

BAB III

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Sajian Data

Bab ini berisi tentang pemaparan data yang peneliti dapatkan ditempat penelitian dan pembahasan ini mengenai peran yang dijalankan Program Director JIZ FM dalam mempertahankan *positioning* JIZ FM. Disisi lain seorang Program Director juga bisa dan tidak dikatakan sebagai Brand Manager untuk radio tersebut. Selalu bisa memastikan keseluruhan yang muncul dari radio sesuai dengan *positioning* yang sudah ada. Program Director diharapkan dapat mempertahankan *positioning* di dalam persaingan radio yang ketat antar radio-radio anak muda yang ada di Yogyakarta.

Untuk mempertahankan sebuah radio didalam persaingan dengan pesaing keharusan memiliki hal yang membedakan atau menjadi ciri khas yang berbeda dari radio anak muda lain. *Positioning* merupakan hal yang penting dalam mendirikan sebuah stasiun radio salah satu hal yang dapat membedakan radio satu dengan lainnya melalui pernyataan tersebut walaupun *positioning* sudah dilakukan dengan sedemikian rupa, ketika tidak dieksekusi dengan tepat, maka *statement positioning* tersebut bisa tidak tersampaikan dengan baik dan tepat, pada akhirnya gagal menjadikan suatu produk yang berbeda dengan radio pesaingnya. Di sinilah peran seorang Program Director sangat dibutuhkan dan menjadi krusial untuk mengolah *statement positioning* yang sudah ada ke dalam bentuk-bentuk berupa program, *personality* seorang penyiar, musik, maupun tagline/slogan yang

akan disajikan hal ini yang menjadi tantangan untuk seorang Program Director dalam menjalankan tugasnya. Keberhasilan seorang Program Director bisa dilihat dalam cara mengaplikasikan pernyataan *positioning* ke dalam materi ataupun program saat *on air* yang dipengaruhi oleh berbagai hal disekelilingnya. Bagaimana proses program director mengaplikasikan pernyataan *positioning* untuk dapat mempertahankan positioning yang sudah ditentukan, maka dari itu perlu diketahui bagaimana tugas dan tanggung jawab kerja serta proses evaluasi yang dilalui seorang Program Director di JIZ FM dalam mempertahankan positioning yang sudah ditetapkan dan konsisten sampai saat ini.

1. *Positioning* di JIZ FM

a. *Positioning* JIZ FM saat ini

Untuk menjadi stasiun radio yang berkualitas, stasiun radio perlu mengetahui akan kebutuhan pendengarnya, dengan cara memberikan program acara yang sesuai dengan kebutuhan pendengar muda. *Positioning* sangatlah penting untuk sebuah radio, hal inilah yang ingin JIZ FM sampaikan kepada para pendengar radio di Yogyakarta terlebih lagi sobat JIZ FM. *Positioning* JIZ FM yang dikehendaki saat ini “*Best Music Indonesia*” yang akan mewakili radio JIZ FM sebagai radio anak muda yang *fun, young and local*. Disampaikan Andy Wibowo dalam wawancaranya:

“JIZ FM untuk pertama kalinya dan satu-satunya memantapkan diri sebagai radio anak muda yang ada di jogja.

Mencetuskan diri sebagai radio anak muda tidak secara langsung kami lakukan tapi kami melakukan riset dan pengambilan data dibalai pusat statistik (BPS) untuk menjadi acuan kami dalam memantapkan dan menetapkan diri sebagai radio anak muda, anak muda identik dengan bersenang-senang maka dari itu kami mengkonsepkan JIZ FM dengan 3 kata yaitu fun, young, local dengan inilah kami tidak akan menghilangkan benang merah yang sudah kami sepakati dan tetapkan “best music Indonesia”. (hasil wawancara dengan Andy Wibowo selaku Manager JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Memang sejak awal berdiri dan sejak saya masuk disini positioning sudah ditentukan, saya tidak bisa merubah apa yang sudah ditetapkan manajemen, disini saya sebagai Program Director bertugas untuk bisa mempertahankan positioning yang sudah ada melalui program-program yang saya buat atau lebih memberikan inovasi-inovasi baru unuk program yang sudah ada. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

JIZ FM melihat dalam melakukan *positioning* harus direncanakan terlebih dahulu. Secara mendetail JIZ FM harus melihat semua kebutuhan dan keinginan anak muda di Yogyakarta yang sangat heterogen. Untuk benar-benar mendapatkan rasa jiwa muda yang mewakili anak muda JIZ FM melakukan riset lebih mendalam.

Namun sebelum sampai ke dalam tahap positioning sebuah stasiun radio harus memenuhi tahap segmentasi, targeting, positioning, formating dan programming. Komponen ini tidak bisa dihilangkan salah satunya karena komponen ini satu sama lain sangat mempengaruhi sebuah identitas dari stasiun radio tersebut.

b. STPPF JIZ FM

1) Segmentasi

Stasiun radio swasta yang melakukan penyiaran harus memiliki segmentasi yang jelas. Sejak awal berdiri pada tahun 2011 JIZ FM sudah memiliki segmentasi yang kuat dan tepat hingga sampai sekarang segmentasi tidak berubah. JIZ FM membidik anak muda laki-laki ataupun perempuan dengan klasifikasi 45% dan 55%, dalam skala utama usia 16-24 tahun. JIZ FM selalu ingin berusaha tetap fokus untuk memberikan ataupun memenuhi kebutuhan dan keinginan pada satu yang menjadi titik fokus. Seperti yang diungkapkan Dicky Mahardika dalam wawancaranya sebagai berikut:

“segmentasi audience yang menjadi sasaran kami umur 16-24 tahun, tapi speednya hingga 40 tahun. Kami memilih target usia itu dimana jogja merupakan kota pelajar dan didalamnya terdapat anak muda yang berkumpul di jogja untuk menempuh pendidikan atau bekerja di jogja, sehingga Program acara yang kami buat lebih menjurus ke anak muda yang memang menjadi sasaran utama kami. Jogja sendiri itu kota pelajar yang didalamnya lebih banyak SES B dan C namun tidak menutup kemungkinan untuk SES A juga bisa mendengarkan siaran kami. Untuk klasifikasi pendengarnya sendiri 45% laki-laki dan 55% perempuan. Kami dalam memberikan inovasi atau pembuatan program baru selalu melalui riset terlebih dahulu agar tidak salah sasaran. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Tahap selanjutnya setelah segmentasi ada target yang sudah jelas dan pasti sebuah radio siaran sangat memerlukan target sasaran yang tepat.

2) Targeting

Untuk target sasaran utama JIZ FM anak muda dengan usia 16-24 tahun yang berpendidikan dan sedang menempuh studi di Yogyakarta dengan golongan SES A, B dan C dimana D.I.Yogyakarta sendiri memiliki penduduk dengan golongan SES B 50% dan C 40% yang besar dibandingkan penduduk golongan SES A 10% yang mendengarkan JIZ FM. Meskipun memiliki beberapa kelompok segmen pendengar dari berbagai usia dan status ekonomi sosial, gaya hidup, dan sebagainya

kami hadir untuk sasaran usia 16-24 tahun tapi speednya hingga 40 tahun, dalam riset dan survey yang kami lakukan bisa dilihat dengan kondisi jogja sebagai kota pelajar yang banyak pendatang anak muda dari berbagai daerah dengan usia rata-rata 16-24 tahun untuk sekolah, kuliah, kalau gak ya kerja. Yang masih berada di range kota. Tidak kami pungkiri pada prakteknya memang banyak juga orang yang sudah kerja ataupun lulus kuliah dengar in siaran radio kami, (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

3) Positioning

Positioning merupakan suatu tindakan yang dilakukan manajemen untuk membangun dan menampilkan citra/image dari radio JIZ FM yang ingin di sampaikan kepada pendengar JIZ dan calon pengiklan yang ingin memasang iklan di JIZ FM agar berhasil untuk mendapatkan posisi yang pasti dan dapat menanamkan arti di dalam benak sasaran pendengar. Maka dari itu JIZ FM harus memiliki *positioning* yang kuat untuk menghadapi persaingan antar radio anak muda di Yogyakarta. JIZ

FM dalam pembuatan *positioning* harus memperhatikan detail-detail untuk menguatkan *positioning* yang dibentuk.

“adapun tujuan dasar yang JIZ FM inginkan mempertahankan *positioning* yang sudah kami tentukan, dengan *positioning* kami dapat memudahkan untuk membedakan diri dengan stasiun radio lain. *Positioning* semacam brand image untuk menjadi identitas radio kami, karena persaingan yang sangat ketat untuk lebih membedakan dari radio anak muda lainnya. Untuk itu kami mencoba dengan mengkonsep radio kami melalui *fun, young, and local* yang dikemas dalam gaya siaran, pemilihan bahasa yang akan kami pakai, materi siaran, dan yang paling penting itu pemilihan lagu dan musik harus sesuai dengan *positioning* yang sudah kami sepakati sejak awal. Sejak awal berdiri radio ini merupakan radio anak muda yang full music dan radio yang suka ngerjain orang sehingga dalam segala aspek harus dikonsept. (hasil wawancara dengan Andy Wibowo selaku Manager JIZ FM tanggal 19 September 2016).

Setiap stasiun radio sangat memerlukan *positioning* terlebih lagi dengan persaingan yang ketat antar radio. Terdapat lebih dari 77 stasiun radio swasta maupun komunitas yang mengudara di Yogyakarta beberapa diantaranya merupakan radio anak muda. JIZ FM ingin menampilkan brand image atau citra yang memberikan dan menciptakan kesan anak muda jogja melalui musik dan program yang kental. JIZ FM melakukan ini untuk memberikan perbedaan atau ciri khas yang berbeda dari radio lain yang memiliki segmentasi dan target yang sama.

“di Yogyakarta itu banyak radio dengan segmentasi anak muda seperti JIZ FM yaitu Geronimo FM, Swaragama FM, dan Prambos FM dan target yang mereka miliki pun hampir sama namun ada beberapa yang berbeda. Disinilah kami datang yang juga merupakan radio anak muda dengan segmen SES B dan C menariknya JIZ FM menjadi radio full musik *player* bukan radio yang *music maker* yang kami sajikan

80% Indonesia dan 20% asing yang kami konsep melalui 3 hal *fun, young, local* materi siaran pun tidak menghilangkan unsur lokal (jogja), karena kami berdiri dan memulai semuanya di jogja jadi kebudayaan jogja harus kami masukan kedalam konsep kami ini yang akan menjadi pembeda kami dari radio lainnya dan memudahkan bagi para pendengar di jogja untuk mengetahui bahwa ketika pertama kali mendengarkan radio “ohhh ini JIZ FM.” (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

“dari tahun ke tahun peningkatan radio baru di jogja sangat berkembang, saat ini ada 77 radio swasta dan 9 radio diantaranya radio anak muda yang ada di jogja, persaingan pun semakin ketat kami tidak bisa menghindar, mau tidak mau kami harus menghadapi tugas kami bagaimana kami harus menyikapi hal tersebut, okelah radio anak muda di jogja ada beberapa maka dari itu kami harus memposisikan radio kami dengan tepat dan kuat, positioning sangat penting bagi kami sama halnya dengan produk atau company harus memiliki identitas khusus untuk produk yang kuat agar mudah diingat atau di ketahui.” (hasil wawancara dengan Andy Wibowo selaku Manager JIZ FM tanggal 19 September 2016).

Positioning sangat dibutuhkan oleh JIZ FM untuk identitas atau ciri khas, dalam pembentukan *positioning* harus melalui komponen-komponen. Seperti segmentasi, *targeting*, *positioning*, *formatting* dan *programming*.

4) Formatting

Sebuah radio harus memiliki format yang jelas untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pendengar. Format yang di suguhkan JIZ FM selalu konsisten sejak awal berdiri pada tahun 2011. Terlebih lagi sasaran JIZ FM adalah anak muda yang berpendidikan dan sedang menempuh studi. Penetapan format siaran sekaligus menjadi identitas musik dan program yang akan kami

siarkan. Genre musik JIZ FM pun tidak semua bisa diterima hal ini disebabkan karena sasaran pendengar JIZ FM yang dituju, maka dari itu JIZ FM harus selektif untuk katagori atau genre musik JIZ FM yang ebraliran teen POP yang TOP 40.

Kami selalu konsisten untuk menggunakan format yang sudah kami tentukan sejak awal berdiri “Contemporary Hits Radio” menjadi format radio kami karena kami melihat target audien Yang sudah kita tentukan sejak awal dengan usia rata-rata 16-24 tahun namun speednya hingga 40 tahun, lagu pun kami pilih-pilih dan cocokan sesuai dengan format kami. Format musik kami bagi antara musik Indonesia dan barat, 80% Indonesia dan 20% barat. Dan untuk format programnya sendiri kami bagi menjadi 80% musik dan 20% informasi dan hiburan. (hasil wawancara dengan Andy Wibowo selaku Manager JIZ FM tanggal 19 September 2016).

Dengan format yang JIZ FM berikan dan tetap selalu konsisten menjadi harapan tersendiri untuk JIZ FM menjadi pelopor radio anak muda dengan radio full musik masa kini namun tetap memasukan unsur lokal.

5) Programming

Untuk tahapan terakhir dan melengkapi dari semua komponen itu masuk pada programming yang merupakan aktifitas dari departemen program. Setiap radio harus memiliki programming untuk menyusun program yang akan disuguhkan. Dengan adanya programming segala materi yang akan stasiun radio berikan akan mudah tertata. Melalui program JIZ FM bisa menyampaikan ciri khas. Namun dalam menentukan program siaran sebuah stasiun radio tidak boleh sembarangan karenan program merupakan bagian dari

programming stasiun radio harus mempertimbangkan target sasaran pendengar yang sudah ditetapkan. Target sasaran JIZ FM anak muda dengan usia 16-24 tahun . dimana kondisi psikografis dengan usia itu sangat rentan dan cenderung memiliki semangat yang tinggi terhadap teknologi dan gaya hidup serta memiliki rasa ingin. Dalam pembuatan program Radio JIZ FM harus memenuhi 3 konsep yaitu *Fun, Young, Local*. Hal ini bertujuan untuk dapat menjadi ciri khas dan karakteristik dari radio JIZ FM. tahu yang tinggi akan kebutuhan informasi dan hiburan.

“program ada kaitanya erat dengan positioning. dalam pembuatan programming kami sangat membutuhkan departemen program, mereka akan membantu kita dalam pembentukan program sesuai dengan segmentasi, targeting, positioning dan formatting yang sudah kami tentukan. Walaupun JIZ FM ini merupakan radio full musik dan radio yang suka ngerjain orang. kami juga tidak melupakan untuk memiliki program walaupun tidak sebanyak radio anak muda lain karena kita fokus memulai pendekatan dengan *full musik*, sebisa mungkin jika PD membuat program tidak boleh menghilangkan itu. program sangat kami butuhkan demi menarik perhatian pendengar dan salah satu cara kita dalam menyampaikan positioning. tidak lupa dalam pembuatan program Program Director harus memasukan 3 konsep *fun, young and local*”(hasil wawancara dengan Andy Wibowo selaku Manager JIZ FM tanggal 19 September 2016).

2. Pembentukan *Positioning* JIZ FM

Dalam pengaplikasian atau pewujudan positioning di JIZ FM tidak semudah itu, *positioning* dibuat untuk menjadi citra atau identitas radio JIZ FM. Termasuk semua konten yang ada di JIZ FM sangat

membantu untuk menguatkan *positioning* Maka itu JIZ FM menggunakan beberapa langkah-langkah pembentukan *positioning* yang kuat.

a. On-Air

Program Director membuat program siaran on-air untuk JIZ FM secara beragam dan dibuat sesuai konsep yang sudah ditetapkan JIZ FM. Secara umum *positioning* di terapkan di JIZ FM pada musik, penyiar, program, dan ciri khas radio. Musik di tempatkan di tempat utama hal ini dilakukan karena sejak awal berdiri ingin menyampaikan *positioning* melalui musik.

(1) Program

Setiap radio yang melakukan siaran pasti memiliki program yang akan menjadi program favorit atau andalan bagi radio tersebut. Bisa dikatakan program itu diasarkan secara rutin pada jam-jam yang sudah di tentukan didalam program regular terdapat kekreatifan yang dapat menarik pendengar dan pengiklan. Respon dari pendengar sangat dibutuhkan secara tidak langsung mereka yang akan menerima dan menilai program kita. Lagu-lagu untuk setiap program merupakan lagu-lagu pilihan yang sudah dipilih. Pemilihan lagu hits pada jamannya diusahakan yang masih diingat sampai sekarang ini dan harus dikaitkan dengan segmentasi usia 16-24 tahun seperti sejak awal kesepakatan saat JIZ FM

berdiri. Untuk program JIZ FM sendiri digolongkan dalam dua katagori talkshow dan musik. Pada program talkshow sendiri diutamakan untuk terfokus pada konten siaran namun tidak melupakan lagu yang akan diputar seperti DE JAFU kreatif konten 10 IN A ROW yaitu format pemutaran music 10 lagu berturut-turut tanpa jeda iklan sedikit pun, JAGOAN (JIZ 30 lagu pilihan) kreatif konten dengan 2 IN 1 yang menghadirkan request 2 lagu dari 1 artis yang sama, dan sedagkan MUSIC MIX memiliki kreatif konten re-run (ulang) SARANG & TIWAW. Setiap program yang ada di JIZ FM memiliki perbedaan dan ciri khas masing-masing.

JIZ FM sebagai radio anak muda harus berusaha mengikuti perkembangan jaman namun tetap satu arah dengan tujuan awal berdiri dan tidak melupakan kebudayaan jogja sebagai simbol walaupun itu hanya kecil. Tetap selalu untuk bisa konsisten dengan apa yang sudah menjadi tujuan awal dengan dibantu oleh komponen-komponen yang akan menjadi ciri khas JIZ FM. Salah satu program acara JIZ FM yag membantu JIZ FM dalam menunjukan positioningnya adalah program JAGOAN JIZ dimana program ini didalamnya memiliki kreatif konten yang dalam pemilihan lagunya untuk dijadikan chart Top 30 merupakan lagu pilihan pendengar yang sesuai dengan positioningnya “Best Indonesia

Music” selain itu JAGOAN JIZ juga memiliki segmen JAGOANKUSTIK yang dimana program ini merupakan talkshow khusus dengan musisi Indonesia yang akan memberikan informasi terbaru karya yang sedang mereka buat dan membangun kedekatan pendengar dan fans. Hampir seluruh program JIZ FM memiliki pengaruh untuk positioning Karena JIZ FM memutar lagu secara marathon terutama music hits Indonesia dengan mengurangi durasi bicara.

(2) Penyiar

a. *Air Personality*

Seorang penyiar harus memiliki *Air Personality*. JIZ FM membutuhkan seorang penyiar yang humble dan friendly. Sangat susah jika JIZ FM memiliki penyiar yang kaku dan kudet (kurang update). Menjadi penyiar di JIZ FM tidak memerlukan *Personality* yang luar biasa hebat atau diatas rata-rata cukup dengan memiliki wawasan luas, mudah bergaul, mudah beradaptasi, up to date, terbuka terhadap perubahan dan mengerti akan bahasa jawa atau budaya jogja. Image yang alami dimiliki seorang penyiar akan lebih membuat point plus bagi JIZ FM karena tidak perlu dibuat-buat atau di ada-adakan. Dengan image dan karakter yang

secara alami ada pada diri penyiar JIZ FM akan lebih memudahkan untuk penyiar menjalankan tugasnya.

Sifat dan perilaku orang itu berbeda-beda begitupun dengan para penyiar kami. Penyiar yang memiliki karakter atau image *friendly* dan *humble* yang benar-benar alami dari diri mereka akan sangat lebih memudahkan mereka. bagaimana pun *positioning* yang sudah di tetapkan di JIZ FM akan terlihat lebih fokus ketika penyiar JIZ bisa menyampaikan itu dengan baik dan benar seperti yang kita mau. Kita tidak mau merubah-ubah sifat dan karakter orang. Makanya waktu *requitmen* penyiar itu juga menjadi salah satu syarat untuk calon penyiar. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Untuk menjadi seorang penyiar di JIZ FM harus melalui tahap seleksi untuk memastikan bahwa calon penyiar memiliki *Air Personality* yang dibutuhkan JIZ FM. Calon penyiar harus mengetahui *Personality* penyiar yang dibutuhkan seperti pintar menempatkan diri, memiliki wawasan luas, mudah bergaul, berjiwa muda, mudah beradaptasi, up to date, terbuka terhadap perubahan dan mengerti akan bahasa jawa dan budaya jogja. Setelah melalui tahap seleksi akan ada dimana calon penyiar yang terpilih akan di training untuk mematangkan *personality* dan untuk mengenal karakter lebih dalam lagi.

Pintar menempatkan diri, wawasan luas, mudah bergaul, jiwanya muda banget yang mencintai jogja, update, mudah beradaptasi, personalnya terbuka dengan segala sesuatu dan mudah diajak bicara itulah yang kita cari. Saat kita melakukan seleksi itu yang diutamakan. Setelah seleksi ada masa dimana Training dilakukan untuk mengenal karakter. Pastinya penyiar yang kita pilih biasanya yang berjiwa muda kenapa kita memilih itu

karena kita lihat kembali ke konsep awal JIZ FM yaitu *Fun, Young and Local* selain itu karena target sasaran kita itu anak muda. Pas masa training kita biasanya akan memantapkan *personality* dan *imaginya* agar terlihat seperti yang kami inginkan. Ketika masa training sudah selesai penyiar yang terpilih diharapkan sudah sesuai dengan image yang dibangun JIZ. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016).

(3) Stasiun Identity

a) Panggilan pendengar

“sobat JIZ “menjadi pilihan JIZ FM untuk panggilan pendengar setianya. Dengan panggilan ini JIZ FM ingin terlihat lebih dekat dengan pendengar setianya.

Bagi kami sobat JIZ akan terlihat lebih akrab dan lebih kekinian dibanding sahabat JIZ, sebenarnya maknanya sama Cuma pengucapannya akan lebih terdengar akrab baget dengan pendengar setia kita dan sobat itu kan menunjukkan bahwa kita itu deket banget. (hasil wawancara dengan Andy Wibowo selaku Manager JIZ FM tanggal 19 September 2016).

b) Bahasa Siaran

Penyiar di radio JIZ FM selalu menggunakan bahasa siaran yang sopan namun tetap asik di telinga pendengar, JIZ FM berusaha untuk tetap konsisten dalam bahasa siaran dengan tidak menghilangkan aksen bahasa jawa di tengah-tengah percakapan dengan pendengar.

“radio kami ini lahir dan berdiri di jogja, yang lebih tau jogja itu ya orang jogja sendiri, kita harus menyesuaikan dengan apa yang diinginkan orang

jogja, bahasa siaran pun harus kami sesuaikan. Kami berfikir ketika kami lahir dan berdiri di jogja, jika bahasa siaran yang kami gunakan lo gue lo gue akan terdegar asing bagi orang jogja, itu yang membuat kita untuk memilih menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa jawa agar lebih dekat dengan pendengar jogja. (hasil wawancara dengan Andy Wibowo selaku Manager JIZ FM tanggal 19 September 2016).

Untuk bahasa siaran yang kami gunakan sih kita lebih melokalkan yaaa karena kan kita ini berdiri dan lahir di jogja dan berada dibawah manajemen rasialima yang bekerjasama dengan mahaka media (GEN Jakarta, GEN Surabaya dan Jak Jakarta) kalau yang di jakarta pakai bahasa kekininian lo gue sih memang budaya Jakarta kayak gitu tapi kalau lo gue diterapkan di jogja itu akan aneh makanya radio kami yang berdiri di jogja harus menyesuaikan dengan kultur yang ada di jogja dimulai dari bahasa siaran yang kami gunakan lebih ke bahasa Indonesia yang dicampur dengan bahasa jawa. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

c) Slogan/tagline

JIZ FM memiliki slogan “Musik Terbaik Pilihanmu” sesuai apa yang diinginkan oleh radio JIZ FM yang akan terus memutar lagu-lagu hits palyer terbaik pilihan pendengar sesuai dengan keinginan, segmentasi dan targeting sejak awal JIZ FM lahir

“Musik terbaik pilihanmu” slogan yang kami gunakan saat ini dipilih melalui kompetisi yang kami lakukan, ketika memilih slogan ini kami merasa pas apalagi dilihat sangat cocok dengan *positioning* kami “Best Indonesia Music” sebagai radio anak muda yang fun, young and local. (hasil wawancara dengan Andy Wibowo selaku Manager JIZ FM tanggal 19 September 2016).

Slogan bagi radio kami sangat penting karena slogan salah satu simbol atau identitas untuk radio kami yang membedakan dari radio lain selain itu slogan yang kami pakai juga harus menunjukkan positioning yang sudah kami kehendaki. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

d) Logo



Gambar 3.1. Logo JIZ FM

Logo yang dibuat JIZ FM sangat mudah dilihat dan diingat bentuknya yang simple dan menarik. Selain tulisan JIZ FM yang besar di logo diselipkan sosok maskot yang mengemaskan, menggunakan blangkon khas Yogyakarta, menggunakan headset khas radio dengan posisi tangan "monggo" yang mengandung arti: dengan segala kerendahan hati kami mempersilahkan masyarakat di Yogyakarta yang berjiwa muda untuk mendengarkan radio kami.

“kita mencoba mendekati diri dengan pendengar jogja dan membuat mereka tidak akan mudah melupakan jogja. Dengan adanya simbol orang menggunakan blangkon mengingatkan pendengar akan jogja. Jenis huruf/font yang digunakan dalam logo kami anifont yang dipadukan dengan warna orange, kami memiliki alasan sendiri kenapa menggunakan warna itu dan memilih jenis huruf ini, karena karakternya bisa mewakili jiwa anak muda yang selalu *fun* dan ceria. (hasil wawancara dengan Andy Wibowo selaku Manager JIZ FM tanggal 19 September 2016).

(4) Musik

Sesuai dengan konsep dan *positioning* yang sudah kita sepakati sejak awal berdiri untuk berfokus pada 80% musik Indonesia dan 20% musik barat namun dengan porsi yang lebih sedikit dibanding musik Indonesia. Memutarakan lagu-lagu terbaik untuk menjadi hitsmaker

“kami berusaha untuk konsisten sejak awal berdiri termasuk dalam penentuan musik, ketika kita lahir dan menjadi satu-satunya radio musik anak muda yang full musik. Untuk menonjolkan itu kami membatasi durasi bicara, penayangan iklan dibatasi, bukannya kami tidak mementingkan interaksi pendengar dengan penyiar namun kami melihat kembali ke *positioning* kami. Selain itu kami memiliki alasan lain yaitu untuk lebih mengurangi kejenuhan dan kebosanan pendengar jika durasi bicara kita diperpanjang. Dalam pemilihan musik dan lagu biasanya saya bekerjasama dengan mas bagas selaku *Music Director* kami. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

JIZ FM selalu menyesuaikan musik dengan target pendengar dengan SES B dan C, lagu-lagu yang diputar di JIZ FM sebelumnya dipilih oleh Program Director dan Music Director mereka akan bekerja sama sebaik mungkin untuk memenuhi

keinginan pendengar. Dalam setiap program yang ada di JIZ FM pemutaran lagu dibuat selalu sama walaupun itu program regular lagu Indonesia akan dicampur dengan lagu barat namun dengan presentase lagu Indonesia lebih banyak dan lagu barat lebih sedikit.

Untuk pemilihan lagu dan musik saya menyesuaikan dengan target dan format radio, tidak bisa sembarangan saya memilih lagu biasanya pemilihan lagu saya harus lihat lagu apa yang sekarang sedang menjadi *hits player* dikalangan anak mudadan genre harus kami sesuaikan karena tidak semua genre musik bisa masuk diplaylist radio kami. Selain saya memilih lagu sendiri saya juga bekerjasama dengan PD, biasanya PD akan selalu memberikan saya saran lagu-lagu lalu saya pilih lagi kira-kira mana yang bisa dimasukan didaftar pustaka musik kami yang akan di jadikan playlist untuk radio kami. Tapi kebanyakan lagu yang disarankan PD masuk semua di playlist. (hasil wawancara dengan Bagas Wicaksono selaku *Music Director* JIZ FM tanggal 20 Oktober 2016)

JIZ FM memberikan batasan untuk genre musik yang akan dipakai, namun ada beberapa genre musik yang tidak diperbolehkan masuk di JIZ FM mengingat format radio kami Contemporary Hit Radio (CHR) yaitu campur sari, dangdut, pop-melayu, pop dangdut. Musik merupakan hiburan tersendiri bagi pendengar, JIZ FM percaya bahwa musik dapat membangun mood dan semangat dengan tempo dan beat lagu-lagu yang dipilih.

b. *Off-Air*

Kegiatan branding, merupakan salah satu media promosi untuk melaksanakan positioning, beriklan melalui berbagai macam media cetak maupun elektronik dibutuhkan JIZ FM untuk lebih memperkenalkan dan mempertahankan positioning JIZ FM seperti:

(1) Iklan

Beriklan juga merupakan salah satu cara untuk merekatkan brand image JIZ FM. Selain itu beriklan juga dapat membantu pendengar mengingatkan untuk mendengarkan dan selalu berada di frekuensi radio JIZ FM. Seperti yang di ungkap Manajer JIZ FM Andi Wibowo sebagai berikut :

“kami berusaha semaksimal mungkin untuk membranding radio JIZ FM ini agar banyak orang yang tau dan mendengarkan radio kami, beriklan di media cetak maupun elektronik secara lokal dengan cara bekerjasama dengan Koran-koran lokal yang ada di Yogyakarta, branding logo, iklan Koran, iklan tv lokal, kita selalu bekerja sama untuk mengingatkan pendengar dengan radio JIZ FM. (Hasil wawancara dengan Andi Wibowo selaku Manajer JIZ FM tanggal 19 September)

(2) Event & Branding

Di kebanyakan event yang ada di jogja JIZ FM tidak pernah ketinggalan untuk menjadi media partner dan sponsor seperti Konser, kegiatan kampus, Festival, *fun run*, pameran, dan lain-lain. JIZ FM melakukan kerjasama promosi dengan event bertujuan untuk mendapatkan timbal balik berupa

branding JIZ FM kedalam event dan menciptakan kedekatan secara langsung dengan pendengar. Hal ini disampaikan oleh Andi Wibowo selaku Manajer sebagai berikut:

Dengan menjadi media partner kami berharap bisa menyebarkan positioning yang sudah kita tetapkan secara langsung dan untuk branding JIZ FM kependengar secara langsung bahwa ini ada kami bisa hadir di tengah-tengah kalian. . (Hasil wawancara dengan Andi Wibowo selaku Manajer JIZ FM tanggal 19 September)

3. Peran Program Director dalam Mempertahankan Positioning

a. Tugas dan Tanggung jawab Program Director

Program Director JIZ FM memiliki tugas dan tanggung jawab yang tidak ringan. Tugas program director meliputi semua output. Program on-air dibuat semua oleh Program Director setiap detail yang ada di on-air harus diketahui dan di setujui oleh Program Director dan Program Director harus selalu memantau apa yang kurang dan tidaknya program yang Program Director Buat. Manajer JIZ FM sudah menyerahkan dan percaya sepenuhnya dengan Program Director JIZ FM tinggal bagaimana Program Director menjalankan peran dan tanggung jawabnya

Tanggung jawab saya sebenarnya banyak dari merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi strategi. Segala sesuatu yang keluar saat siaran atau on-air itu tanggung jawab saya entah itu musik, konten siaran, penyiar, membuat kalender kerja siaran pokoknya yang berhubungan dengan sebelum hingga sesudah siaran itu tugas dan kewajiban saya. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Selain apa yang sudah menjadi tugas seorang Program Director juga harus tau bagaimana cara yang tepat untuk melakukan dan menjalankan tanggung jawabnya.

Ketika saya sudah diberikan tanggung jawab dan kepercayaan oleh manajer dalam hal apapun itu berarti saya harus menjaga kepercayaan itu tanpa mengecewakan sedikitpun, saya memiliki cara sendiri untuk menjaga itu semua dengan selalu menjalankan tugas saya dengan hati-hati dan sebisa mungkin apapun yang saya kerjakan harus selesai tepat waktu, saya menghindari sekali yang namanya menunda-nunda pekerjaan. Saya ingin memberikan dedikasi saya untuk JIZ FM dalam mempertahankan positioning yang sudah ditetapkan dan segala yang sudah didapat JIZ FM, termasuk mempertahankan pendengar. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Tidak mudah untuk menjadi Program Director harus konsisten dan tegas tetapi harus mau mendengarkan pendapat orang lain. Harus memastikan kualitas dan kesesuaian lagu yang akan diputar sesuai segmentasi yang sudah ditetapkan. Tetap harus memonitoring siaran radio pesaing yang berada di ruang lingkup segmentasi yang sama. Bahwa disini tanggung jawab Program Director bisa dilihat didalam dokumen profil radio JIZ FM jogja untuk tugas dan tanggung jawab Program Director JIZ FM :

- 1) Memiliki attitude dan leadership yang baik serta memiliki jiwa kebersamaan (teamwork) yang kuat.
- 2) Merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi strategi program siaran.

- 3) Terlibat dalam penerimaan (requitment) Announcer/penyiar.
- 4) Bertanggungjawab atas peningkatan pendengar, pemutaran iklan, dan bukti siar iklan.
- 5) Berhubungan baik dengan pihak terkait dengan program siaran.
- 6) Pusat informasi program siaran dan kalender kerja announcer/penyiar.
- 7) Membuat perencanaan dan laporan mingguan, bulanan dan tahunan untuk manager.

Inilah penjabaran tugas dan tanggung jawab Program Director secara lebih jelas dan detailnya yang ada di dokumen *Jobdesk* kerja JIZ FM.

b. Kewajiban Program Director Terhadap *Positioning*

Program Director merupakan orang yang bertanggung jawab dan bertugas untuk mengaplikasikan dan mempertahankan *positioning* yang sudah ditetapkan oleh manajemen. Program Director JIZ FM tidak diperbolehkan secara pribadi merubah ataupun mengganti *Positioning*. Menjadi Program Director harus bisa mengaplikasikan *positioning* yang sudah ditetapkan manajemen ke dalam bentuk on-air sehingga apa yang radio inginkan bisa tersampaikan secara tepat ke pendengar radio. Pengaplikasian *positioning* JIZ FM “Best Indonesia Music” program director harus bisa menerjemahkan maksud dari *positioning* tersebut agar lebih mudah diterima pendengar dan Program Director JIZ FM tidak boleh melupakan target sasaran, gaya hidup sasaran dan pergaulan.

Pengaplikasian *positioning* di JIZ FM sendiri saya tidak bisa sembarangan atau semau saya sendiri dalam mengaplikasikan *positioning* yang sudah di tetapkan manajemen. Bagaimanapun saya harus bisa memahami maksud apa dan tujuan seperti apa yang ingin disampaikan kepada pendengar radio kami. “Best Indonesia Music” ketika saya merencanakan atau membuat program harus fokus ke musik namun tidak menghilangkan konten siaran yang ingin saya berikan sesuai keinginan sobat JIZ. Selain itu saya juga tidak boleh sembarangan memilih dan memberikan musik kepada pendengar JIZ lagu-lagu pun harus saya pilih sesuai dengan segmentasi dan target sasaran yang sudah ditetapkan walaupun itu lagu hits pada jamannya. Lalu saya kembalikan ke MD untuk mengeksekusi lagu-lagu itu dan disajikan ke pendengar. Saya juga harus sebisa mungkin memberikan kenyamanan untuk pendengar JIZ dalam mendengarkan siaran kami. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Menjadi seorang Program Director harus benar-benar memahami apa yang sudah menjadi tujuan dan *positioning* JIZ FM, memahami kondisi target sasaran, gaya hidup sasaran, dan hal-hal lainnya yang mungkin dapat menarik perhatian pendengar.

Sejujurnya kami pihak manajemen ingin memberikan hal yang berbeda di radio kami. Banyak di luar sana radio anak muda yang menjadi pesaing kami. Masyarakat Indonesia itu merupakan masyarakat yang sangat suka sekali dengan musik terlebih dengan sasaran kami usia 16-24 tahun dimana mereka akan sangat pemilih dengan musik. Makanya itu saya harus membuat program yang harus mengutamakan musik namun tidak membuat bosan pendengar JIZ kami. Selain itu program yang saya buat harus sesuai dengan *positioning*. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

c. Proses Program Director Mempertahankan *Positioning*

Positioning merupakan hal yang paling penting dari sebuah stasiun radio siaran. Dikatakan penting karena *positioning* merupakan

hal yang menampilkan image atau citra kepada pendengar agar pendengar dapat melihat perbedaan yang ada disetiap stasiun radio. Dengan adanya positioning pendengar dibidik untuk dapat lebih mengetahui dan lebih dekat dengan stasiun radio anak muda.

1) Program

Program Director orang yang sangat berperan penting dalam memastikan dan mempertahankan *positioning* yang ada didalam sebuah program. tidak lupa juga Program Director harus selalu memastikan bahwa setiap program yang dibuat dapat mewakili *positioning* JIZ FM dan selalu memperlihatkan konsistensinya dalam hal ciri khas setiap program. image dan citra dapat juga terwakilkan melalui program yang di buat Program Director. Sepeti yang disampaikan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM:

Saya berfikiran bagaimana membuat program yang dapat mewakili dan sesuai dengan *positioning* kami? Bagaimana program yang tidak membuat pendengar bosan?.Saya mencoba mendengarkan radio-radio anak muda selain JIZ FM berkali-kali saya dengarkan hampir rata-rata yang saya dengarkkan pengaturan musiknya sama. akhirnya saya terfikirkan untuk memberikan hal yang berbeda untuk JIZ FM yaitu dengan gaya "Full Music". Full musik bukan berarti kita melakukan siaran tanpa percakapan antara penyiar dengan pendengar. Kami tetap memasukan siaran selayaknya radio dengan ada percakapan antara penyiar dan pendengar karena dengan adanya itu kami bisa mengetahui feedback dari pendengar secara langsung namun dengan konsep kami yang full musik kami tidak menghilangkan namun mengurangi durasi bicara penyiar dengan pendengar. Dan durasi iklan pun kami kurangi. Sejauh ini konsep itu sangat berhasil bagi radio kami. Inovasi-inovasi pun selalu saya lakukan untuk program, biasanya inovasi saya lakukan ketika ada moment-moment

tertentu yang dapat menarik pendengar. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

JIZ FM ini radio yang berbeda dengan radio anak muda yang ada di Yogyakarta, sudah sangat jelas program JIZ FM dibagi ke dalam 80% musik dan 20% informasi, Program Director kami pasti tahu apayang harus di buat dan diberikan untuk radio ini. Dan dalam pembuatan program yang baik sebenarnya gampang asal memenuhi tiga konsep yang sudah kami tetapkan yaitu fun, young and local dengan memasukan tiga unsur ini saja sudah cukup.(hasil wawancara dengan Andi Wibowo selaku Manajer JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Secara keseluruhan, seorang Program Director Harus memiliki berbagai kemampuan untuk dapat berfungsi secara efektif dalam mempertahankan dan menyampaikan *positioning* yang dimiliki JIZ FM agar selalu konsisten. Program Director merupakan sebuah kunci untuk stasiun radio tersebut.

2) Penyiar

a) *Personality*

Seperti yang sudah di jelaskan sebelumnya dari segi on air personality penyiar JIZ FM harus sesuai dengan personality yang sudah di tetapkan sebelumnya, seorang penyiar harus pintar dalam komponen dari radio yang sudah di tetapkan serta harus pandai berinteraksi dengan pendengar. Segala sesuatu yang keluar dari penyiar adalah sebuah image atau citra yang mempengaruhi untuk mendengarkan JIZ FM.

Positioning yang kita miliki sangat mempengaruhi penyiari, sebelum perekrutan penyiari kita harus melihat *positioning* kita terlebih dahulu, penyiari seperti apa sih yang kita butuhkan

Dalam perekrutan penyiari *positioning* sangat mempengaruhi, karena menurut kita penyiari bisa menjadi image atau kaca dari radio kami, jika kita salah dalam pemilihan penyiari maka tidak menutup kemungkinan *positioning* kita tidak tersampaikan. Makanya itu kenapa kita ada masa training bisa disebut juga masa seleksi, sebelum ditetapkan menjadi penyiari JIZ FM, masa training ini menjadi nilai bagi para calon penyiari, kebanyakan dari calon penyiari tidak selesai saat training karena bisa memenuhi sesuai *positioning* kami. Untuk karakteristiknya sendiri dibutuhkan sesuai apa yang sudah kami tentukan seperti kecintaannya terhadap musik, terhadap budaya jogja, dan personalitynya sendiri bisa menjaga nama baik pribadi maupun lingkungannya. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Setelah melewati masa training bisa kita dapatkan beberapa calon penyiari yang sesuai dengan kebutuhan kita dan sesuai Air Personality yang kita butuhkan anak muda yang berjiwa muda, mencintai musik, berwawasan luas, terbuka terhadap apapun seperti segala hal yang ada di Jogja dan kebudayaannya, aktif, dinamis, percaya diri, rendah hati, humble, mandiri, bertoleransi, dan menyenangkan untuk diajak bercerita. Hal ini disampaikan Dicky Mahardika sebagai Program Director dalam wawancaranya berikut:

Seorang anak muda yang terbuka terhadap segala sesuatu bisa mewakili jogjanya, mudah berteman dapat menempatkan diri sebagai teman secara personal, berjiwa muda. Karena target sasaran kita anak muda banget jadi penyiari yang kami pilih

pun harus anak muda banget, tidak bisa kita memilih penyiar yang hanya mencintai jogja karena belum tentu semua calon penyiar yang mencintai jogja, berjiwa muda. Maka itu kita juga membutuhkan penyiar yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Seorang penyiar juga harus bisa membuat nyaman bagi pendengarnya contohnya dalam hal berinteraksi dengan pendengar atau sobat JIZ. Dilihat dari target sasaran anak muda itu kalau sudah dan mudah nyaman tidak akan pergi kok. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Pertama kali saya menjadi penyiar JIZ gara-gara waktu itu saya kenal dengan mas dicky (PD JIZ FM) lalu saya di rekomendasikan oleh mas dicky untuk mengisi posisi penyiar dan kebetulan waktu itu memang JIZ FM baru recruitmen untuk penyiar, karena suara dan pembawaan saya yang pas dengan yang diinginkan JIZ FM akhirnya saya terpilihlah untuk mengisi penyiar JIZ FM dan kebetulan memang sebelumnya saya sangat suka sekali mendengarkan siaran radio JIZ malah bisa dibilang JIZ FM radio favorit saya. Sebagai penyiar saya juga harus paham akan situasi yang ada di jogja hal ini akan lebih memudahkanya untuk melakukan siaran. Saya juga harus menyiapkan chart lagu untuk diputarkan saat saya siaran selain itu saya juga harus selalu melakukan riset dan survey kecil terhadap apapun terutama ketika saya akan melakukan wawancara di radio dengan artis-artis atau musisi-musisi dari Jakarta, tidak mungkin kan saya wawancara dengan bahan seadanya. Dengan melakukan riset akan memudahkan saya untuk membuat *topic* pembicaraan. (hasil wawancara dengan Gita selaku Penyiar JIZ FM tanggal 20 Oktober 2016).

Menjadi penyiar di JIZ FM memiliki kewajiban-kewajiban tersendiri yang diberikan perusahaan seperti yang tertuang di document profil JIZ FM:

- 1) Memiliki attitude yang baik dan memiliki jiwa kebersamaan (teamwork) yang kuat.
- 2) Terlibat perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi siaran dan pemutaran iklan.

- 3) Ikut berhubungan baik dengan pihak yang terkait dengan program siaran (yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan)
- 4) Membuat perencanaan dan laporan mingguan untuk program director.

3) Musik

Musik merupakan hal yang sangat penting bagi JIZ FM karena musik merupakan positioning yang di pakai JIZ FM oleh karena itu Program Director dibantu Musik Director dalam hal melihat kesesuaian musik dengan pendengar. Pilihan musik yang diputarkan sangat berpengaruh terhadap *positioning* JIZ FM. Terlebih lagi JIZ FM merupakan radio yang berformat musik maka dalam siarannya pun akan di perbanyak musiknya dari pada informasinya.

Musik? Sangat amat berpengaruh karena *positioning* yang kita tetapkan itu berhubungan dengan musik, tidak bisa kita ngawur dalam pemilihan musik harus ada aturannya supaya tidak salah sasaran. Segmen kita kan diutamakan untuk SES B-C dengan usia 16-24 tahun namun speednya hingga 24 tahun, maka dari itu pemilihan musik kita harus sesuai dengan segmen kita, masalahnya tidak semua musik cocok dengan kita dan pendengar dari itu kita harus melihat apa sih yang diinginkan B-C, cocoknya yang seperti apa sih, pantasnyanya yang bagaimana, sesuai kebutuhan lah itu yang kita berikan. Pengelompokan musik juga harus kita perhatikan, tidak semua semua waktu cocok dengan musik yang sama, maka dari itu lagu yang kami putarkan pun mengarah ke dalam suasana hati pendengar. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016).

Sebagai radio anak muda yang menempatkan diri sebagai radio full musik yang kuat, JIZ FM selalu meng update musik terbaru

yang mudah di terima oleh pendengarnya. Hal ini dilakukan untuk semakin mendekatkan diri kepada pendengar dengan taunya selera pasar.

Dalam pemilihan lagu kita memang mengikuti selera pasar, namu tidak semua musik bisa kita terima, kami sudah mengelompokan lagu kami 80% musik Indonesia dan 20% musik barat, radio kami sendiri ingin lebih fokus untuk musik indonesianya walaupun musik barat kita masukan namun tidak sebanyak musik Indonesia. Karena kami ingin memperlihatkan lokalnya akan sangat tidak baik ketika musik barat lebih banyak mendominasi. Menurut kita musik Indonesia sendiri akan mudah diterima oleh pendengar. Namun tidak semua musik Indonesia kita masukan tetapi kita selektif dalam memilih sesuai dengan sasaran target yaitu musik Teen pop yang top 40. (hasil wawancara dengan Bagas Wicaksono selaku Music Director JIZ FM tanggal 20 Oktober 2016).

Mempertahankan *positioning* dalam segala aspek on-air agar tetap konsisten adalah tugas dari seorang Program Director. Menjadi Program Director memiliki tanggung jawab dan kewajiban yang tidak ringan harus selalu melihat perkembangan setiap aspek dan untuk mengadakan inovasi agar semuanya sesuai dengan gaya hidup dan trend yang ada.

4) Evaluasi

Evaluasi sangat diperlukan bagi media penyiaran. Evaluasi dilakukan untuk memperbaiki ataupun caralain untuk membangun kebersamaan antara manajemen dan staf JIZ FM dimulai evaluasi untuk manajemen, Program Director, Program dan Penyiar segala

aspek yang ada di JIZ FM. evaluasi mingguan selalu JIZ lakukan dan evaluasi tahunan juga JIZ FM lakukan. Evaluasi ini dilakukan dalam bentuk meeting yang didiskusikan tentang kegiatan yang berjalan selama ini dan melibatkan semua pihak dan aspek yang ada di JIZ FM.

“kita selalu melakukan evaluasi untuk Program Director, program dan penyiar. Program sendiri dievaluasi lebih kepada konten siaran dan musik dimana dalam konten harus selalu diberikan inovasi-inovasi yang membuat lebih menarik lagi. kalau program director biasanya lebih ke mkinerja dan dedikasi dia untuk memberikan apa ke JIZ agar Positioning bisa selalu dipertahankan, kalau penyiar sih seperti biasa cara penyiar melakukan siaran dalam membawakan program dan bahasa siaran. Evaluasi tahunan juga kami lakukan untuk memflashback kejadian-kejadian ditahun sebelumnya dan akan diperbaiki didalam perencanaan kerja JIZ FM untuk tahun kedepannya. (hasil wawancara dengan Andi Wibowo selaku Manajer JIZ FM tanggal 19 September 2016)

d. Tugas dan Tanggung Jawab Program Director Terhadap Audien

Seorang Program Director tidak hanya berhubungan dengan program namun juga harus bisa menjalin dan menjaga hubungan baik dengan sobat JIZ FM. Harus bisa memahami siapa yang akan menjadi pendengar dan bertindak untuk menjangkau pendengar dengan cara mengetahui gaya hidup dan terlibat dalam kehidupan sosial pendengar selain itu seorang Program Director harus bisa mendapatkan insight dari area yang dijangkau oleh stasiun radio.

Sebagai Program Director saya juga harus bisa memposisikan diri sebagai pendengar dengan usia 16-24 tahun. Itu yang akan lebih memudahkan saya seperti apa keinginan pendengar kita selain itu

saya juga harus memiliki insting yang kuat mengenai trend dan gaya hidup anak muda yang sedang dalam rata-rata usia 16-24 tahun. Selain itu survey dan riset sangat saya butuhkan sebagai data secara fakta untuk bisa saya memahami pendengar. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Untuk bisa mendekati diri dengan pendengar saya juga harus mengikuti gaya hidup seperti pendengar kita dengan begini saya bisa mengetahui apa yang sudah kami berikan masuk kedalam keinginan pendengar atau tidak. Selain itu untuk melihat selera musik saya juga harus menempatkan diri saya sebagai pendengar radio kami, makanya itu saya harus selalu mendengarkan JIZ FM. Dengan mendengarkan saya bisa merasakan apa yg pendengar rasakan dengan siaran kami. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016).

Kedekatan antara pendengar dan Program Director harus terjalin secara harmonis, walaupun tidak bisa berhadapan secara langsung seorang Program Director harus bisa mengetahui dan juga memerankan diri sebagai pendengar radio.

Komunikasi antara Program Director dan pendengar harus terjalin secara harmonis, tidak perlu secara bertatap muka secara langsung namun melalui program yang sudah dibuat oleh Program Director dengan ini keduanya bisa saling menyampaikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan. Feedback pendengar sangat dibutuhkan Program Director. (hasil wawancara dengan Andy Wibowo selaku Manager JIZ FM tanggal 19 September 2016).

e. Tugas dan Tanggung Jawab Program Director terhadap penyiar

Seperti yang sudah dituliskan didokumen profil radio JIZ FM Salah satu tugas seorang Program Director harus terlibat dalam penerimaan (*requitment*) *announcer*/penyiar. Penyiar yang dipilih pun tidak boleh sembarangan harus bisa menguasai apa yang sudah menjadi

positioning yang sudah kita sepakati. Seorang penyiar JIZ FM juga harus ditekankan pada *personality* penyiar, walaupun radio JIZ merupakan radio full musik namun tidak menutup keaktifan penyiar untuk berinteraksi secara langsung dengan pendengar. Ini yang mempengaruhi Program Director saat perekrutan penyiar JIZ FM

Secara pasti dan sangat jelas *positioning* mempengaruhi segala aspek yang ada di JIZ FM. *Requitment* penyiar JIZ dilihat seberapa paham dan mengetinya calon penyiar akan musik-musik Indonesia ataupun musik barat. Jika calon penyiar tidak memahami atau tahu tentang musik bagaimana *positioning* JIZ FM akan disampaikan dan mau dibawa kemana *positioning* yang sudah ditetapkan manajemen. Calon penyiar juga harus tau dan mengerti tentang jogja karena bagaimana pun ketika calon penyiar akan melakukan siaran setidaknya tau akan bahasa jawa. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Menjadi sebuah penyiar distasiun radio harus memiliki kemampuan dan bisa berperan banyak hal. Karena penyiar harus bisa mewakili citra stasiun penyiaran radio.

Tugas yang lumayan berat bagi saya ketika saya harus memilih atau menyeleksi penyiar saya harus berhati-hati agar tidak salah pilih. Ketika melakukan seleksi biasanya setiap calon penyiar harus dicoba berbicara menggunakan bahasa jawa selain menguasai materi pokok saat siaran. Sebelum menetapkan sebagai penyiar tetap kami juga melakukan traning untuk calon penyiar. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

f. Tugas dan Tanggung Jawab Program Director terhadap musik

Dalam menentukan musik yang akan dipilih saat siaran merupakan tanggung jawab Program Director. Musik merupakan salah satu komponen terpenting untuk JIZ FM mengingat *positioning* yang

sudah ditetapkan manajemen. Program Director tidak boleh sembarangan dalam memilih dan menentukan musik harus disesuaikan dengan target sasaran, dan *positioning*.

“Program Director dan musik itu bisa dibilang mempengaruhi. Saya tidak boleh memilih secara sembarangan musik yang akan disiarkan. Sebelum saya memilih musik saya harus melihat ke *positioning* radio kami. Kalau saya tidak mengerti atau paham maksud dari *positioning* kami bagaimana saya ingin memberikan atau memilih musik untuk pendengar kami. Selain itu saya juga harus memikirkan target sasaran kami SES B dan C dengan usia 16-24 tahun pantas dan. Cocok tidaknya juga saya pikirkan seperti lagu ini cocok untuk SES B dan C tetapi tidak cocok untuk usia 16-24 tahun. Apa yang harus saya lakukan? Nah disinilah tantangan saya untuk pintar-pintar saya dalam memilih dan memilah lagu. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

penikmat musik bukan saya saja namun penikmat musik kami merupakan mereka para pendengar masyarakat yang ada di jogja yang usianya 16-24 tahun mungkin ada yang lebih dari usia ini. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

untuk memastikan kesesuaian lagu dengan format dan positioning JIZ FM memutarakan lagu-lagu hits terbaru maupun hits pada jamannya. Hal ini dilakukan untuk mengkomodasi kebutuhan pendengar yang menginginkan update musik yang cepat agar bisa menjadi trendsentter.

Saya akan bekerjasama dengan Music Director untuk pemilihan dan memastikan kualitas lagu cocok atau tidaknya lagu itu akan diputar, pantas atau tidak sesuai aturan lagu yang telah saya ditetapkan dengan pandangan sesuai format dan *positioning*. Saya akan selalu memonitoring dan memastikan ketika Music Director bekerja agar tidak ada kerusakan pada lagu.Lagu sangat berpengaruh untuk radio kami. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016).

Ketika saya mendapatkan saran dari Program Director mengenai lagu baru untuk masuk didaftar pustaka biasanya saya akan langsung menyeleksi karena secepat mungkin saya harus membuat chat lagu untuk menjadi bahan siaran di JIZ FM. lagu yang biasanya akan saya pilih disesuaikan dengan format dan target kami.(hasil wawancara dengan Bagas Wicaksono selaku Music Director JIZ FM tanggal 20 Oktober 2016).

g. Tugas dan Tanggung Jawab Program Director Terhadap Peraturan Penyiaran

Menjadi pekerja dibidang penyiaran tidak boleh buta akan peraturan penyiaran mematuhi peraturan penyiaran yang ada didaerah dimana radio tersebut beroperasi merupakan hal yang harus dijunjung tinggi oleh pekerjanya termasuk Program Director. Peraturan penyiaran yang sudah dibuat juga memberikan kita acuan untuk membuat segala sesuatu dengan benar dan pas dan menjaga untuk memastikan tidak mengandung unsur-unsur yang tidak sesuai untuk konten program dan musik.

Selama ini saya menjadi Program Director belum pernah ada yang namanya surat teguran masuk ke JIZ FM terlebih lagi untuk saya sendiri. “Amit-amit jangan sampai” sebisa mungkin saya mematuhi peraturan yang sudah di tetapkan. Gampangnya saya cari aman. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Peraturan penyiaran merupakan hal yang penting bagi seorang yang bekerja di dunia penyiaran. Peraturan penyiaran dibuat agar setiap pekerja di dunia penyiaran memberikan batasan-batasan agar tidak berlebihan dan tetap pada aturan main.

Peraturan dibuat untuk bisa kita taati bukan untuk dilanggar. Dengan adanya peraturan saya bisa memberikan batasan kepada

diri saya dalam membuat program yang tidak melanggar peraturan. Sebisa mungkin saya menghindari yang namanya melanggar peraturan, kenapa? karena ketika saya melanggar peraturan sekali pun pasti itu akan sangat mengecewakan diri saya maupun orang-orang yang sudah mempercayai saya. Melanggar peraturan penyiaran sama saja memberikan coretan merah bagi karir saya sebagai Program Director. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Tidak hanya untuk Program Director saja namun penyiar juga harus mematuhi peraturan yang dibuat Program Director. Program Director berhak memberikan peraturan untuk penyiar dan penyiar wajib mematuhi. Peraturan yang dibuat Program Director untuk penyiar dibuat untuk memberikan batasan terhadap apa yang akan diucapkan dan disampaikan oleh penyiar JIZ FM agar tidak mengucapkan hal-hal yang menyimpang dan berbau sara terhadap suatu suku atau budaya lain hal ini yang paling diutamakan oleh Program Director terhadap penyiar. Karena penyiar merupakan salah satu media atau alat untuk menyampaikan positioning, ketika penyiar JIZ FM melakukan siaran secara langsung pendengar akan melihat detail apa ya diucapkan penyiar harus sanga berhati-hati terhadap apa yang akan disampaikan agar citra atau image JIZ tidak rusak akibat kesalahan penyiar.

h. Tugas dan Tanggung Jawab Program Director terhadap Pihak Manajemen

Tidak hanya *chemistry* Program Director untuk penyiar, pendengar dan produser. Program Director juga harus membangun *chemistry* dengan pihak manajemen yang sudah memberikan kepercayaan. Bertanggung

Jawab pada pihak manajemen radio terutama Manajer. Segala sesuatu yang di buat dan direncanakan Program Director Manajer radio JIZ harus mengetahuinya.

Saya dan pak manajer orangnya santai tapi ketika manajer sudah memberikan kepercayaan penuh untuk saya berarti dia membebaskan saya untuk merencanakan sebuah program. Saya harus bisa menjaga kepercayaan itu, saya tidak boleh mengecewakannya sedikit pun. Kadang kita berseteru karena perbedaan pendapat yang kita punya namun kita tidak boleh terus-terusan begitu bagaimana pun kami harus mencari jalan keluar yang baik. kita juga harus memiliki jalur komunikasi yang sangat baik. (hasil wawancara dengan Dicky Mahardika selaku Program Director JIZ FM tanggal 19 September 2016)

Hubungan antara manajemen dan Program Director harus selalu harmonis. Tidak boleh ada perselisihan yang terus menerus. Keharmonisan keduanya akan sangat mempengaruhi lingkungan kerja. Jika dilingkungan kerja situasinya sangat mendukung akan lebih memudahkan untuk menjalin kerjasama dan saling mempercayakan satu sama lain terlebih lagi hubungan manajemen dan Program Director.

B. ANALISIS DATA

Stasiun radio yang sudah berdiri tentunya tidak terlepas dari usaha keras dari manajemen dan seluruh karyawan di radio JIZ FM. Selain itu keberhasilan JIZ FM juga tidak lepas dari *positioning* yang sudah ditetapkan oleh manajemen sehingga membuat para pendengar tertarik dan menikmati siaran radio JIZ FM. Dapat mempertahankan pendengar untuk tetap selalu mendengarkan siaran radio JIZ FM, diperlukannya sebuah strategi yang kuat dan tepat. JIZ FM menggunakan *positioning* sebagai strategi dalam membuat dan menanamkan citra untuk pendengar untuk memperkenalkan dan mempromosikan JIZ FM. Untuk mendapatkan *positioning* diperlukan juga konsep lain seperti segmentasi, targeting, positioning, formating dan programming (STPPF).

1. Pelaksanaan S-T-P-F-P di JIZ FM

a. Segmentasi

Segmentasi untuk sebuah stasiun radio sangat dibutuhkan terlebih lagi untuk penentuan jangkauan pendengar agar lebih memudahkan sebuah stasiun radio dalam menentukan sasaran pendengarnya. Segmentasi diperlukan untuk membantu dalam pembuatan program agar sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan pendengar. Stasiun penyiaran dapat melayani audien secara lebih baik, melakukan komunikasi yang lebih persuasif dan yang terpenting adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan audien yang dituju (Morissan, 2008:179). Di dunia bisnis segmentasi pasar

digunakan untuk memilih pasar, merumuskan pesan-pesan komunikasi, mendesain produk dan lain sebagainya (Kasali, 2003:26). Selain itu sebuah stasiun radio harus bisa memahami audien dan pemasaran program untuk lebih memudahkan stasiun radio memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan audien. (Eric Berkowitz dalam Morrisan, 2008:178) mendefinisikan segmen pasar sebagai: 1) Dividing up a market into district groups that have common needs (membagi suatu pasar kedalam kelompok-kelompok yang jelas memiliki kebutuhan yang sama), 2) Will respond similiaey to a market action (memberikan respon yang sama terhadap suatu tindakan pemasaran). Dengan segmentasi dapat memahami pendengar untuk menentukan bagaimana cara menjangkaunya. Program apa yang dibutuhkan, dan bagaimana mempertahankan *positioning* dan audien dari pesaing.

JIZ FM sejak awal berdiri sudah menetapkan sasaran pasarnya. JIZ FM tidak sembarangan dalam menetapkan pasarnya melalui riset dan melihat situasi dan keadaan jogja yang merupakan kota pelajar dan kota budaya. Jika melihat jogja sendiri terdapat banyak anak muda dari berbagai daerah. Untuk itu target sasaran JIZ FM adalah usia 16-24 tahun dan untuk segi jenis kelamin JIZ FM mempresentasikan 45% pria dan 55% wanita dengan SES golongan B – C namun JIZ FM tidak menutup kemungkinan untuk pendengar golongan A. JIZ FM mempresentasikan SES pendengarnya yaitu B

40%, C 50% dan A 10%. Anak muda biasanya identik dengan kegemarannya akan musik berbagai genre mereka akan menikmati musik jika musik itu enak didengar dan cocok dengan selera mereka. Bagi anak muda musik merupakan hiburan dan hobi tersendiri. Maka dari itu JIZ FM memutuskan untuk segmen pendengar mereka merupakan anak muda yang menyukai dan memiliki selera akan musik. Hingga saat ini JIZ FM masih tetap bertahan dengan segmentasi yang sejak awal berdiri sudah ditetapkan oleh manajemen.

Peneliti menganalisis bahwa segmentasi yang dilakukan JIZ FM Membidik pendengar usia 16-24 tahun sudah sesuai dengan yang sudah ditetapkan sejak JIZ FM berdiri, karena target pendengar banyak yang tinggal dan melakukan kegiatan di Yogyakarta. Serta target sasaran dengan usia 16-24 tahun memiliki keingintahuan dan kebutuhan hiburan musik sangat tinggi. Segmentasi sangat perlu dilakukan oleh setiap media penyiaran salah satunya radio JIZ FM agar mempunyai kejelasan untuk target sasaran pendengar yang dituju dan membantu sebagai acuan Program Director dalam pembuatan program agar lebih tepat dan sesuai kebutuhan pendengarnya.

Sangat penting dipahami struktur-struktur atau kelompok-kelompok audien yang ada ditengah masyarakat. Maka dari

segmentasi dibagi menjadi 4 pendekatan yaitu demografis, geografis, geodeografis, dan psikografis (Morissan, 2008:180)

1) Mengidentifikasi Segmentasi Demografis

Segmentasi JIZ FM adalah pendengar dengan usia 16-24 tahun dengan klasifikasi jenis kelamin untuk laki-laki 45% dan perempuan 55%. Dilihat dari usianya JIZ FM menyimpulkan bahwa target sasarannya anak muda yang tinggal di jogja yang sedang menempuh pendidikan di kota jogja untuk sekolah ataupun kuliah. Namun tidak dapat dipungkiri juga terdapat pendengar dengan usia hingga 30 tahun keatas yang juga mendengarkan radio JIZ FM. Pendengar dengan usia 30 tahun ini kebanyakan adalah yang dulunya pendengar utama JIZ FM yang selalu setia mendengarkan siaran JIZ FM. Untuk sekarang pendengar JIZ FM mungkin tidak saja anak muda yang di jogja saja namun JIZ FM memberikan fasilitas lebih melalui layanan streaming yang JIZ FM miliki sehingga anak muda di luar jogja juga bisa mendengarkan siaran kami. Selain dari segi usia JIZ FM juga memberikan sasaran untuk status ekonomi sosial. JIZ FM sendiri membidik SES B sebesar 50 %, C sebesar 40% dan A sebesar 10%. JIZ FM lebih memilih SES B dengan presentase cukup tinggi karena dilihat dari banyaknya

masyarakat Yogyakarta dengan SES B yang tinggi. Kebutuhan pendengar utama sangat penting diutamakan oleh JIZ FM, tetap fokus dan konsisten pada target sasaran yang sudah ditentukan tidak akan mengganggu dan mengakibatkan perubahan segmen yang ada di JIZ FM.

Berdasarkan analisis peneliti JIZ FM sudah menfokuskan dan konsisten dengan target sasaran pendengarnya sejak awal berdiri hingga sekarang. Membidik pendengar dengan mengelompokan data pendengar 16-24 tahun usia dimana anak muda memiliki keaktifitasan dan tingkat kebutuhan hiburan dan informasi yang tinggi. Mengambil target usia 16-24 tahun untuk JIZ FM sudah sangat tepat karena usia ini sangat potensial untuk dibidik. Jika dilihat Yogyakarta sendiri merupakan kota pelajar yang rata-rata pendatangnya pasti usia 16-24. Untuk SESnya JIZ FM lebih mementingkan B – C dari pada A, hal ini sudah sangat pas karena penduduk jogja relatif banyak pada SES B.

2) Mengidentifikasi Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis JIZ FM dilihat berdasarkan wilayah yang ada di daerah yang ada di JIZ FM berdiri. JIZ FM sendiri membagi wilayah jangkauan siaran mencakup kota Yogyakarta, Kulon Progo, Bantul, Sleman, Gunung Kidul. Untuk saat ini JIZ FM sudah mengikuti kemajuan

teknologi dengan menyediakan layanan streaming, dengan adanya layanan ini kemungkinan JIZ FM dapat memperluas jangkauan pendengar hingga keseluruhan Indonesia. Namun kendalanya JIZ FM belum memiliki link dari website sendiri untuk streaming. JIZ FM masih bergabung dengan website *jogjastreamers* yang merupakan aplikasi radio secara umum dan didalamnya terdapat radio-radio dengan segmentasi yang sama dari seluruh Indonesia.

Peneliti menganalisis bahwa segmentasi geografis yang dilakukan JIZ FM akan sangat tepat, karena dengan adanya segmentasi geografis dapat diketahui lokasi jelas penyebaran frekuensi radio JIZ FM dan pemanfaatan teknologi yang dilakukan JIZ FM yang sekarang sudah berkembang sangat cepat dan akan sangat membantu penyebaran siaran JIZ FM hingga ke luar kota yang masih terjangkau internet karena untuk *streaming* yang dibutuhkan adalah koneksi internet. Sehingga secara tidak langsung pendengar radio JIZ FM bisa dikatakan tidak terbatas secara geografis

3) Mengidentifikasi Segmentasi Geodemografis

Untuk mengidentifikasi geodemografis JIZ FM dapat mematokkan pada geografis JIZ FM yang membidik masyarakat kota Yogyakarta yang terkenal dengan kota

pelajar dari seluruh berbagai daerah. Bisa dikatakan Yogyakarta merupakan tempat berkumpulnya anak-anak muda dari berbagai daerah. Tinggal didaerah yang mudah dijangkau oleh teknologi yang tidak terlalu jauh dari perkotaan dan perkembangannya. Berada dilingkungan yang sama dapat membentuk perilaku dan yang dilakukan sehari-hari sehingga dapat mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan pendengar. JIZ FM akan menyediakan program siaran dengan konten yang sudah ditetapkan sejak awal sehingga bisa memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pendengar.

Berdasarkan analisis yang peneliti lakukan segmentasi Geodemografis JIZ FM sudah sangat jelas bahwa target sasaran yang diinginkan JIZ FM merupakan target yang masih berada di lingkungan yang mudah dijangkau siaran JIZ FM. Lokasi keberadaan JIZ FM sangat strategis yang disekitarnya terdapat kampus, sekolah dan tempat tinggal yang dimana sang calon pendengar JIZ FM melakukan kegiatan pendidikannya dan dekat dengan lingkungan tempat tinggal pendengar muda yang JIZ FM inginkan. Sehingga dalam pembuatan program dan konten siaran JIZ FM dapat memenuhi kebutuhan pendengar.

4) Mengidentifikasi Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikologi adalah mereka yang memiliki love Indonesia music, humble, wawasan luas, mudah bergaul, mudah beradaptasi, up to date, terbuka terhadap perubahan dan mengerti akan isu-isu terbaru. Dengan ini JIZ FM dapat melihat kebutuhan pendengar secara psikografis.

Analisis yang dilakukan peneliti bahwa JIZ FM ingin mendekatkan segmentasi psikografis pendengarnya lebih terbuka dalam hal menerima kebutuhan sebuah musik dan informasi yang baru, serta pendengar JIZ FM memiliki pandangan yang terbuka terhadap perubahan dan perbedaan yang ada disekitar lingkungannya. Selain itu dengan adanya segmentasi psikografis JIZ FM juga bisa mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan pendengar muda.

Dilihat dari pendekatan-pendekatan segmentasi diatas dapat peneliti analisis bahwa pendekatan-pendekatan ini sangat dibutuhkan untuk sebuah stasiun radio. Dengan ini pihak stasiun radio dapat memberikan batasan-batasan terhadap pendengar. Jika dilihat JIZ FM menetapkan untuk segmen pendengar mereka dengan usia 16-24 tahun yang berada di Yogyakarta dan sekitarnya dengan kelompok masyarakat SES B 40%, C 50% dan A 10%, yang bertempat tinggal

tidak jauh dari kota dan masih mudah dijangkau oleh teknologi, dengan memiliki gaya hidup yang rata-rata hampir sama di setiap wilayah karena Yogyakarta sendiri merupakan kota pelajar yang didalamnya terdapat anak-anak muda berkumpul dan tinggal di Yogyakarta dengan memiliki wawasan luas, mudah bergaul, mudah beradaptasi, up to date, menyukai musik, terbuka terhadap perubahan dan mengerti akan isu-isu terbaru. Dengan semua itu JIZ FM memiliki potensi yang besar didalam persaingan dengan radio-radio yang memiliki segmentasi yang sama di Yogyakarta dan Program Director tetap bisa mempertahankan *positioning* yang sudah ditetapkan dan dapat tersampaikan dengan baik ke pendengar di Yogyakarta dan sekitarnya sehingga potensi pasar yang dimiliki JIZ FM akan sangat baik dan mendukung.

b. Targeting

JIZ FM sudah memiliki segmentasi pasar yang sudah jelas dan pasti. Selanjutnya pemilihan target pendengar dimana media penyiaran akan bersaing itu sangat dibutuhkan untuk lebih memudahkan stasiun radio dalam membuat program. Jika segmentasi adalah mengelompokkan khalayak maka targeting adalah menjangkau khalayak.

JIZ FM selalu memperhatikan targetingnya dalam menjangkau khalayak yang diinginkan. Dengan memperhatikan keduanya akan lebih memudahkan dan membantu dalam pembuatan program agar

sesuai dengan segmentasinya. Dalam membuat targeting terdapat 4 kriteria yang harus dipenuhi oleh media penyiaran untuk mendapatkan audien yang sasaran yang optimal Clancy dan Shuluman (1991) dalam (Morissan 2008:1867-187).

1) Responsif

Untuk sebuah stasiun radio mendapat respon dari pasar sasaran sangat dibutuhkan. Terlebih lagi dengan respon terhadap produk-produk program penyiaran pemasaran. Untuk saat ini dilihat dari posisi JIZ FM sekarang ini yang mendapatkan respon yang cukup baik dari pendengar. Pasar yang menjadi tujuan JIZ FM masih menerima dengan baik dan sangat responsif. Dilihat dari berbagai media yang digunakan untuk berinteraksi seperti telvon, sms, twitter, instagram, facebook, email dan website yang digunakan JIZ FM selalu ramai dengan pendengar. Respon dari pendengar sendiri menjadi sebuah acuan JIZ FM untuk selalu memberikan pergerakan perkembangan strategi dan *positioning* di JIZ FM.

Berdasarkan analisis peneliti Sejauh ini JIZ FM memanfaatkan sangat baik akan media sosial yang dimiliki. Banyak pendengar JIZ FM memberikan responnya terhadap siaran JIZ FM melalui sosial media. Dengan adanya respon ini bisa membuat JIZ FM untuk

mengetahui apakah pendengar mendapat kepuasan dan kebutuhannya terpenuhi terhadap program atau musik/lagu yang disajikan JIZ FM, serta pendengar JIZ FM juga dapat memberikan respon adanya kelebihan dan kekurangan saat siaran. Kritik dan saran yang diberikan pendengar untuk JIZ FM dapat menjadi acuan atau masukan bagi JIZ FM untuk memberikan inovasi-inovasi dalam program siarannya agar tidak membosankan pendengar. Dengan adanya kritik dan saran dari pendengar melalui media sosial secara langsung JIZ FM juga bisa berkomunikasi dengan pendengar dan akan mengetahui respon pendengar secara langsung. Sehingga JIZ FM dapat mempertahankan positioningnya secara konsisten.

2) Potensi Penjualan

JIZ FM memiliki potensi penjualan yang cukup baik dilihat dari program-program yang dibuat lebih mengedepankan musik sebagai nilai jual yang akan diangkat. Pengamatan trend atau gaya hidup yang ada disekitar segmen pasar juga dilakukan untuk membuat seluruh program yang ada di JIZ FM dan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pendengar. Program siaran juga harus memiliki potensi penjualan yang sangat luas salah

satunya dengan memperbanyak durasi musik dan memperkecil durasi bicara penyiar.

Berdasarkan analisis peneliti JIZ FM menyajikan program yang mengusung lebih banyak musik dari pada informasi dengan konsep *fun, young and local*, sejauh ini JIZ FM sudah berhasil dengan tetap konsisten pada formatnya. Program yang dibuat Program Director JIZ FM memiliki potensi penjualan yang baik untuk calon pengiklan dan pendengar sehingga banyak calon pengiklan dan pendengar mengetahui program itu dan selalu mendengarkan JIZ FM karena program yang disajikan berhasil tertanamkan dibenak pendengar.

3) Pertumbuhan Pasar yang Masih Memadai

Untuk saat ini pertumbuhan pasar media sangat berkembang dengan pesat terutama stasiun radio. pertumbuhan dengan target pasar anak muda yang berkembang sangat baik. Hal ini ditunjukkan atau ditandai dengan pertumbuhan radio yang setiap tahunnya pasti ada terlebih lagi stasiun radio dengan target pasar anak muda yang berada di wilayah jogja dan Indonesia.

Berdasarkan analisis peneliti JIZ FM selalu melakukan inovasi-inovasi untuk program siarannya termasuk JIZ FM yang berusaha untuk mempertahankan respon pasar oleh media. Inovasi baru diberikan biasanya ketika

terdapat moment tertentu seperti ketika rilisnya film civil war di bioskop Program Director akan membuat materi dan membuat penyiar seolah-olah memerankan pemain civil war untuk gaya siarannya. Dengan adanya inovasi-inovasi baru yang diberikan JIZ FM sudah sangat membantu untuk dapat meningkatkan pertumbuhan pasar media dalam menjangkau anak-anak muda yang masih berkembang. Sehingga pertumbuhan pasar mengalami peningkatan yang sudah cukup baik

4) Jangkauan Media

JIZ FM memiliki jangkauan yang luas untuk pendengarnya. Selain bisa mendengarkan siaran langsung secara offline untuk wilayah Yogyakarta dan sekitarnya, untuk memperkenalkan produk JIZ FM juga menyediakan layanan akses melalui *streaming* untuk para pendengar di luar Yogyakarta. Layanan streaming merupakan fasilitas yang diberikan JIZ FM untuk menjangkau pendengarnya yang berada jauh.

Berdasarkan analisis peneliti JIZ FM ingin memperluas jangkauan medianya agar bisa memperluas pendengarnya. Banyak cara dilakukan JIZ FM dalam menjangkau pendengarnya yang jauh dan berada diluar kota salah satunya fasilitas streaming yang dimiliki JIZ FM. cara ini sudah tepat diambil oleh JIZ FM dalam meningkatkan

jangkauan media dengan memanfaatkan adanya fasilitas *streaming* dengan sendirinya akan memperluas jangkauan media dan pendengar JIZ FM hingga tak terbatas. Jangkauan media juga akan sangat membantu dan memberikan keuntungan tersendiri bagi pengiklan di radio JIZ FM, hal ini dapat menyebabkan iklan yang sudah dipasang pengiklan dapat meraih jangkauan media secara meluas dalam memperkenalkan produknya. Namun ketika layanan streaming terdapat masalah teknis akan memberikan sedikit masalah untuk JIZ FM terkait pendengarnya dan pengiklan.

Secara keseluruhan banyak cara yang JIZ FM lakukan untuk memenuhi targetting pendengarnya, kebutuhan targetting sangat diutamakan oleh setiap media penyiaran dengan adanya targetting Program Director tidak akan binggung dan salah dalam hal memenuhi kebutuhan pendengarnya.

Berdasarkan analisis peneliti bahwa JIZ FM dalam hal memenuhi kebutuhan dari pendengar dan kritikan dari pendengardigunakan sebagai acuan untuk lebih baik lagi namun tidak semua akan digunakan dalam penentuan, masih harus dipertimbangkan oleh JIZ FM untuk menarik pengiklan dan pendengar. Dalam hal targetting JIZ FM berusaha konsisten untuk

tidak merubah-rubah karena jika dirubah akan berpengaruh ke dalam segala aspek.

c. Positioning

Setelah melakukan tahap targetting untuk menentukan pasar sasaran yang jelas dan pasti untuk sebuah produk, sebuah media penyiaran harus memiliki *positioning* yang tetap sebagai patokan atau acuan dalam pembuatan program. Menurut Al Reis dan Jack Trout dalam Tjiptono, 2008:109 positioning merupakan strategi yang berusaha menciptakan difrensiasi yang unik dalam benak pelanggan sasaran, sehingga terbentuk citra (image) merek atau produk yang lebih unggul dibanding merek/produk pesaing. JIZ FM berusaha membentuk *positioning* dilihat dari kebiasaan dan gaya hidup anak muda yang menjadi sasarannya. *Positioning* yang dibentuk sesuai akan lebih mudah diingat dan tertanam dibenak pendengar. JIZ FM harus menemukan cara yang nantinya akan digunakan untuk mempertahankan *positioning* yang sudah ditetapkan oleh manajemen. JIZ FM mempunyai strategi dalam meningkatkan pendengar dan untuk mempertahankan *positioning*. sebagai radio yang terhitung masih baru dibanding radio lain yang ada di Yogyakarta tentunya JIZ FM memerlukan suatu cara unuk mengenalkan produk jasanya terhadap pendengar. Positioning sangat berguna bagi media penyiaan seperti JIZ FM untuk membangun atau menampilkan image/citra yang akan

mewakili JIZ FM agar lebih mudah dikenal oleh pendengar, Serta dengan adanya positioning dapat menjadi pembeda atau ciri khas untuk menjadi identitas JIZ FM. Positioning yang dikehendaki radio JIZ FM saat ini adalah “Best Indonesia Music”. Dengan dikuatkan oleh tagline “Musik Terbaik Pilihanmu” yang memiliki makna bahwa JIZ FM akan memutarakan lag-lagu atau musik terbaik yang akan menjadi pilihan anak muda. Juga Memposisikan sebagai radio anak muda yang menghibur dengan memiliki konsep radio yang *fun, young and local* yang masih menerapkan unsur-unsur jawa kedalam siaran sehari-hari yang tampak kedalam beberapa feature yang menimbulkan kedekatan dan keistimewaan tersendiri untuk pendengar. JIZ FM juga dikenal sebagai radio full musik yang lebih banyak memutarakan lagu-lagu yang sedang menjadi hits dikalangan pendengar dan penyiar.

Berdasarkan analisis penelticara yang dilakukan JIZ FM sudah tepat yang terfokus pada musik dan suasana jogja, dilihat dari konsep yang dibuat dalam menyampaikannya agar tetap rapi dan tersusun. Musik yang dibangun JIZ FM kedalam semua aspek yang menjadi prioritas utama JIZ FM. Selain itu membuat suasana jogja atau kekhasan jogja saat siaran akan dibangun oleh penyiar sehingga terbentuk kesinambungan dan koneksi JIZ FM dengan pendengar. *Positioning* memberikan warna tersendiri yang beragam bagi suatu stasiun radio. Dengan *positioning* radio

dapat mengangkat keunggulan dari masing-masing posisi yang dipilihnya. Positioning yang diciptakan JIZ FM kedalam benak pendengar yaitu keunikan dan ciri khas sebagai radio anak muda lokal satu-satunya di Yogyakarta yang memutarakan lagu terbaik tanpa jeda dan radio yang akan menghibur pendengar dengan gaya humornya.

d. Formating

Langkah selanjutnya sebelum melangkah ke bagian programming sebuah stasiun radio harus memiliki formating yang tepat. Format yang ditentukan harus sesuai dengan segmentasi yang dibuat agar dapat menjangkau sasaran yang dengan tepat. Contemporary Hits Radio (CHR) atau Top 40 Radio merupakan format yang dipilih JIZ FM untuk mengusung lagu-lagu hits yang ada di Indonesia seperti yang di ungkap (Morissan, 2008:230-234) dalam menentukan format siaran di Indonesia menjadi wajib dimiliki setiap stasiun penyiaran sebagai ketentuan undang-undang penyiaran yang menyatakan bahwa permohonan izin penyiaran yang ingin membuka stasiun penyiaran wajib mencantumkan nama, visi, misi, dan format siaran yang akan diselenggarakan serta memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan undang-undang. Format acara harus mampu menyampaikan pesan yang ditulis untuk memenuhi sasaran khalayak pendengar secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan radio lain. JIZ FM sebagai radio yang bisa dikatakan masih baru sangat penting dalam

menentukan format siaran sebelum melakukan siaran selain itu menentukan format merupakan sebuah bagian dari positioning yang dilakukan JIZ FM. format siaran akan sangat berpengaruh untuk JIZ FM terutama dalam hal musik dan lagu. Selain format siaran radio yang akan disajikan kependengar program radio merupakan bentuk positioning bagi stasiun radio

Menurut Joseph Dominick (2001) dalam Morissan, (2008:231), format stasiun radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam empat wilayah yaitu:

1) Keperibadian (*Air Personality*)

JIZ FM akan sangat memperhatikan sekali akan *Air personality* seorang penyiar. Seperti yang sudah ditetapkan JIZ FM membutuhkan seorang penyiar yang friendly, mengerti akan bahasa jawa dan budaya jawa, humble, cinta musik Indonesia, update, berwawasan internasional, kreatif, aktif, percaya diri, rendah hati, mandiri dan bertoleransi. Air personality seorang penyiar harus disesuaikan dengan format musik Contemporary Hits Radio (CHR) atau Top 40 Radio yang kebanyakan beredar saat ini dan lebih dikhususkan untuk anak muda.

Berdasarkan analisis peneliti didalam sebuah radio air personality penyiar sangat dibutuhkan. Air personality penyiar JIZ FM harus bisa membawa sebuah program

tidak lepas dari positioning yang ditetapkan. Penyiar JIZ FM dituntut agar memiliki sifat yang *fun, young and local*. Penyiar yang JIZ FM butuhkan dengan ciri khas dan karakteristik friendly, mengerti akan bahasa jawa dan budaya jawa, humble, cinta musik Indonesia, update, berwawasan internasional, kreatif, aktif, percaya diri, rendah hati, mandiri dan bertoleransi yang akan sejalan dengan positioning yang ditetapkan JIZ FM agar mampu bersaing dengan pesaing radio lainnya yang memiliki segmentasi sama.

2) Pilihan Musik dan Lagu

Untuk lagu sendiri JIZ FM akan memutar lagu-lagu terupdate dan hits pada jamannya, semua lagu hits dipilih dan akan diputarkan dan menjadi playlist JIZ FM. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pendengar yang diperuntukan untuk anak muda yang selalu update dengan musik yang sedang menjadi tren dilingkungannya. Namun pada kenyataannya ketatnya persaingan antar radio anak muda di jogja membuat adanya beberapa kesamaan lagu yang diputarkan. Walaupun tidak terlalu kentara jika dilihat secara keseluruhan musik yang diputarkan tetap saja ada perbedaaan dari radio pesaingnya. JIZ FM memilih format musik Contemporary Hits Radio (CHR) atau Top 30 Radio dilihat dari kebutuhan dan situasi

lingkungan kota jogja yang sangat mendukung dengan format TOP 30.

Peneliti menganalisis musik dan lagu yang akan diputarkan JIZ FM sudah dipilih terlebih dahulu dan disesuaikan dengan segmentasi dan genre lagu yang memiliki aliran musik teen POP yang Top 40. Format yang dipilih JIZ FM sudah tepat terutama untuk musik dan lagunya karena Contemporary Hits Radio (CHR) atau Top 30 Radio yang menyajikan lagu-lagu dan musik untuk pendengar muda yang berusia 16-24 tahun, format lagu tanpa jeda iklan yang disajikan ini dapat menanamkan image yang kuat kedalam benak pendengar bahwa yang diinginkan pendengar adalah sebuah hiburan berupa lagu-lagu hits yang ditambah dengan konten humor yang diputarkan di JIZ FM .

3) Pilihan Musik dan Gaya Bertutur

dalam hal pemilihan musik pengiringnya JIZ FM sangat mengutamakan musik yang mewakili semangat anak muda serta kepribadiannya sesuai dengan pendengar JIZ FM, selain itu musik pengiring sangat disesuaikan dengan program yang akan disiarkan. Setiap program siaran memiliki musik pengiring yang berbeda-beda. Untuk gaya bertuturnya juga disamakan dengan pendengarnya agar antara pendengar dan penyiar memiliki kesamaan

disinilah kenapa seorang penyiar harus up to date terhadap situasi di lingkungan. Jogja sendiri merupakan wilayah dengan mayoritas masyarakatnya menggunakan bahasa jawa sebagai bahasa keseharian selain bahasa Indonesia, namun karena Jogja juga merupakan kota pelajar dimana bertambahnya setiap tahun pendatang pelajar dari luar kota maupun luar daerah yang relatif masih muda, maka dari itu penyiar JIZ FM dalam siarannya mengabungkan antara bahasa Indonesia dengan bahasa jawa untuk percakapannya dan secara tidak langsung memperkenalkan bahas jawa ke para pendatang. Pilihan musik dan gaya bertutur penyiar JIZ FM sudah sangat sesuai dengan segmentasi pendengarnya yang sudah ditetapkan manajemen JIZ FM.

Berdasarkan analisis peneliti yang JIZ FM ingin gambarkan melalui gaya bertutur penyiarinya dan kekhasan jogja yang ingin disampaikan dalam melakukan siaran. Selain itu gaya bertutur penyiar JIZ FM disamakan dengan pendengarnya terutama bahasa siarannya agar penyiar bisa lebih dekat dengan pendengarnya tanpa ada batasan atau penghalang. Maka disinilah seorang penyiar harus dituntut untuk update terhadap apa yang sedang terjadi dikalangan anak muda yang sedang hits, selain itu Bahasa siaran yang digunakan juga harus disesuaikan

dimana JIZ FM lahir agar lebih mudah masuk ke benak pendengar. Pilihan musik pengiring juga sebisa mungkin disesuaikan dengan penyiar dan program agar didalam setiap program yang ada di JIZ FM memiliki perbedaan musik pengiring. Hal ini dilakukan untuk mengurangi rasa jenuh atau bosan pendengar terhadap siaran JIZ FM.

4) Spot atau Kesamaan Iklan, Jingle, dan Bentuk-Bentuk Promosi Acara Radio Lainnya

Pengiklan untuk JIZ FM biasanya disesuaikan dengan segmentasi dan *positioning* radio yang dibutuhkan pendengarnya. Segala produk yang akan diiklankan secara *in-house* tetap harus memenuhi personality yang dekat dengan pendengarnya. Terlebih lagi spot durasi iklan sangat dibatasi JIZ FM harus memilih iklan yang sesuai dengan kebutuhan pendengarnya.

Berdasarkan analisi yang dilakukan oleh peneliti sejauh ini JIZ FM sudah cukup berhasil dalam menanamkan image atau citra pada JIZ FM dikalangan pendengar muda jogja. Sangat susah menanamkan image dikalangan pendengar muda, namun JIZ FM berhasil sehingga kini JIZ FM banyak diketahui sebagai radio full musik dengan ditambah format humor yang akan sangat menghibur ditengah-tengah siaran radio menjadi nilai tersendiri bagi JIZ FM dalam mempertahankan *positioning*. format yang

dibuat dengan berdasarkan survey dan perencanaan yang telah diatur oleh manajemen dan dilakukan sebelum ditetapkan untuk pembuatan program yang baik oleh Program Director.

e. Programming

Programming menjadi tahap terakhir sebuah stasiun radio dalam membentuk identitas. Programming menjadi sangat penting bagi sebuah stasiun radio karena sebuah stasiun radio tanpa programming akan tidak sangat menarik sama sekali. Triartanto (2010:99) mengartikan program radio ke dalam konteks broadcasting suatu acara atau paket sajian berisi muatan kata-kata terucap dan tertulis, gambar statis dan bergerak, lagu dan musik, efek suara, serta cahaya yang disuguhkan atau disampaikan melalui media elektronik (radio). Di JIZ FM program dibuat oleh Program Director yang akan dibantu dengan dengan banyak pihak termasuk Music Director namun tidak menutup kemungkinan karyawan JIZ FM boleh terlibat dalam pengajuan program baru. Dalam pembuatan program harus melihat dan peka terhadap fenomena yang sedang terjadi dan disenangi pendengar. Lagu dan musik pun juga harus diperhatikan untuk program harus sesuai dengan segmentasi dan positioning yang sudah di tetapkan untuk itulah tidak menutup kemungkinan jika respon baik berarti program JIZ FM sudah sesuai dengan kebutuhan pendengar, namun JIZ FM tidak langsung hanya berdiam diri selalu memperbaiki apa yang menjadi kekurangan sangat diperlukan dengan melihat tingginya

persaingan antar radio di Yogyakarta memicu JIZ FM untuk terus berinovasi dalam program agar tidak ditinggalkan pendengarnya dan untuk tetap bisa mempertahankan *positioning* yang sudah di tetapkan. Karena program ada kaitan eratnya dengan *positioning* yang ditetapkan. JIZ FM (Prayundha (2005:43) Kesuksesan programming ialah dapat mengembangkan citra dan reputasi brand terhadap pendengar yang akan diraih sebanyak-banyaknya.

Menurut analisis peneliti Program Director JIZ FM berusaha selalu memperkenalkan *positioningnya* melalui produk atau program yang menjadi citra dan image agar tidak kehilangan pendengarnya. Programming dilakukan JIZ FM untuk membuat image atau reputasi brand dan programming bisa sangat membantu dalam penguatan *positioning* yang sudah ditetapkan JIZ FM. Penempatan *positioning* untuk pendengar radio agar dapat bertahan dikalangan pendengar salah satunya dengan cara menentukan pemilihan selera pendengar. Dalam hal programming JIZ FM sudah mengemas acara agar tidak membuat pendengar merasa bosan dan monoton dan untuk mempertahankan sebagai radio anak muda JIZ FM harus selalu menyajikan program yang kreatif dan inovatif hal ini sudah dilakukan oleh Program Director JIZ FM

B. Positioning JIZ FM sebagai Radio Anak Muda

a. Pentingnya *Positioning* Untuk Sebuah Radio

Dilihat dengan tingkat persaingan yang cukup tinggi untuk mempertahankan radio hingga saat ini tidaklah mudah diperlukan beberapa sifat dan kekuatan yang akan tetap membuat stasiun radio ini didengarkan dalam jangka waktu yang lama. Disinilah *positioning* sangat dibutuhkan dan dipentingkan untuk stasiun radio. Tanpa *positioning* stasiun radio akan tidak menjadi jelas karena *positioning* menjadi salah satu identitas untuk stasiun radio. Menurut Effendy dalam Triartanto (2010:32), radio siaran memiliki beberapa sifat yaitu Imajinatif, Auditori, Akrab dan Gaya Percakapan. Hal-hal inilah yang akan menjadi aspek-aspek tersebut diterapkan oleh JIZ FM. Dalam membangun imajinasi dan auditori sebuah radio itu diperlukan pemahaman bagi seorang penyiar mengenai *Theater of Mind*. dibandingkan televisi atau internet yang memiliki sifat auditif, radio lebih memiliki sifat auditori yang hanya mengeluarkan bunyi atau suara. Diperlukan kecerdasan penyiar saat siaran dalam membangun imajinasi seseorang dalam hal bentuk, rasa, warna agar bisa dirasakan pendengar.

Seorang penyiar harus memiliki personality yang baik agar mudah membangun keakraban dengan pendengar. Gaya percakapan penyiar dibuat senatural mungkin sesuai kehidupan sehari-hari

pendengarnya hal ini diharapkan dapat membangun kedekatan dan kesamaan antar penyiar dan pendengar tanpa adanya batasan.

Selain memiliki sifat-sifat yang dimiliki sebuah radio, dalam mempertahankan *positioning* harus memiliki kekuatan-kekuatan. Effendy (2003) dalam Triartanto (2010:36-37) menyatakan kekuatan radio siaran adalah, bersifat langsung, radio menembus jarak dan rintangan, radio siaran mempunyai daya tarik. Kekuatan radio yang bersifat langsung sangat disadari sekali oleh JIZ FM hal ini membuatnya bergerak lebih cepat dan efisien dalam menyiarkan berita terbaru mengenai musik, jogja, dan informasi lainnya. Dengan kekuatan yang bersifat langsung pendengar tidak usah takut akan ketinggalan untuk sebuah informasi JIZ FM berusaha selalu memberikan informasi terupdate, pendengar yang ada di luar jogja juga bisa menikmati siaran dan informasi-informasi mengenai apa yang terjadi di jogja dengan layanan *streaming* karena kami memperluas cangkupan siaran untuk dapat menjangkau semua pendengar dengan dibantu layanan internet yang sangat efektif dalam memenuhi kekuatan radio dalam hal menembus jarak dan rintangan. Setiap stasiun radio harus memiliki daya tarik dan kekuatan sendiri disinilah pentingnya adanya *positioning* yang jelas dan konsisten. *Positioning* membantu sebuah stasiun radio dalam mendominasi posisi tertentu disalah suatu pasar. JIZ FM sejak awal berdiri sudah menetapkan *positioningnya* yang jelas dan konsisten sebagai identitas

radio hingga sekarang. JIZ FM membangun positioningnya sejak awal berdiri dengan “*Best Indonesia Music*” dengan konsep siaran dan program “*Fun, Young and Local*”, dengan *positioning* ini JIZ FM menjadi radio anak muda yang mengukuhkan diri sebagai radio full musik dengan rasa jogja yang kental.

Menurut analisis peneliti JIZ FM sudah memanfaatkan *positioning* menjadi image atau citra untuk sebuah stasiun radio salah satunya JIZ FM untuk menunjukkan perbedaannya dari radio lain, sebagai identitas JIZ FM. Dengan memberikan pendengar informasi, untuk membuat lebih jelasnya *positioning* harus diaplikasikan kedalam pernyataan yang dimiliki JIZ FM seperti *positioning*, logo yang berbeda yang menunjukkan identitas JIZ FM, musik, *Air Personality*, promosi dan *public service*. Pada dasarnya JIZ FM sudah melakukan semua itu tinggal bagaimana mengaplikasikan secara baik agar *positioning* yang sudah ditentukan sejak awal tetap bertahan dan konsisten. Karena *positioning* merupakan hal terpenting bagi JIZ FM, didalam segala aspek JIZ FM harus sesuai dengan *positioningnya* yang akan menunjukkan pembeda identitas dan attitude stasiun secara keseluruhan. JIZ FM menginginkan menjadi satu-satunya stasiun radio didalam suatu pasar yang akan mendominasi posisi tertentu.

f. Langkah-langkah Membentuk *Positioning* Radio

Tidaklah mudah sebuah stasiun radio dalam membentuk *positioning*, dengan berusaha memposisikan diri sebagai radio anak muda JIZ FM memiliki tagline “Musik Terbaik Pilihanmu”. *Positioning* yang dimiliki JIZ FM sangat membedakan dari radio-radio pesaingnya. Selain membentuk JIZ FM juga berusaha mempertahankan *positioning* yang sudah ditetapkan oleh manajemen menjaga agar tetap jelas dan konsisten. Sebelum mempertahankan *positioning* terlebih dahulu melihat bagaimana membentuk *positioning* menurut Darmanto (2000:13) yang dijelaskan sebagai:

1) Slogan

Slogan merupakan pesan singkat yang dinyatakan sebagai simbol sebuah stasiun radio, bersifat mudah dan berbeda dari stasiun radio lainnya. Sebuah slogan memiliki arti atau filosofi tersendiri bagi sebuah radio untuk tujuan melakukan pendekatan kepada audien dan agar sebuah stasiun radio ini mudah diingant oleh audien. Slogan stasiun radio JIZ FM yaitu “Musik Terbaik Pilihanmu” sejak awal berdiri pada 6 tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2011 slogan dan *positioning* di JIZ FM memiliki keterkaitan yang jelas dan pasti. Ketika radio berjarang mulai memasuki wilayah Yogyakarta dengan berbagai macam program dan konsep siaran. JIZ FM tetap menegaskan *positioningnya* dan selalu konsisten tanpa merubah ataupun menambahi sehingga

sampai saat ini slogan dan *positioning* yang dipakai JIZ FM tetap sama dengan awal ketika JIZ FM berdiri.

Menurut analisis peneliti slogan “Musik Terbaik Pilihanmu” JIZ FM ingin menempatkan radio JIZ FM sebagai radio full musik dengan lagu dan musik yang dipilih langsung oleh pendengar dan disukai oleh anak muda Yogyakarta, gaya hidup, kebiasaan, yang mereka ikuti. Slogan juga merupakan salah satu penguat dari *positioning* JIZ FM yang sudah ditetapkan JIZ FM. Dengan slogan itu JIZ FM ingin menunjukkan bahwa radio JIZ FM memutar lagu-lagu terbaik yang banyak menjadi pilihan anak muda dan yang sedang menjadi hits player pada zaman sekarang. Dan slogan tersebut bisa menjadi salah satu modal utama bagi JIZ FMU untuk membedakan diri dengan radio pesaing lainnya yang memiliki segmentasi yang sama.

2) Stasiun Image

Menunjukkan bahwa JIZ FM dan pendengarnya harus dekat hal ini dilakukan untuk memunculkan *sense of belonging* pendengar terhadap JIZ FM dengan melalui kebiasaan yang sama, kehadiran di tempat-tempat yang sama. Dalam menunjukkan stasiun image JIZ FM melakukan branding melalui support dan berperan serta dalam event, pemasangan iklan di media cetak, media elektronik yang dapat dilihat dan didatangi pendengarnya.

Menurut analisis penulis stasiun image sangat dibutuhkan stasiun radio dalam menarik perhatian pendengar. Stasiun image

dibutuhkan juga untuk brand radio JIZ FM agar lebih banyak diketahui pendengarnya. Selalu menjalin kerjasama dengan pihak-pihak event dalam melakukan sponsorship agar JIZ FM bisa setidaknya membranding JIZ FM sebagai radio anak muda dikhalayak umum dan sebagai satu-satunya radio anak muda yang memiliki mascot Bojiz sehingga dapat membedakan diri dengan radio pesaingnya hal ini juga merupakan perwujudan positioning JIZ FM.

3) Memonitoring Stasiun

Seorang Program Director memiliki tugas dan tanggung jawab dalam hal memonitoring program siaran radio memastikan bahwa seluruh program siaran yang akan disiarkan berjalan dengan lancar dan sudah disetujui sebelumnya. Program Director akan menyampaikannya pada produser dan penyiar apa yang sudah dibuat. Memonitoring kesesuaian program dengan gaya hidup, trend dan kebutuhan menjadi keharusan bagi Program Director karena dengan ini dapat menunjukkan kedekatan tersendiri bagi Program Director. Apabila dalam memonitoring kurang teliti terkadang ada beberapa yang dapat terlewatkan oleh Program Director sehingga dapat berakibat buruk jika terus dilakukan.

Radio JIZ FM Dalam memonitoring Program Director melakukan kedalam beberapa hal salah satunya bekerjasama

dengan lembaga *Nielsen Resarch Media* melalui badan survey nasional yang sifatnya tertutup dan hanya diketahui oleh pihak media yang bersangkutan. Selain itu Program Director juga melakukan *Call Out Survey Independent* yang dilakukan oleh Program Director kepada beberapa anak muda yang bersifat langsung ketika Program Director sedang berada diluar kantor. Hal ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pendengar terhadap JIZ FM.

4) Stasiun Identity

Merupakan identitas sebuah radio JIZ FM dengan salah satu radio lokal yang full musik di Yogyakarta yang dibangun dengan positioning yang sama tanpa dirubah sedikitpun sejak awal berdiri karena berhubungan erat dengan konsistennya JIZ FM sebagai radio anak muda. Dalam menyampaikan *Who Am I* JIZ FM melibatkan komponen berikut *Positioning*, Bahas Siaran (standar kata, kosa kata), *Air Personality* penyiar (gaya siaran, karakter khas), *Highlight Program* (acara khas), *Activities* (Program Off Air), Visual dan grafis (logo), *Gift* (Sovernir, giftway). Membuat stasiun *identity* agar dikenal masyarakat luas yaitu salah satunya dengan diterapkan melalui bumper audio di setiap awal maupun akhir program *on air*.

Menurut analisis penulis JIZ FM ingin menampilkan identitas didalam semua aspek yang mendukung siaran on air. hal itu

sangat efektif bagi JIZ FM dalam menampilkan stasiun *identitynya*. JIZ FM tergolong radio yang masih baru dibandingkan radio anak muda pesaing lainnya yang ada di Yogyakarta maka dari itu JIZ FM harus berusaha lebih keras dalam membangun stasiun *identity* agar lebih mudah dikenal oleh audien yang ada di Yogyakarta. *Identity* yang JIZ FM ingin tampilkan melalui penampilan logo dan mascot Bojiz. Hal ini bertujuan untuk menanamkan JIZ FM secara langsung kebenak pendengar.

5) Kreativitas Program Unggulan

Adanya beberapa program yang dibuat JIZ FM untuk menjadi program siaran dengan format yang sudah ditentukan. JIZ FM berusaha untuk menjaga konsep dan rasa siaran tetap sama. Didalam pembuatan program siaran JIZ FM harus membangun jiwa muda didalam program acaranya. Keunggulan Program JIZ FM dapat dinyatakan unggul melalui interaktifitas pendengar dalam menciptakan *unique selling point* yang melibatkan pendengar agar tingkat interaksi semakin tinggi. Sementara apa yang menjadi program unggulan memiliki jenis program yang berbeda dengan radio pesaing yang dititik beratkan pada konten siaran yang baik namun tidak membosankan. Program acara yang baik akan mampu menarik khalayak pendengar yang banyak (Darmanto, 2000:13). JIZ FM sendiri sejak awal berdiri sudah

menanamkan diri sebagai radio full musik maka dari itu JIZ FM dalam pembuatan programnya fokus pada program musik yang memiliki karakteristik tersendiri dibanding radio anak muda lainnya. Untuk pendengarnya sendiri JIZ FM menggunakan sapaan “Sobat Jiz” hal ini karena JIZ FM ingin lebih menekankan bahwa pendengar sebagai sahabat yang akrab.

Untuk saat ini kekuatan teknologi informasi menjadi sangat penting bagi stasiun radio untuk menjangkau dan berinteraksi dengan para pendengar. Termasuk JIZ FM yang sangat memanfaatkan adanya sosial media untuk mempertahankan positioningnya melalui account yang dimiliki JIZ FM seperti Facebook, Fanpage, Twiter Instagram, web dan email.

Keseluruhan aspek-aspek diatas sangat membantu dalam pembentukan *positioning* dan brand image JIZ FM sebagai radio anak muda.

Berdasarkan analisis peneliti JIZ FM menempatkan diri menjadi radio yang sebagian besarnya fokus pada musik dan ingin memenuhi kebutuhan pendengarnya dengan musik yang diinginkan pendengarnya sesuai dengan keinginan awal JIZ FM. salah satu cara JIZ FM menempatkan kekreatifitasan dibagian nama program acara yang dibuat Program Director. Keunikan nama program acara sengaja dibuat JIZ FM untuk menarik minat dan menanamkan dibenak pendengar. Selain itu JIZ FM melakukan inovasi-inovasi

secara kreatif untuk program agar tidak membuat pendengar bosan. Untuk pendengar dapat mengetahui, mengenal dan menanamkannya positioning yang ada secara kreatif kedalam benak pendengar JIZ FM memanfaatkan sosial media secara baik juga bisa untuk membantu membranding radio JIZ FM.

C. Peran Program Director JIZ FM sebagai Brand Manager

Pada stasiun radio bagian yang paling berperan dan bertanggung jawab dalam mengelola dan membuat program siaran adalah departemen program yang dikepalai oleh Program Director. Tugas yang berat bagi Program Director untuk mengarahkan pendengar kesuatu stasiun penyiarannya. Seorang Program Director harus bisa membawa pendengar melalui program yang dibuat. oleh karena itu bagian program bertugas merencanakan, memilih, dan menyusun acara. Membuat rencana siaran berarti membuat konsep acara yang disuguhkan kepada audien Morissan (2008:210-211). Dalam pembentukan dan perencanaan program Program Director tidak sendirian namun dibantu oleh beberapa staff dan produser yang akan berdiskusi bersama dalam pembuatan program yang pas untuk JIZ FM sesuai positioning yang sudah ditetapkan manajemen JIZ FM.

Kemampuan mengenali dan menganalisis musik sangat dibutuhkan seorang Program Director JIZ FM termasuk dalam memberikan inovasi dan pengembangan program dan musik. Pengalaman didunia broadcasting juga sangat dibutuhkan oleh seorang Program Director JIZ FM karena akan sangat berpengaruh bagi radio JIZ

FM. Program Director JIZ FM sebelumnya bergabung didalam komunitas radio kampus tempat Program Director selama menempuh pendidikan, berawal dari hanya masuk dibagian staff divisi program yang membantu Program Director di radio kampus, dengan pengalaman yang sudah dimiliki Program Director mencoba untuk bekerja di JIZ FM awalnya sama seperti di radio kampus yang hanya membantu Program Director radio, karena selama bekerja kinerjanya bagus akhirnya pada tahun 2015 diberikan kepercayaan oleh manajemen untuk menjadi Program Director utama JIZ FM hingga sekarang.

Selain itu Program Director JIZ FM harus juga memiliki kemampuan marketing yang handal sehingga dapat menilai program yang akan dijual ke pendengar dan pengiklan memiliki nilai jual atau tidak. Selain kemampuan marketing seorang Program Director juga harus memiliki pengetahuan, analisis, dan aplikasi riset yang sangat baik untuk menilai keinginan dan kebutuhan pendengar secara tepat. Program Director JIZ FM tidak akan bekerja sendirian namun akan dibantu juga oleh staff sales dan marketing JIZ FM yang lebih berpengalaman dibidang penjualan produknya (program). Secara tidak langsung seorang Program Director bisa dikatakan sebagai Brand Manager untuk suatu stasiun radio. Tidak hanya melihat produknya saja namun juga harus melihat image atau persepsi audien terhadap radio penyiaran tersebut Keith (2007:107).

Menurut analisis peneliti Program Director JIZ FM sudah seharusnya memiliki kemampuan marketing karena hal ini berguna untuk menimbang bahwa program yang dibuat Program Director JIZ FM memiliki nilai jual. Kemampuan marketing dan pengalaman didunia broadcasting Program Director JIZ FM tidak diragukan lagi terlihat dari kesuksesan program yang dibuat Program Director yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pendengar dan penggiklan sehingga JIZ FM tetap dapat bertahan di 5 besar radio yang banyak didengar oleh pendengar.

a. Kewajiban dan Tanggung Jawab Program Director

Program Director menjadi bagian terpenting didalam suatu departemen program, tanggung jawab yang dipikul oleh seorang program director sangat berat. berbagai macam komponen-komponen yang akan muncul saat on air seperti yang diungkapkan Keith (2007:69) yaitu:

- (1) Mengembangkan dan mengeksekusi format,
- (2) Merekrut dan mengatur staff on air,
- (3) Mengatur jadwal dan pergantian penyiar,
- (4) Memonitor radio untuk memastikan konsistensi dan kualitas produk,
- (5) Mengatur agar tetap setingkat dalam kompetisi dan trend yang bisa mempengaruhi program,
- (6) Memastikan pustaka musik tetap diperbaharui,
- (7) Mentaati peraturan penyiaran,

(8) Mengarahkan gerakan berita dan program ke masyarakat

Tidak ada yang bisa mengalahkan tanggung jawab seorang Program Director JIZ FM kecuali Manager. Berat tanggung jawab seorang Program Director akan menjadi lebih mudah ketika Program Director paham akan positioning yang sudah ditentukan oleh manajemen. Positioning ini akan menjadi acuan untuk Program Director dalam segala aspek yang mendukung siaran *on-air* termasuk program dan format radio. Program Director JIZ FM harus memiliki tujuan adanya program itu untuk apa harus juga terfikirkan, maka dari itu tujuan utama pemograman seorang Program Director adalah untuk menerapkan positioning yang sudah ditentukan ke dalam benak pendengar dan untuk dapat menarik lebih banyak pendengar, para pengiklan untuk beriklan di JIZ FM. Selain itu pemogramana yang terjadi disebuah radio tak jarang merupakan reaksi kegiatan yang dilakukan competitor (Keith, 2007:109:111).

Program Director JIZ FM juga harus memiliki jadwal siaran tetap yang harus dijalankan. Dengan memiliki jam siaran membuat Program Director dapat merasakan warna-warna siaran radio, yang nantinya akan dapat membantu mereka dalam kelanjutan programming. Dengan ikutnya

siaran Program Director bisa mengetahui secara langsung apakah pengaplikasian positioning berjalan dengan baik dan tepat. Dapat berinteraksi secara langsung dengan pendengar. Program Director adalah salah satu kunci sebuah stasiun radio dapat maju atau hancur (Keith, 2007:111-112). Karena pada dasarnya apa yang dijual oleh JIZ FM adalah program acaranya dan musik, maka wajar kiranya apabila keberadaan Program Director JIZ FM didalam stasiun radio sangat menentukan kualitas yang dihasilkan. Program Director JIZ FM juga harus selalu memastikan pustaka musik selalu diperbaharui walaupun Musik Director JIZ FM pasti selalu memperbaharui tetapi Program Director JIZ FM tetap harus mengontrol dan memastikan juga. Selalu mentaati peraturan penyiaran merupakan kewajiban Program Director JIZ FM maka dari itu hingga sekarang Program Director JIZ FM belum pernah mendapat teguran terkait pelanggaran peraturan maupun pelanggaran konten program siaran yang dibuat Program Director JIZ FM.

Berdasarkan analisis peneliti Program Director JIZ FM sudah sangat sesuai dalam menjalankan kewajiban dan tanggung jawabnya. Selalu menyelesaikan dan menjalankan tanggung jawabnya dengan tepat waktu. Program Director JIZ FM selalu berhati-hati dalam menjalankan tugasnya seperti

dalam pembuatan dan perencanaan program dalam mempertahankan positioning dan brand image untuk JIZ FM agar bisa tepat sasaran. Dalam hal pemustakaan musik dan kerjasamanya dengan Musik Director juga seimbang sehingga musik dan lagu yang dipilih sesuai dengan yang diinginkan pendengar. Evaluasi pun selalu diberikan oleh pihak manajemen terhadap Program Director setiap seminggu sekali untuk membuat Program Director bekerja lebih baik lagi dalam mempertahankan positioning dan memberikan kepuasan pendengar.

a. Interaksi dan kerjasama Program Director dalam Memenuhi Kewajiban

1) Program Director terhadap Audien

Menjadi seorang Program Director tidak hanya bertugas mengenal penyiarinya saja namun juga harus mengenal audien yang menjadi target sasaran. Seorang Program Director adalah orang yang harus dekat juga dengan lingkungan pendengar terlebih lagi pendengar anak muda, sehingga hal-hal sekecil apa pun yang dibutuhkan pendengar dapat terlihat sangat jelas oleh Program Director. Bermain dalam lingkungan yang sejenis dapat mempermuda Program Director untuk mengetahui tentang kebutuhan dan keinginan

pendengar. Selama ini Program director mengamati kebiasaan dan hidup berada ditengah-tengah target sasaran dapat memberikan respon yang sesuai untuk diaplikasikan didalam program siaran dan musik. Selain itu Program Director melakukan survey dan riset untuk mendukung data yang sebelumnya sudah didapatkan. Program Director harus memiliki insting yang kuat mengenai trend yang sedang tumbuh diarea tersebut (Keith, 2007:121).

Berdasarkan analisis peneliti kedekatan Program Director JIZ FM yaitu Dicky Mahardika dan audien sangat jelas bisa dilihat ketika audien sudah mendapat kepuasan terhadap keinginannya yang terpenuhi oeh program yang dibuat Program Director JIZ FM. Respon yang baik akan diberikan pendengar untuk JIZ FM yang secara tidak langsung mengarah ke Program Director. Apa yang diinginkan pendengar Program Director harus tahu dan harus memenuhi karena itu sebagai tugas Program Director untuk memenuhi keinginan pendengar. Jika pendengar tidak memberikan respon yang baik berarti Program Director harus bisa memperbaiki dan memberikan inovasi baru untuk program yang disiarkan. Survey pendengar biasanya juga dilakukan oleh program

director untuk memastikan keberhasilan dan kepuasan pendengar dilakukan secara langsung bertatap muka dengan pendengar.

2) Program Director terhadap Penyiar

Program Director bertanggung jawab dengan keseluruhan yang ada di dalam divisinya termasuk terhadap apa yang dilakukan penyiar. Keterbukaan antara penyiar dan Program Director harus ada dan terjalin dengan sangat baik karena demi menjaga kenyamanan agar tidak ada rasa canggung dan sungkan antara penyiar dan Program Director. Untuk memastikan sudah pernah ataupun belum melakukan *on air* Program Director perlu melakukan pengawasan dan pengecekan. Di JIZ FM manajemen membebaskan Program Director pada jam kerjanya namun tetap harus menjalankan dan melaksanakan apa yang sudah menjadi tanggung jawabnya. Tidak harus 24 jam penuh Program Director berada di kantor, walaupun berada diluar kantor Program Director harus tetap mengawasi kinerja seorang penyiar, bertugas memonitoring dan mengawasi penyiar saat siaran harus selalu dilakukan karena jika penyiar berkedapatan melakukan kesalahan Program Director

bisa langsung menegur saat itu juga untuk dijadikan bahan evaluasi bagi penyiar agar tidak mengulangi kesalahan yang sama dilain waktu saat siaran. Hal ini dilakukan untuk menjaga konsistensi dan mempertahankan positioning apa yang sudah di sepakati untuk siaran JIZ FM.

Berdasarkan analisis peneliti kedekatan Program Director JIZ FM dan penyiar JIZ FM sudah sangat baik. Dilihat dari kejasama yang sehari-hari mereka lakukan tanpa ada kesalah pahaman dalam hal program dan pembuatan materi siaran. Saling member masukan untuk kekurangan dan kelebihan masing-masing sering terjadi dalam hal ini lah yang membuat Program Director dan penyiar JIZ FM saling dekat ditambah dengan komunikasi yang lancar untuk keterbukaan masing-masing. Sejak awal hubungan penyiar dan Program Director JIZ FM sudah terbangun ketika Program Director melakukan seleksi pemilihan penyiar. Program Director juga selalu melakukan evaluasi tersendiri untuk penyiar biasanya dilakukan setiap satu minggu sekali, evaluasi tidak hanya dilakukan ketika penyiar melakukan kesalahan saja namun evaluasi dilakukan Program Director

untuk lebih membangun kebersamaan antara penyiar dan Program Director.

3) Program Director terhadap Pembentukan Program

Bagian yang paling bertanggung jawab dalam mengelola program atau acara pada stasiun penyiaran adalah departemen program yang di kepalai oleh Program Director. Sejauh ini Program Director JIZ FM belum pernah gagal dalam membawa dan membuat programnya. Setiap program dibuat Program Director JIZ FM yang di siarkan sudah mendapat persetujuan sebelumnya oleh manajer dan jajarannya maka dari itu tidak perlu ragu dan takut akan melanggar peraturan karena manajer sudah mengetahui pantas tidaknya program itu disiarkan. Dalam pembuatan program Program Director JIZ selalu terbuka untuk menerima masukan ataupun ide dari karyawan lain selama ide ataupun masukan itu masih menunjukkan kesesuaiannya untuk memenuhi kebutuhan dan menjaga positioning yang sudah ditetapkan sejak awal oleh manajemen di dalam sebuah program. Pembentukan program berhubungan erat dengan format siaran yang akan dipakai JIZ FM, program yang dibuat harus sesuai dengan format yang

sudah ditetapkan. Karena bisa dikatakan bahwa format adalah penyajian program dan musik yang akan menjadi ciri khas JIZ FM.

Berdasarkan analisis peneliti penempatan dalam mempertahankan *positioning* JIZ FM salah satunya pada program yang dibuat Program Director. Dalam pembuatan program untuk siarannya manajemen JIZ FM menyerahkan penuh kepada departemen program yang dikepalai langsung oleh Program Director. Program Director JIZ tidak bekerja sendirian namun dibantu juga oleh beberapa karyawan yang masuk didalam divisi program termasuk penyiar. JIZ FM selalu menempatkan unsur *fun, young and local* untuk membantu menguatkan *positioning* JIZ FM melalui program siaran JIZ FM. Brand value yang dipakai JIZ FM berkaitan erat dengan format siaran yang dipakai JIZ FM, sehingga program yang dibuat JIZ FM bisa sesuai dengan *positioning* yang sudah ditetapkan manajemen. Program Director selalu melakukan evaluasi terhadap program yang dibuat, evaluasi biasanya dilakukan untuk melihat apakah program acara yang disiarkan sudah sesuai dengan apa yang diinginkan pendengar. Evaluasi dilakukan dengan cara

meminta tanggapan secara langsung kepada penyiar karena penyiar yang secara langsung membawakan program.

4) Program Director terhadap Musik

Sudah sangat jelas Positioning JIZ FM berhubungan dengan musik. Manajemen JIZ FM sudah mengatur format siaran 80% untuk musik dan 20% untuk informasi. Peran Program Director JIZ FM disini bertanggung jawab atas pemutaran musik dan pemilihan lagu sesuai dengan format siaran yang sudah ditetapkan. Selalu menjaga dan memperbaharui pustaka musik yang sedang menjadi trend harus dilakukan Program Director agar selaras dengan *positioning* JIZ FM. Program Director akan dibantu oleh Music Director dalam hal penyimpanan lagu dengan sistematis dan mudah (Keith 2007:121-122). Musik berubungan erat dengan format radio, JIZ FM sejak saat pertama kali berdiri sudah memilih Contemporary Hits Radio dengan identitas musik 80% Indonesia dan 20 % barat sebagai formatnya. JIZ FM menetapkan format musik CHR disesuaikan dengan segmentasi usia yang menjadi target sasaran JIZ FM.

Peneliti menganalisis bahwa musik adalah tujuan utama JIZ FM berdiri. *Positioning* JIZ FM salah satunya juga ditempatkan dimusik. Musik menjadi pilihan JIZ FM karena melihat target sasaran JIZ FM anak muda yang bisa dilihat dengan jelas bahwa anak muda memiliki kegemaran sendiri tentang musik dan musik menjadi hiburan tersendiri untuk anak muda. Hal ini membuat Program Director tidak boleh secara sembarangan dalam pemilihan musik dan lagu. Program Director JIZ FM berperan sangat penting dalam pemilihan karena yang tau dan cocok musik dan lagu seperti apa untuk program siaran dan untuk memenuhi keinginan pendengar sesuai dengan *positioning* JIZ FM. Program Director JIZ FM akan bekerjasama dan membagi tugas dengan Musik Director. Program Director JIZ FM akan membantu memberikan saran untuk musik dan lagu yang akan dimasukkan didaftar playlist dan untuk eksekusinya akan dipercayakan langsung kepada Musik Director JIZ FM.

5) Program Director terhadap Aturan Penyiaran

Bekerja di dibidang penyiaran tidak boleh buta terhadap peraturan. Mematuhi peraturan penyiaran

adalah hal yang harus selalu dijaga. Sejak berdiri 5 tahun yang lalu JIZ FM belum pernah mendapatkan teguran terhadap karyawannya ataupun konten siaran yang, keseluruhan konten yang sebelum disiarkan akan dibahas secara matang dan dibicarakan keseluruhannya terlebih dahulu dengan manajemen, jadi ketika saat didiskusikan terdapat adanya kesalahan maupun kekurangan masih bisa diperbaiki lagi karena konten siaran akan mewakili pernyataan positioning yang sudah ditentukan. Seluruh konten akan disiarkan secara *on air* maupun melalui social media di JIZ FM.

Selalu memonitoring secara mendetail, program Director dan Produser juga selalu memastikan pesan-pesan yang akan disampaikan ke pendengar oleh penyiar tidak menyimpang atau menyalahi peraturan penyiaran dan positioning JIZ FM. Dengan selama ini belum adanya teguran bisa dikatakan Program Director sudah melakukan tugasnya dengan benar dan baik untuk selalu memberikan pengawasannya sehingga tidak melanggar aturan penyiaran dan norma masyarakat yang dapat menimbulkan rasisme.

Peneliti menganalisis peraturan penyiaran harus ditaati oleh setiap stasiun tv ataupun radio yang melakukan penyiaran. Begitu pun radio JIZ FM harus mentaati apapun peraturan yang tidak boleh dilanggar termasuk Program Director dalam pembuatan program untuk mempertahankan positioning harus benar-benar selektif dan berhati-hati agar tidak melakukan kesalahan. Sejauh ini Program Director JIZ FM masih mentaati peraturan yang ada berusaha untuk tidak melanggar apa yang sudah ditetapkan peraturan penyiaran membuat radio JIZ FM dan Program Directornya selama 5 tahun berdiri belum pernah mendapat teguran ataupun surat dari KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah).

6) Program Director terhadap Pihak Manajemen

Tidak hanya dengan penyiar dan audien hubungan divisi program dengan manajemen harus selalu terbangun dengan baik terlebih lagi Program Directornya. Memiliki pandangan dan gaya hidup yang sama satu sama lain antara Program Director dan Manajer akan membuat kepekaan tersendiri untuk perubahan trend dan gaya hidup. Pihak manajemen sudah sangat memberikan kepercayaan dan kebebasan

untuk divisi program dalam mengembangkan dan membuat program yang sekiranya tidak keluar jalur dengan yang sudah ditetapkan dan dibangun perusahaan sejak awal berdiri. Serta tidak merubah target sasaran, brand value dan *positioning* yang sudah ada.

Peneliti menganalisis bahwa program Director dan manajemen JIZ FM sangat memiliki hubungan yang baik, tidak ada saling menjatuhkan satu sama lain, saling mendukung dan saling memberikan kepercayaan adalah kunci untuk menjaga keharmonisan karyawan JIZ FM. manajemen selalu memberikan kepercayaan penuh terhadap apa yang akan dibuat Program Director. Evaluasi juga selalu diberikan oleh manajemen setiap satu minggu sekali terhadap Program Director untuk program ataupun siaran setiap harinya. Evaluasi diberikan untuk memberikan masukan-masukan agar program director bisa selalu memberikan inovasi-inovasi baru untuk program yang akan disajikan. Evaluasi tahunan juga dilakukan manajemen terhadap seluruh divisi biasanya dilakukan ditahun penutup hal ini untuk memflasback kembali kesalahan-kesalahan apa yang sebelumnya

pernah dilakukan didalam seluruh aspek manajemen JIZ FM mulai program hingga ke siaran dan evaluasi tahunan dilakukan juga untuk pembuatan rencana-rencana satu tahun kedepan untuk mempertahankan positioning dan meningkatkan keberhasilan JIZ FM.

Program Director sangat memiliki peran yang sangat besar di JIZ FM dalam mempertahankan *positioning*. Program Director harus bekerja secara extra dan konsisten untuk bisa mempertahankan *positioning*. harus melihat juga dari segala aspek dari yang terkecil hingga ke paling yang pokok di JIZ FM harus sesuai dengan *positioning*. hingga saat ini Program Director sudah berhasil mempertahankan positioning yang di sepakati sejak awal dilihat bagaimana pendengar merasa puas dengan program yang dibuat Program Director. Semakin meningkatnya pendengar JIZ FM setiap tahunnya membuktikan bahwa Program Director sudah berhasil memainkan perannya untuk JIZ FM dan membuktikan juga bahwa *positioning* yang diaplikasikan berhasil masuk kedalam benak dan jiwa para pendengar JIZ FM sehingga pendengar mengenali radio JIZ FM sebagai radio anak muda yang *full music*.