalimat tersebut cukup menjelaskan bahwa BFM Radio 104,6 FM adalah radio yang diperuntukkan untuk masyarakat Belitung khususnya orang melayu Belitung dengan rasa lokal didalamnya seperti bahasa dan nama-nama programnya. Pemilihan empat kata tersebut sangat sederhana sehingga mudah untuk dipahami dan dicerna serta diingat oleh khalayak. Sesuai dengan yang dikatakan Darmanto yakni *Positioning* yang dilakukan hendaknya dengan penggunaan kalimat yang sederhana dan mudah untuk dipahami pendengar supaya pendengar tidak kesulitan dalam menangkap esensi dari *positioning* tersebut. (Darmanto, 2000: 13)

c) *Consistent yet flexible*

Setiap pemasar akan menghadapi *positioning paradox* dimana disatu sisi harus selalu konsisten dalam membangun *positioning* sehingga bisa menghujam dalam benak konsumen. BFM Radio 104,6 FM memperlihatkan konsistensinya dalam hal program acara maupun evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui respon pendengar terhadap program yang berjalan serta penggunaan bahasa siaran yaitu menggunakan bahasa melayu Belitung walaupun saat ini perkembangan zaman dan pengaruh dari luar yang sangat pesat namun BFM Radio 104,6 FM tetap konsisten menggunakan bahasa tradisional melayu Belitung dalam bahasa siaran dan dalam nama-nama program yang disiarkan.

Selain itu BFM Radio 104,6 FM tidak segan apabila ada program acara yang kurang diminati dan ditinggalkan oleh pendengarnya dan BFM Radio 104,6 FM akan menggantinya dengan program acara yang baru. Untuk evaluasi BFM Radio 104,6 FM rutin melakukan evaluasi program setiap tiga bulan sekali. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon dari pendengar terhadap program acara yang ditawarkan. Sebuah *positioning* harus memiliki konsisten agar tidak ditinggalkan pendengarnya dan bisa menghadapi situasi yang tidak diinginkan

serta konsisten dalam membangun *positioning* sehingga bisa menghujam dalam benak konsumen. (Darmanto, 2000: 13)

d) *Own, dominate, protect*

Memiliki satu kata atau beberapa kata ampuh dibenak konsumen. Setiap radio harus memiliki satu atau beberapa kata ampuh yang bisa diingat oleh pendengarnya. *Positioning* yang dilakukan BFM Radio 104,6 FM dengan menggunakan *slogan* “Radio Belitung Rase Belitung” harus bisa melekat dibenak pendengar. *Slogan* tersebut adalah kata-kata yang ampuh yang bisa membuat pendengar ingat akan sebuah produk apabila mendengarnya, maka kalimat itu haruslah kalimat yang jelas dan sederhana. (Darmanto, 2000: 13). Penggunaan dan pemilihan kata *slogan* tersebut tepat karena target pasarnya adalah masyarakat melayu Belitung. Karena *slogan* adalah kata yang seharusnya bisa merepresentasikan dari *positioning* yang dipilih yakni sebagai radio masyarakat Belitung.

e) *Use their language*

Mengkomunikasikan *positioning* sebaiknya menggunakan pendekatan kepada konsumen. Cara pendekatan kepada konsumen, BFM Radio 104,6 FM melakukan komunikasi dalam membangun *positioning*-nya dengan cara melakukan pendekatan-pendekatan melalui program *off air*, promosi dan sponsorship. Terbukti hal tersebut cukup efektif dan mendapatkan respon yang baik sehingga

dapat menambah jumlah pendengar BFM Radio 104,6 FM dalam program *on air* milik mereka.

Menurut Darmanto (2010:13) *positioning* dapat dilakukan juga melalui beberapa cara atau strategi diantaranya:

a. *Slogan*

Slogan merupakan pesan singkat yang dinyatakan sebagai simbol radio. Bersifat mudah diingat dan berbeda dengan station lain yang menggambarkan filosofi dari perusahaan untuk tujuan pendekatan kepada *audiens*. *Slogan* dari BFM Radio 104,6 FM adalah “Radio Belitung Rase Belitung”, merupakan empat kata yang merepresentasikan dan memiliki makna bahwa BFM Radio 104,6 FM adalah radio Belitung yang memang dikhususkan untuk masyarakat Belitung dengan citarasa lokal yang ditawarkan.

Peneliti menemukan adanya perbedaan *slogan/ tagline* yang diceritakan kepada peneliti saat wawancara dengan yang terdapat di *official website* milik BFM Radio 104,6 FM. Saat wawancara pihak radio mengatakan bahwa tagline milik BFM Radio 104,6 FM adalah “Radio Belitung Rase Belitung” namun yang terdapat di *official website* adalah “Positive Tune”.



Gambar 3.11 Tampilan tagline BFM Radio 104,6 FM di *official website*

Sebaiknya pihak radio lebih memperhatikan dan konsisten dalam hal pemilihan *tagline* atau *slogan* karena hal tersebut berkaitan erat dengan *positioning* sebuah radio yang ingin dibangun. Apalagi *tagline* yang terdapat di website resmi milik perusahaan sehingga bisa diakses dan dilihat semua orang sehingga nanti akan menimbulkan kebingungan di khalayak.

b. *Station Image*

Stasiun image dapat dilakukan melalui publikasi meluas, *product knowledge*, gerak *public*, humas, *salesmanship* membangun *loyalitas & sense of belonging*.

BFM Radio 104,6 FM memiliki media promosi *online* dan *offline*. Untuk promosi online BFM Radio 104,6 FM menggunakan *official website*, *twitter* dan *facebook* milik mereka untuk dalam upaya mengenalkan dan membentuk *stasiun image*. Hingga saat ini BFM Radio 104,6 FM masih menggunakan media *online* tersebut seperti *official website*, *twitter* dan *facebook* untuk mengupdate program acara yang mereka lakukan. Pada *official facebook* BFM Radio 104,6 FM menggunakan kalimat “*More Than Just Radio*” pada sampulnya, hal ini membuat *stasiun image* yang ingin ditampilkan sebagai radio Belitung dengan penggunaan bahasa Inggris didalamnya dirasa kurang tepat dan tidak sesuai dengan target yang dasar.

Kemudian untuk media promosi *offline* BFM Radio 104,6 FM menggunakan media lain seperti koran namun hanya diawal saja saat BFM Radio 104,6 FM baru dibentuk dan tidak berkelanjutan lagi hingga sekarang, membagikan *sticker* kepada masyarakat, menggunakan poster dan spanduk pada saat ada *event* tertentu dan menjadi media partner di beberapa event yang diluar BFM Radio 104,6 FM.

c. *Monitoring Stasiun*

Monitoring stasiun meliputi melihat pergerakan radio lain, mencatat tingkah laku dan kebutuhan pendengar dan menghimpun data yang akan diamati dan dipelajari. Dengan

melihat pergerakan dan mengamati pesaing pihak radio bisa mengidentifikasi ancaman yang mungkin terjadi, memanfaatkan kesempatan yang ada serta mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing sehingga akan memberikan dampak yang baik bagi BFM Radio 104,6 FM dalam membuat strategi baru dan menciptakan program acara yang lebih baik lagi.

Semua masukan dan respon dari pendengar terhadap program acara yang disiarkan, ditanggapi dengan baik oleh BFM Radio 104,6 FM melalui interaksi di media sosial, telepon interaktif, SMS maupun bertemu langsung dengan pendengar. Terkadang ada ide dan masukan dari pendengar untuk radio dan digunakan atau diterapkan oleh BFM Radio 104,6 FM dalam pembuatan program-program acara yang baru sehingga pendengar tidak merasa bosan. Dalam hal ini BFM Radio 104,6 FM melakukan kegiatan *monitoring* dengan cukup baik, dengan hal ini bisa menumbuhkan kreatifitas dalam melakukan pembuatan program-program acara yang baru sehingga menjadi lebih kreatif dan tidak monoton

d. Stasiun *Identity*

Bagaimana radio mengatakan *who am I* dan menunjukkan eksistensi stasion dan bersifat mengingatkan. BFM Radio 104,6 FM membangun *positioning* dengan *stasiun call, jingle, tagline*, bahasa siaran, logo dan program off

air. Stasiun call yang digunakan BFM radio 104,6 FM yakni “Positive Tunes” saat ini panggilan ini telah menjadi bahasa sehari-hari di BFM dan Blovors dan dalam usaha menanamkan *mindset* positif kepada masyarakat Belitung.

Jingle yang mudah diingat dan menarik menjadikan Radio BFM semakin mudah menarik perhatian pendengarnya dan mempermudah membangun *stasiun identity*-nya seperti contoh pada *jingle* “kite dengarek BFM radio idang semue”. Menggunakan bahasa lokal dalam kata-kata *jingle* menjadikan radio BFM semakin akrab dan khas sehingga bisa melekat dibenak pendengarnya yakni masyarakat Belitung, *jingle* tersebut bermakna bahwa BFM Radio adalah radio yang diperuntukkan untuk semua orang. Sebagai sebuah identitas, logo adalah hal yang penting dalam menunjukkan jati diri sebuah radio.

Berdasarkan pada wawancara dengan pihak BFM Radio 104,6 FM yang menyatakan bahwa Huruf “B” pada Logo BFM tidak memiliki arti dan setiap orang bebas untuk mengartikannya, sebaiknya pihak BFM memiliki konsiten dalam hal ini apakah huruf “B” yang dimaksud adalah Belitung, Berehun atau Bilitonese agar mampu menciptakan *positioning* yang diinginkan dan tidak membuat kebingungan di khalayak, lalu juga peneliti mengkritisi tentang penggunaan kalimat “Spirit

of Belitung” pada logo yang mana dalam kalimat adanya penggunaan bahasa asing dan kurang tepat dengan keinginan BFM Radio 104,6 FM yang ingin menjadi radio masyarakat Belitung yang ingin meningkatkan kepedulian akan budaya lokal. Apalagi dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh BFM radio sendiri ataupun dalam kegiatan yang berkerjasama dengan pihak lain sebagai media *partner* atau *sponsorship* logo akan terpasang dalam sebuah spanduk, poster atau Baliho.

Sapaan khusus untuk pendengar dan *tagline* yang mudah diingat dan sering digunakan oleh BFM Radio 104,6 FM pada saat siaran sehingga bisa mengingatkan khalayak terhadap BFM Radio 104,6 FM lalu bahasa siaran yang digunakan adalah bahasa melyu Belitung dengan campuran bahasa Indonesia serta gaya siaran dan karakter khas dari penyiar adalah menonjolkan keramahan dan kehangatan dari penyiar sehingga pendengar merasa nyaman saat berinteraksi dengan penyiar dan mengingatkan pendengar bahwa BFM Radio 104,6 FM adalah radio untuk masyarakat Belitung. Beberapa hal tersebut dirasa sangat tepat digunakan oleh BFM Radio untuk menciptakan *Who I am* dan membangun identitas stasiun radio serta menunjukkan eksistensi radio BFM itu sendiri.

e. Kreativitas acara unggulan

Dilakukan dengan cara menciptakan USP (Unit Selling Point) dan menampilkan program unggulan yang tak terkalahkan. Acara unggulan merupakan acara yang menarik perhatian pendengar dan pengiklan. (Darmanto, 2000: 13)

BFM Radio 104,6 FM sengaja membuat program acara yang beragam dan memprioritaskan edukasi dan hiburan didalamnya. Program unggulan yang diminati oleh banyak pendengar seperti TDNB (Tengah Dalu Nyarik Biak) yang disiarkan setiap malam minggu, Bebulak, Besilat Pantun dan belagu (berbagi salam dan lagu) yang disiarkan setiap hari lalu Spirit of Berehun yang disiarkan setiap hari senin- jumat dari pukul 08.30 – 11.00 dimana BFM Radio 104,6 FM berinteraksi secara langsung dengan pendengar membahas permasalahan yang ada di Belitung dan nasional.

Untuk kreativitas acara unggulan BFM Radio 104,6 FM memiliki kreativitas dalam menampilkan program acaranya karena program tersebut tidak mencontek dari radio lain bahkan program BFM Radio 104,6 FM yang ditiru oleh radio lain seperti program acara Besilat Pantun. Lalu kreativitas yang lain adalah program TDNB dimana pihak radio melihat dimana pulau Belitung tingkat untuk mencari jodoh cukup tinggi maka dibuatlah program tersebut untuk mencari jodoh di radio.

Kemudian program Blagu yang membedakan dengan program kirim salam dan *request* lagu di BFM Radio 104,6 FM adalah program ini dibuat tiga kali dalam sehari dipagi, siang dan malam hari lalu disetiap harinya pun BFM Radio 104,6 FM memutar genre yang berbeda-beda.

Selain itu ada program unggulan yang lain yakni Bebulak program ini berbeda dari yang lain karena Program acara Bebulak. Bebulak merupakan kata dari bahasa Melayu bila diartikan ke bahasa Indonesia artinya adalah “Berbohong”. Sebenarnya program Bebulak mirip dengan Stand up Comedy namun bedanya ini ada di Radio dan menggunakan guyonan lokal dan cerita-cerita lucu sehari-hari masyarakat Belitung yang merupakan karangan dari penyiar dan juga pendengar yang ikut berpartisipasi dalam program ini.

Dengan mengangkat program yang mengandung unsur lokal Melayu, diharapkan BFM Radio 104,6 FM lebih diingat sebagai radio masyarakat Belitung yang mengangkat kebudayaan lokal, sesuai dengan misi dari BFM Radio 104,6 FM yaitu mengembangkan program pilihan mencerdaskan dan meningkatkan kepedulian akan budaya dan lingkungan Belitung. Dari Beberapa program unggulan yang dimiliki BFM Radio 104,6 FM, 40% program unggulan bisa mencerminkan sebagai Radio untuk masyarakat Belitung namun sisanya adalah

program yang umum digunakan radio lain seperti pada program Tanya Dokter, B-Maduun Panas, La Pagi, Belagu dan Live Musik Panggung Cinta.