

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai sajian data dan pembahasan tentang strategi format stasiun radio Petra FM. Strategi format stasiun merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan di dalam mendirikan sebuah radio. Format sendiri harus ditentukan dan diputuskan sehingga keseluruhan program dan aspek yang ada di dalam radio dapat berjalan sesuai dengan format radio. Hal ini dilakukan sebagai upaya bagi sebuah radio untuk dapat memberikan karakteristik atau pembeda bagi radio yang satu dengan yang lain, sehingga mereka mampu bersaing dengan radio-radio yang lain dengan format radio mereka. Oleh karena itu mengapa pentingnya sebuah format bagi radio supaya lebih dapat berjalan harus dilakukan perencanaan sebelumnya seperti yang dilakukan oleh radio Petra FM.

1. Perencanaan Format Religi Kristiani Radio Petra 105.7 FM

Dalam menentukan format religi Kristiani radio Petra FM melakukan tahapan-tahapan terlebih dahulu sesuai dengan apa yang menjadi tujuan radio Petra FM sehingga perencanaan format yaitu format religi Kristiani dapat mencerminkan atau menjadi karakteristik radio Petra FM kepada pendengar mereka. Tahapan-tahapan perencanaan radio Petra FM melibatkan beberapa orang yang berperan penting di dalam radio Petra

FM diantaranya Stasiun Manager yaitu Martha Sasongko dan Manager Program yaitu Petrus PH. Matruty, serta Komisaris dan Direktur Radio Petra FM, berikut runtutannya :

a. Menentukan Segmentasi

Dalam dunia bisnis khususnya radio, segmentasi merupakan sebuah proses yang sangat penting karena berguna untuk menentukan siapa pasar yang akan dituju oleh radio. Segmentasi ini nantinya akan diwujudkan ke dalam program-program dan jika sebuah radio tidak memiliki segmentasi tentu tidak dapat membuat sebuah program. Sehingga proses penentuan segmentasi harus dilakukan dengan baik dan hati-hati agar sesuai dengan format stasiun radio yang digunakan.

Dengan heterogenya pendengar, tentunya memiliki perbedaan masing-masing. Sehingga tidak mungkin semua pendengar dijadikan sebagai segmentasi pendengar. Jadi perlu dilakukan pengkhususan atau pengklasifikasian pendengar agar dapat lebih mudah di dalam memenuhi kebutuhan pendengar dan tercipta program yang sesuai pula dengan segmentasi.

Sebelum mendirikan radio Petra FM sebelumnya radio Petra FM melakukan survey terlebih dahulu dan ketika radio Petra FM sudah siaran juga melakukan survey terhadap pendengar untuk mengetahui apakah segmen pendengar yang ditentukan sesuai dan direspon baik oleh pendengar.

“Sebelum kita membuat radio ini sudah dilakukan survey dan ketika radio ini sudah siaran juga ada penelitian dari Atma Jaya

tentang respon pendengar kita tahun 2002, dan hasil survey menguatkan pendapat kita tentang segmentasi yang kita tuju, ternyata segmentasi yang kita ambil direspon baik oleh pasar” (Hasil wawancara dengan Martha selaku Station Manager, tanggal 17 Juli 2013).

Radio Petra FM dalam melakukan proses segmentasi membagi dengan beberapa sudut pandang, seperti secara geografis, demografis, dan psikografis. Secara segmentasi geografis radio Petra FM menetapkan di wilayah Yogyakarta, Bantul dan sekitarnya. Segmentasi Demografis adalah segmentasi yang didasarkan kepada peta kependudukan, misalnya; usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan, agama, suku dan sebagainya. Radio Petra FM menentukan segmentasi berdasarkan demografis berdasarkan jenis kelamin dengan prosentase 45% pria dan 55% sisanya wanita. Kemudian berdasarkan usia, radio Petra FM menentukan segmentasi usia pendengar mereka adalah *adult* atau dewasa kisaran usia 20 – 60 tahun dengan tingkat ekonomi sosial menengah ke atas yaitu A, B dan C+.

Untuk jenis pekerjaan radio Petra FM menentukan prosentase diantaranya PNS 10%, pegawai swasta 25%, wiraswasta 25%, Ibu rumah tangga 25%, dan pelajar/mahasiswa 15%. Adapun klasifikasi menurut jenis pendidikan prosentasenya adalah untuk tamat SMA 10%, akademik 40%, dan perguruan tinggi 50%. Selanjutnya berdasarkan psikografis radio Petra FM memilih pendengar dewasa pembisnis dan berintelektualitas dengan penghasilan menengah ke atas

b. Menentukan Targeting Pendengar

Target audiens merupakan hasil dari sebuah penentuan segmentasi sebelumnya sehingga diturunkan dari faktor geografis, demografis dan psikografis pula. Target audiens merupakan salah satu elemen yang penting dan perlu dipertimbangkan dalam penyusunan format program.

Target pendengar radio Petra FM secara umum adalah masyarakat Yogyakarta sendiri yang berusia 20 sampai 60 tahun, karena radio Petra FM ingin menciptakan masyarakat yang sesuai dengan *tagline* yaitu "*The Voice of Love and Peace*" yaitu masyarakat Yogyakarta yang hidup dalam kasih dan perdamaian. Kemudian secara lebih *segmented* radio Petra FM mengarah ke masyarakat Yogyakarta yang beragama Kristiani.

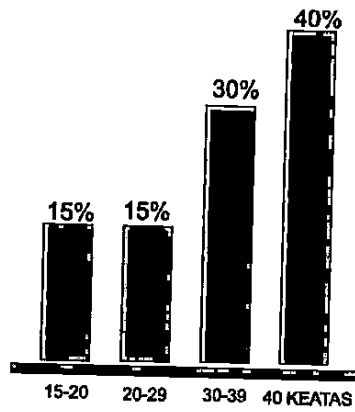
"The Voice of Love and Peace kita ingin menyuarakan supaya masyarakat Yogyakarta dapat hidup dalam kasih cinta dan perdamaian. Tetapi secara *segmented* kita ingin menyasar pendengar Kristiani, karena umat Kristiani juga merupakan masyarakat Yogyakarta. Kita mulai dari pendengar Kristiani agar mereka bisa mengalami kasih dan perdamaian sehingga dapat menyebarkan cinta dan perdamaian pula di sekitar mereka" (Wawancara dengan Petrus selaku Manager Program radio Petra FM, tanggal 2 Juni 2013).

Secara lebih detail radio Petra FM menentukan target pendengar

mereka berikut target pendengar radio Petra FM yang digambarkan ke

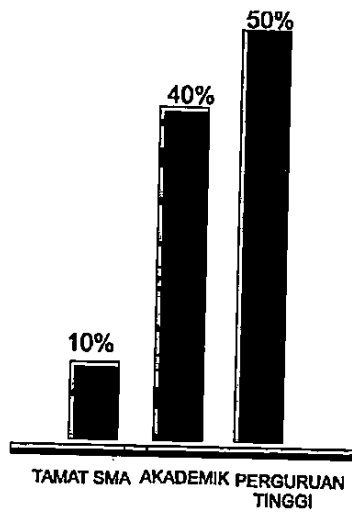
Grafik 3.1

Target Pendengar Berdasarkan Usia



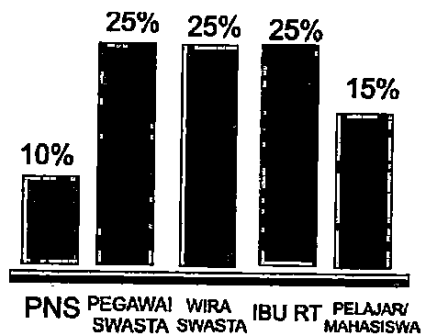
Grafik 3.2

Target Pendengar Berdasarkan Pendidikan



Grafik 3.3

Target Pendengar Berdasarkan Pekerjaan



Sumber : Radio Petra FM Tahun 2013

c. Menentukan Positioning Radio

Positioning memang merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh radio untuk memberikan pencitraan kepada pendengar. Positioning merupakan sebuah perwujudan dari sebuah perusahaan radio di tengah-tengah pasar radio yang bermacam-macam format dan segmen. Sehingga dengan positioning ini pendengar bisa mengetahui dan membedakan antara radio yang satu dengan yang lainnya, oleh karena itu positioning perlu diperhatikan.

Pencitraan yang baik dipengaruhi oleh bagaimana radio melakukan positioning. perencanaan yang matang dalam positioning seperti yang dilakukan oleh radio Petra FM diwujudkan ke dalam beberapa wujud positioning, diantaranya :

- 1) Stasiun Identity

Setiap radio tentu memiliki Stasiun Identity yang merupakan sebuah bentuk wujud dari sebuah identitas radio supaya pendengar dapat memahami apa, bagaimana dan untuk siapa radio tersebut. Begitu pula dengan radio Petra FM dengan memiliki slogan yang secara garis besar bisa mewakili maksud dan mencerminkan stasiun radio yang menarik sehingga dapat tertanam di benak pendengar radio Petra FM.

Slogan kita "*The Voice of Love and Peace*". Gak lewat cuman slogan kita punya *opening* dan *closing word* di setiap penyiar membuka siaran yaitu "sudahkah anda mengasihi orang lain hari ini?" closing "dan semoga kita bisa banyak berbuat baik". (wawancara dengan Martha selaku Stasiun Manager, tanggal 17 Juli 2013).

Stasiun Identity ini seperti slogan "*The Voice of Love and Peace*" supaya pendengar bisa hidup damai dan saling mengasihi. Lalu kosa kata yang digunakan oleh penyiar dalam radio Petra FM lebih sopan dan beretika. Gaya siaran radio Petra FM komunikatif, tapi komukatif untuk orang dewasa. Memiliki *opening word* yaitu "Sudahkah Anda Mengasihi Orang Lain Hari Ini?" dan *closing word* "Dan Semoga Kita Bisa Banyak Berbuat Baik", kemudian dari program sendiri radio Petra FM memiliki acara khusus yaitu acara yang bernuansakan Religi Kristiani yang mereka siarkan *full* di hari minggu, misalnya *Fresh Sunday*. Acara ini memutar lagu-lagu rohani sebagai pengiring lagu persiapan misa dan kebaktian serta mengajak para pendengar untuk saling menyapa

2) Membuat Program Unggulan

Dalam membuat sebuah program atau acara tentu sebuah radio sebelumnya melakukan riset kepada pendengar mereka sehingga dapat mengetahui keinginan para pendengar mereka lalu dari situlah sebuah program muncul dan dapat memenuhi kebutuhan pendengar secara tepat. Pendengar di radio Petra FM ialah orang dewasa dan pendengar khususnya ialah umat Kristiani di Yogyakarta. Misalnya ialah *Fresh Morning*, *Fresh Morning* adalah program yang diharapkan dapat menemani aktivitas kerja, menarik simpati pebisnis, profesional dan menemani dalam persiapan kerja dan perjalanan ke tempat kerja. Selanjutnya Yu Jing merupakan program bagi usahawan Tionghoa, acara ini memutar lagu-lagu mandarin dan budaya Tionghoa dan menyasar bagi mereka yang sedang bekerja di toko. Lalu Inspirasi adalah program yang menyapa pendengar dengan memutar lagu-lagu kenangan dan dibawakan secara santai, humoris dan akrab sehingga dapat membantu pendengar melepaskan lelah setelah bekerja seharian. "Program acara unggulan kita ada *Fresh Morning*, lalu dilanjut Yu Jing dan Inspirasi". (wawancara dengan Martha selaku Stasiun Manager, tanggal 17 Juli 2013).

3) Kegiatan *off-air*

Radio Petra FM melakukan beberapa kegiatan *off-air*, terutama di dalam kegiatan keagamaan seperti melakukan kegiatan

di peringatan hari keagamaan Imlek dan Kristiani. Merayakan hari Imlek di mall dengan mendirikan panggung untuk Imlek dan demikian juga dengan perayaan hari Natal. Lalu memberikan pelatihan untuk pendengar-pendengar radio Petra FM .seperti pelatihan *Public Speaking*, *Gathering* Ulang Tahun Petra, Petra Family, *Gathering* Imlek, Lomba Karaoke memperingati Hari Raya Natal, Sarasehan, *Launching* Film “Soegidja”, *Cooking Class* di Cobra Resto, *Dance and Singing* di sanggar 16 Gayam dll. Tetapi radio Petra tidak menutup kemungkinan melakukan kegiatan *off-air* yang bekerja sama dengan sponsor sebuah produk contohnya Produk Sinar Dunia yang bertujuan untuk melakukan promo terhadap produk mereka, KOKOROKU Go To School di seluruh TK dan SD Yogyakarta.

Di setiap peringatan hari keagamaan imlek dan natal kita selalu mengadakan acara di luar. Mengadakan pelatihan untuk pendengar seperti *public speaking*. Kita juga menerima sponsor seperti sinar dunia dan mereka memiliki permintaan *roadshow* ke sekolah-sekolah dasar ya kita lakukan. (wawancara dengan Martha selaku Stasiun Manager, tanggal 17 Juli 2013).

d. Menentukan Formatting Radio

Penerapan format stasiun radio merupakan sebuah tolak ukur atau sebuah patokan yang dijadikan oleh stasiun radio untuk melakukan proses kegiatan siaran, karena penetapan sebuah format stasiun radio adalah sebuah identitas berbeda antara radio satu dengan radio lainnya.

Radio Petra FM melihat bahwa kota Yogyakarta merupakan sebuah kota dengan penduduk yang beragam dengan perilaku, usia, pekerjaan, pendidikan dan kepercayaan agama. Berawal dari visi dan misi yang ingin dicapai yaitu untuk mengadakan penginjilan melalui media elektronik, sehingga radio Petra FM memilih format religi Kristiani. Radio Petra merupakan radio komersil pertama di Yogyakarta yang berdiri dengan format Agama atau Religi Kristiani. Tetapi walaupun radio Petra FM merupakan radio yang dikhususkan kepada pendengar Kristiani, namun ingin juga menghadirkan dari pendengar umum. Harapannya supaya mengerti bagaimana orang lain beriman. Sehingga pendengar radio Petra FM bisa menghargai dan menerima perbedaan orang lain dengan lebih nyaman.

“Meskipun kita radio yang menuju kepada umat Kristiani tetapi kita juga ingin menghadirkan pendengar lain atau umum supaya mereka mengerti bagaimana sih agama lain beriman, dan menginginkan pendengar kita dapat menerima perbedaan dengan nyaman” (wawancara dengan Petrus selaku Manager Program, tanggal 2 Mei 2013).

Format stasiun yang digunakan radio Petra FM adalah format khusus yaitu format agama atau religi Kristiani. Agar kegiatan siaran berjalan dengan baik, sehingga radio Petra FM perlu membagi format stasiun radio Petra FM ke dalam beberapa bagian yaitu :

1) Format khusus

Radio Petra FM menggunakan format khusus, yaitu format Agama/Religi Kristiani. Format ini digunakan karena radio Petra

FM menggunakan di Yogyakarta belum ada radio yang menayangkan

kasih dan perdamaian di dalam siarannya. Ide mendirikan dan memilih format religi Kristiani ini adalah diawali dengan visi dan misi Umat Kristiani untuk mengadakan penginjilan melalui media elektronik yaitu radio sehingga di dalam siaran radio Petra FM mengandung unsur pemberitaan Injil dan pembinaan rohani supaya pendengar bisa hidup sehat jasmani, batin dan spiritual. Kemudian ingin berbagi banyak pengetahuan tentang masalah hukum, politik, pendidikan kesehatan, IPTEK dll. “Memberikan siaran yang berkaitan informasi untuk bagaimana hidup sehat, bukan hanya sehat jasmani tetapi sehat batin dan spiritual. Kemudian informasi tentang dunia politik, hiburan, pendidikan, IPTEK dll “(wawancara dengan Petrus selaku Manager Program, tanggal 2 Mei 2013).

2) Format musik

Beranjak dari format khusus radio Petra FM kemudian sebagai bentuk untuk mewujudkan dan mendukung format Religi Kristiani radio Petra FM maka didukung pula dengan format musik. Format musik yang digunakan oleh radio Petra FM adalah *adult contemporary* (AC) melihat dari usia pendengar radio Petra FM yaitu 20 sampai 60 tahun. *Adult contemporary* (AC) yaitu format musik untuk kaum muda dan dewasa dengan rentan usia 25 sampai 50 tahun, berdaya beli tinggi.

Komposisi musik dalam radio Petra FM adalah Indonesia

POP 30% Barat POP/Oldies 20% Daerah/Mandarin 20% dan

Rohani 20%. Materi musik yaitu lagu-lagu *after hits* dari tahun 80-an 2000-an. Radio Petra FM merupakan radio yang berformat Kristiani maka proses pemilihan musik dilakukan dengan sangat selektif, dilakukan *scanning* baik dari *genre* musik dan lirik di dalamnya. Seperti lagu-lagu yang memberikan inspirasi baru kepada masyarakat namun tidak memberikan pesan-pesan yang negatif.

Lagu-lagu yang kita putar disitu pasti membangun cinta kasih perdamaian dan sebagainya. Lagu-lagu cengeng yang mengajak orang untuk menangis menyesali hidup tapi lagu yang banyak memberikan inspirasi baru kepada masyarakat. (wawancara dengan Petrus selaku Manager Program, tanggal 2 Mei 2013).

3) Format berita

Radio Petra FM menggunakan format berita yaitu *all talk*, dimana radio Petra FM menggunakan konsep *talk show* interaktif seperti mengupas permasalahan mengenai permasalahan sosial, kesehatan, IPTEK, pendidikan, masalah rohani atau keagamaan. dengan menghadirkan narasumber-narasumber terkait. Terkadang juga memberikan informasi-informasi melalui penyiar di sela-sela siaran program, seperti memberikan informasi mengenai kemacetan di suatu tempat, atau isu-isu kriminal yang sedang terjadi.

2. Pelaksanaan Format Religi Radio Petra FM

Setelah melakukan perencanaan format yang dilakukan dengan tahapan-tahapan dimulai dari penentuan segmentasi, targeting, positioning dan formatting. Kemudian selanjutnya adalah tahapan pelaksanaan format

religi, sehingga tahapan-tahapan tadi diwujudkan ke dalam beberapa bagian

:

a. Menentukan Programming Radio

Sebuah program yang ada di dalam radio adalah salah satu perwujudan dari sebuah format stasiun radio yang mereka tentukan. Program tercipta dipengaruhi oleh format stasiun radio yang meliputi segmen dan target pendengar yang telah ditentukan. Oleh karena itu nantinya program yang tercipta sudah sesuai dengan segmentasi dan target yang ingin dituju oleh radio. Program acara juga ditujukan untuk menarik para pengiklan agar mereka dapat memasarkan produknya ke dalam program-program yang ada di radio, baik program unggulan ataupun program yang bukan unggulan supaya nantinya pendengar dapat mengetahui produk para pengiklan melalui program tersebut. Di dalam membuat sebuah program radio Petra FM selain melihat dari kebutuhan dan disukai oleh pendengar tetapi membuat program yang bermanfaat bagi masyarakat.

Atas pertimbangan karena radio Petra FM merupakan radio komersil tapi komersil dengan format khusus Religi Kristiani, tentunya juga membutuhkan iklan dan juga harus bersaing dengan radio komersil yang lain maka jika mereka membuat seluruh program mereka diperuntukkan kepada pendengar khusus yaitu umat Kristiani, yang

Sehingga radio Petra FM mewujudkan format religi Kristiani ini ke dalam beberapa bagian diantaranya seperti dijelaskan dibawah ini

1) Program *on-air*

Radio Petra FM memiliki beberapa program di dalamnya dibedakan dalam dua format yaitu dibuat berdasarkan format musik mereka yaitu *Adult Contemporary (AC)* dan berdasarkan format khusus mereka yaitu Religi Kristiani. Atas dasar ini kemudian radio Petra FM membagi program mereka yaitu *Daily Programme, Sunday Programme/Christiani Programme* dan Program khusus Rohani. “Kita ada segmentasi umum dan segmentasi khusus, segmentasi umum kita ada di usia dan *life style*, dan segmentasi khusus kita ada segmen Kristiani tadi, ini kan merupakan strategi bisnis yang lain (wawancara dengan Martha selaku Stasiun Manager, tanggal 17 Juli 2013).

Daily programme adalah program yang radio Petra FM buat berdasarkan segmentasi dan format musik yang dapat dinikmati oleh umum. *Daily Programme* ini juga di dalamnya terdapat program-program yang menjadi unggulan di radio Petra FM seperti *Fresh Morning, Yu Jing, dan Inspirasi*

- a. *Fresh Morning* adalah sebuah program pagi hari radio Petra FM yang memutarakan lagu-lagu jaman dulu, baik Indonesia maupun Barat. Sebagai wadah bagi pendengar radio Petra FM yang ingin menyapa sahabat-sahabat Petra FM lainnya via telepon. Sehingga

dengan memutar lagu-lagu dan tegur-sapa pendengar via telepon diharapkan program ini selain membuat *fresh* pendengar di pagi hari juga dapat menemani aktivitas kerja, menarik simpati pembisnis, Profesional dan menemani dalam persiapan kerja dan perjalanan ke tempat kerja. Memberikan informasi mengenai berita, kriminal, hukum, kesehatan, kesempatan, dan lainnya melalui meteri siaran ataupun acara *talkshow*. Seperti *talkshow* mengenai kesehatan dengan RS. Bethesda mengenai kehamilan, Transfer Factor 4 life mengenai kesehatan tulang/Osteoporosis, ALABATA (Alkitab Bahasa Kita), Arjuna Hotel dan Royal Ambarukmo. Radio Petra FM memberikan hadiah kepada pendengar bagi mereka yang ikut berpartisipasi sebagai salah satu cara untuk menarik partisipasi pendengar.

b. Lalu Yu jing, program ini adalah program yang secara khusus melayani pendengar Tionghoa yang tidak dimiliki oleh radio lain di Yogyakarta. Lagu di program ini juga berisi lagi-lagu mandarin sepenuhnya dan penyiar juga diwajibkan memahami bahasa mandarin supaya bisa membawakan siaran dan menyapa pendengar menggunakan bahasa mandarin agar menciptakan suasana kedekatan dengan pendengar walaupun tidak sepenuhnya menggunakan bahasa mandarin.

c. Inspirasi adalah program yang memutar lagu-lagu kenangan dan menceritakan tentang kisah-kisah pengalaman hidup

seseorang atau sekumpulan orang (komunitas) yang dapat menginspirasi pendengar radio Petra FM yang mendengarkannya, seperti *talkshow* dengan komunitas Animals Friend Yogyakarta, Sekolah Kalam Kudus Yogyakarta, YAKKUM (Christian Foundation For Public Health) ditambah dengan memutar lagu-lagu kenangan sembari menyapa sahabat dan orang-orang terkasih. Melibatkan pendengar secara interaktif baik melalui facebook, twitter dan telpon. Radio Petra FM juga di dalam siaran ini memberikan informasi mengenai berita, hukum, kriminal, Iptek, kesehatan dan banyak lainnya, yang disampaikan melalui penyiar ataupun mengadakan *talkshow*. Seperti *talkshow* dengan Frankwurt, Axura Spa Jogja, dan Hoshi Bakrey. Radio Petra FM memberikan hadiah kepada pendengar yang ikut berpartisipasi sebagai salah satu cara untuk menarik partisipasi pendengar.

Sunday Programme/Chirstian Programme, ini adalah program yang secara khusus dibuat untuk melayani dan memenuhi kebutuhan rohani pendengar mereka yang Kristiani. program ini juga seluruhnya disiarkan pada hari minggu, ini sebagai bentuk layanan spesial radio Petra FM kepada pendengar *loyal* mereka dalam upaya untuk membantu dan menemani sahabat Petra FM yang tidak dapat beribadat ke gereja karena ada kegiatan seperti bekerja atau sedang sakit, melalui program-program ini seperti :

- a. Fresh Sunday, acara ini adalah acara yang membantu sahabat Petra FM untuk melakukan persiapan sebelum mereka berangkat misa dan kebaktian ke gereja dengan memutar lagu-lagu rohani Kristiani. Hal ini karena memang kegiatan misa dan kebaktian berkaitan dengan lagu-lagu yang merupakan salah satu prosesi peribadatan umat Kristiani, lagu rohani yang diputar pun bermacam-macam aliran sebagai upaya untuk mengikuti perkembangan zaman. Kemudian ada program Mosaik Nusantara, program ini merupakan sebuah program yang menghadirkan suasana yang berbeda dengan mengajak pendengar untuk lebih mengenal lagu-lagu rohani daerah dan mengajak pendengar mengingat kampung halaman dan keberagaman budaya di Indonesia.
- b. TELAGA (Tegur Sapa Gembala Keluarga dan Pengajeng-ajenging Bawana), program ini adalah salah satu *Christian Programme* yang membantu sahabat Petra FM yang menceritakan keluh-kesah atau permasalahan yang dialami dan dilihat dari sudut pandang atau sisi rohani Kristiani. Lalu ada Mimbar Petra, Program ini adalah program yang mengajak para sahabat Petra FM untuk bersama-sama bersatu dalam doa dan interaktif, acara persekutuan doa persekutuan doa. Jadi program ini membantu mempersatukan pendengar radio Petra FM melalui program ini dengan cara interaktif pendengar dan doa

- c. Tidak hanya itu, ada juga program *talkshow* yang membahas dan mengkhususkan kepada permasalahan pendengar Kristiani dengan pola *live* interaktif melalui program Berkat Surgawi dan Suara Gejayan.
- d. Kemudian ada program yang menghadirkan nuansa budaya jawa yaitu Kidung Panglipur. Diharapkan dengan program ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Yogyakarta yang penduduknya adalah orang jawa sehingga dapat memberikan ruang bagi pendengar yang ingin mendengarkan lagu-lagu rohani berbahasa jawa dan ingin saling menyapa dalam bahasa jawa. Program ini dibuat dan disajikan kental dengan nuansa jawa.

Kemudian ada Program khusus Rohani yang tidak disiarkan pada hari minggu namun masuk ke dalam siaran *daily programme*, program khusus rohani adalah program-program yang radio Petra FM disajikan kepada pendengar mereka sebagai upaya untuk memberikan pengetahuan spitual/rohani Kristiani, seperti ;

- a. The Voice of Hagois, adalah *live interaktif* atau *talkshow* dengan pemuka agama yang membahas mengenai kerohanian, dan serupa pula dengan program “Berkat Surgawi”.
- b. Mimbar Khatolik, acara ini menghadirkan perbincangan seputar permasalahan keimanan umat dengan KOMSOS ke Uskupan Agung Semarang dengan pola siaran *interaktif* dengan

Program-program religi radio Petra FM menjalin kerjasama dengan beberapa Pastor dan Gereja, diantaranya ; Pastor Steven Agustinus, Pastor Gilbert Lumaindong, Pastor Timothy Roy, GKP Magelang, GKN Filadelfia, GKI Indonesia, dan GKI Gejayan.

Berikut jadwal siaran radio Petra FM :

Tabel 2.9

Jadwal Siaran Radio Petra FM

DAILY PROGRAM RADIO PETRA 105,7 FM													
WAKTU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU						
04.30 - 06.00	PROG. HFC					- YPM (5-6) -	NON-STOP PROGRAM (04.30-06.00)						
06.00 - 07.00							1. 04.33 : GBL						
07.00 - 09.00	FRESH MORNING						2. 05.00 : Biji Sesawi						
09.00 - 10.00		RS LUD. HUS.		RSB & PH			3. 05.30 : TELAGA						
10.00 - 11.00	O A S E - N O N - S T O P M U S I C						FRESH SUNDAY (DISSA)						
11.00 - 12.00													(06.00-09.00)
12.00 - 13.00													* 07.00 : Mimbar Katolik
13.00 - 15.00	YOU QING						1-10.00 : Cahayalman Katolik						
15.00 - 16.00	Z O N A U K D W						2-12.00 : Suara-Suaran						
16.00 - 19.00	I N S P I R A S I												
19.00 - 20.00	FAMILY TIME			FAMILY TIME			BIRANG PETRA TUTUK						
20.00 - 21.00							(perlu 13.00-16.00 tab)						
21.00 - 22.00	TS FPK	Voice of Hagios	Gema Surgawi	Konsuler	MD. Surgawi	TOP HITS	Paket Kiddy (15.30)						
22.00 - 24.00	S A A T E D U H												

Sumber : Radio Petra FM Tahun 2012

Selain itu program-program penunjang untuk anak muda dan anak-anak juga mereka buat, seperti “Zona UKDW” yaitu acara bincang-bincang anak muda yang dibawakan oleh mahasiswa-mahasiswi Universitas Kristen Duta Wacana dan “Bitang Petra” yaitu program anak-anak yang berbagi pengalaman tentang kasih tuhan yang pernah mereka alami interaktif via sms dan telpon dan

menyediakan tempat bagi mereka untuk bernyanyi secara *live* via telpon. Program penunjang ini tetapi tidak mereka fokuskan karena itu hanya sebatas program penunjang saja.

“Jadi kalo di kita presentasi dari programnya gini. *Daily* tu format dari program, musik, format siaran kata umum. Tapi ada acara-acara khusus yang menyasar segmentasi kita yang khusus Kristiani tadi. Program-program 1 jam program 5 menit menjadi insertnya”. (wawancara dengan Martha selaku Stasiun Manager, tanggal 17 Juli 2013).

“Secara usia target usia kita *adult*, meski kita juga punya program penunjang anak-anak dan anak muda. Tapi itu tidak menjadi fokus kita karena sebatas penunjang program” (wawancara dengan Petrus selaku Program Manger, tanggal 2 Mei 2013).

Sesuai dengan sapaan pendengar di radio Petra FM yaitu “Sahabat Petra”, oleh karena itu radio Petra FM ingin menciptakan suasana kedekatan dengan pendengarnya. Ini terlihat dengan ketidak sungkanan radio Petra FM untuk menerima saran yang diberikan kepada pendengar terkait dengan program yang ada. Radio Petra FM juga tidak sungkan untuk meminta masukan mengenai program yang bisa radio Petra FM berikan kepada pendengar.

“Tanggap opini terutama di *Fresh Morning* berupa umpan balik, berupa saran dan kritik tetapi juga sering kali kita minta masukan program apa yang bisa kita berikan kepada pendengar dan biasanya mereka memberikan usulan-usulan yang lebih konkrit tapi tidak semua kita ikuti karena kita melihat kepentingannya apa itu bermanfaat untuk orang lain juga. Oleh karena itu kita perlu juga melakukan analisis SWOT ya” (wawancara dengan Petrus selaku Manager

2) Program *off-air*

Radio Petra FM selain melaksanakan kegiatan *on-air* juga melakukan kegiatan *off-air* seperti dalam kegiatan keagamaan.

- a. Setiap Natal dan Imlek radio Petra FM selalu melakukan kegiatan *off-air* bekerja sama dengan Mall Malioboro yaitu “Petra Christmas Show” mendirikan panggung, mengadakan *games*, mengundang bintang tamu serta mengadakan lomba karaoke rohani dan umum. Kemudian pada saat Hari Imlek juga mengadakan acara yang sama dan di tempat yang sama pula yaitu Malioboro Mall.
- b. Gathering Ulang Tahun Petra, dengan mengundang seluruh sahabat Petra FM dan keluarga Petra FM (kru) dengan mengadakan acara makan bersama dan doa bersama, Petra Family, dan Gathering Imlek.

Walaupun radio Petra FM adalah radio religi Kristiani namun kegiatan yang dilakukan tidak hanya seputar dengan acara-acara yang berkaitan dengan umat Kristiani saja. tetapi juga melakukan kegiatan *off-air* dengan agama lain, karena ini sesuai dengan tagline radio yaitu “The Voice of Love dan Piece”. Seperti ;

- a. “KONICARE berbagi di hari Kartini”, acara ini adalah acara sosial yang membantu ibu-ibu yang sedang mengalami sakit parah dengan memberkan bantuan financial ataupun melalui doa.

- b. “Cooking Class di Cobra Resto”, acara yang melibatkan ibu-ibu

untuk belajar memasak dan mengundang professional *Chef*

- c. "Dance and Singing" di sanggar 16 Gayam, acara lomba menari dan menyanyi .
- d. EDU HOLIDAY *Publick Speaking*, acara ini adalah acara yang mengajarkan anak-anak untuk berani berbicara dan tampil di depan orang banyak.
- e. "*Public Speaking For Kids*" bekerjasama dengan Xincong Mandarin Education Center, acara ini juga bertujuan melatih anak-anak untuk lebih berani dan tampil berbicara di depan orang banyak/umum.
- f. "*Workshop Menulis dengan Radio Petra FM dan Galang Pers*", memberikan pelatihan kepada sahabat Petra yang ingin mengetahui bagaimana cara penulisan yang baik dan benar untuk menjadi seorang penulis.
- g. Launching Film "Soegidja".
- h. KOKOROKU go to School di seluruh TK dan SD Yogyakarta. Melakukan kegiatan *off-air* yang bekerja sama dengan sponsor sebuah produk, contohnya Produk Sinar Dunia yang bertujuan untuk melakukan promo terhadap produk mereka,

Radio Petra FM juga melakukan upaya untuk tetap menjaga kedekatan pendengar radio Petra FM yang *loyal* sehingga radio Petra FM kemudian membuat paguyuban pendengar radio yang mereka sebut PAPERAPE (Paguyuban Pendengar Radio Petra). Setiap sebulan sekali radio Petra FM mengadakan pertemuan rutin dengan

PAPERAPE, dalam pertemuan tersebut biasanya selain upaya untuk menjaga tali persaudaraan antar pendengar juga sebagai upaya radio Petra untuk menginformasikan perkembangan apa atau hal baru apa yang ada di dalam radio Petra FM baik terkait masalah program *on-air* atau *off-air*, tidak hanya itu, PAPERAPE juga sering mengadakan *gathering*, juga terkadang mengunjungi ke rumah-rumah anggota mereka, bahkan sampai melayat jika ada dari anggota mereka yang meninggal dunia.

b. Insertion

Sebagai bentuk untuk tetap mencirikan dan karakteristik bahwa radio Petra FM adalah radio religi, maka di dalam *Daily Programme* selain memutarakan rekaman program khotbah seperti Embun Pagi di pagi hari, kemudian OASE di Siang hari dan Saat Teduh di malam hari. Radio Petra FM juga di sela-sela program unggulan radio Petra FM memutarakan program 5 menit, yaitu program khotbah 5 menit, memutarakan kisah-kisah inspiratif yang memotivasi pendengar atau lebih sering disebut dengan *Break Thru Massage*, dan Positif Bisnis Idea bersama James Gwee. Bekerjasama dengan Pastor seperti ; Pastor Yanto Wijaya, Pastor Steven Agustinus, Pastor Gilbert Lumaindong, Pastor Timothy Roy.

c. Personality Penyiar

Keberhasilan sebuah program juga dipengaruhi oleh bagaimana seorang penyiar membawakan sebuah program acara, karena penyiar

merupakan sebuah ujung tombak penghubung antara pendengar dengan radio. Sehingga radio Petra FM memperhatikan benar bagaimana etika sebuah penyiar di dalam melaksanakan kegiatan penyiaran sebuah program dan sekalipun penyiar mereka anak muda tetapi mereka harus memiliki *style* yang dewasa. Selain harus memiliki kemampuan seorang penyiar yang berwawasan luas, sopan dan warna vokal yang khas tetapi penyiar di radio Petra FM harus memiliki sifat yang terbuka. Terbuka yang dimaksud adalah di radio Petra FM sekalipun penyiar mereka Kristiani dia harus seorang Kristiani yang terbuka kepada orang lain tidak boleh menjelek-jelekan orang lain, apalagi sampai memusuhi orang yang berbeda keyakinan. Hal ini dalam rangka mewujudkan *tagline* radio Petra FM yaitu *The Voice of Love and Peace*.

Dia seorang yang mau siaran yang pertama, lalu punya *skill* untuk itu, dan punya keinginan untuk berkembang. Berikut dia orang yang mau terbuat. Sekalipun dia Kristiani dia harus seorang Kristiani terbuka kepada orang lain tidak menjelekan orang lain tidak memusuhi orang lain yang tidak seiman dengan mereka. masa bulan Ramadan juga kita mengingatkan berbuka puasa untuk pendengar yang menjalankan, karena dalam program yang lagu-lagunya umum kita punya pendengar yang umum (wawancara dengan Pertus selaku Manager Program, tanggal 2 Mei 2013).

d. Stasiun *Identity*

Radio Petra FM memanggil pendengar mereka dengan sebutan “Sahabat Petra”, diharapkan dengan sapaan sahabat ini pendengar merasa dekat dengan radio Petra FM dan merasa nyaman seperti sahabat yang sudah lama kenal. Radio Petra FM memiliki tagline “The Voice of Love and Peace” yang maksudnya adalah radio Petra FM merupakan

sebuah radio yang siarannya berisi tentang program-program yang menyuarakan kasih dan perdamaian yang di implementasikan melalui program-program dan musik-musik rohani. *Tagline* inilah yang dijadikan radio Petra FM sebagai stasiun identity yang secara garis besar sudah dapat mewakili stasiun identity radio Petra FM yaitu radio religi Kristiani. *Tagline* ini kemudian dijabarkan kembali ke dalam *opening word* dan *Closing word* dalam siaran. *Opening word* yaitu “Sudahkah Anda Mengasihi Orang Lain Hari Ini?”, sebelum memulai siaran wajib diawali dengan *opening word* ini dan closing word yaitu “ Dan Semoga Kita Bisa Banyak Berbuat Baik” ini juga diakhir siaran wajib menutupkan dengan *closing word*.

3. Evaluasi Radio Petra 105.7 FM

a) Faktor pendukung format religi

Radio Petra FM adalah salah satu radio yang menggunakan format religi sebagai pilihan format radio yang diterapkan. Sehingga untuk melaksanakan seluruh kegiatan penyiarannya didasarkan kepada format yang mereka pilih. Untuk tetap dapat bersaing dengan radio swasta yang ada di radio Petra FM, banyak aspek atau faktor pendukung sehingga terciptanya radio Petra FM yang dapat bertahan hingga saat ini. Salah satunya ialah program religi mereka yang mereka buat secara khusus untuk menysar pendengar mereka yang Kristiani dan sebagai

upaya pemenuhan kebutuhan spiritual komunitas Kristiani melalui

program-program radio Petra FM yang mereka siarkan setiap hari minggu yang mana merupakan hari komunitas Kristiani untuk beribadah dari pagi hari sampai malam hari.

Beberapa program pendukung format religi diantaranya : *Fresh Sunday, Fresh Sunday* adalah program yang memutarakan lagu-lagu rohani sebagai upaya radio Petra FM untuk menemani dan mengiringi pendengar Kristiani sebelum melakukan ibadah misa dan kebaktian. Lalu seperti radio Religi Islam pada umumnya radio Petra FM juga memiliki program khotbah yaitu Suara Gejayan, hampir sama dengan program-program khotbah yang ada di radio religi lain. Kemudian untuk dapat melayani dan pembinaan rohani komunitas Kristiani maka radio Petra FM memberikan program TELAGA (Tegur Sapa Gembala Keluarga) dan Pengajeng-ajenging yaitu sebuah program radio Petra FM yang mencoba untuk menghadirkan perbincangan masalah keluarga yang dilihat dari sisi rohani. Jadi pendengar dapat mengeluarkan keluhan-keluh mereka dan langsung mendapatkan solusi yang dilihat dari sisi rohani Kristiani.

Sebagai wujud dari visi dan misi radio Petra FM untuk mengadakan penginjilan melalui media elektronik, oleh karenanya diwujudkannya program khotbah Kristiani. Program-program khotbah yang ada di radio Petra FM juga merupakan bentuk kerjasama antar gereja dan lembaga lain yang memang berkompeten untuk memberikan pencerahan melalui dakwah-dakwah Kristiani

Tidak hanya dari bentuk program saja. tapi juga ada musik-musik religi Kristiani di radio Petra FM, namun musik yang ada di dalam radio Petra FM cukup variatif karena untuk lebih menarik pendengar sehingga musik religi tidak hanya musik religi Kristiani yang seperti ada di gereja-gereja saja. tapi ada musik-musik religi Kristiani yang beraliran atau *genre* POP, Hip-Hop, Reggae, RnB dan banyak jenisnya seperti musik zaman sekarang.

b) Hambatan yang dihadapi Radio Petra FM

Hambatan yang dihadapi oleh radio Petra FM di dalam konten program karena sebagai radio Agama atau Religi harus selalu dihadapkan dengan program khotbah lalu menghadirkan pemuka agama dan program ini yang justru menjadi hal yang menghambat terbentuknya sebuah kreativitas program. Mau tidak mau ciri khasnya radio yang berbasis Agama harus menghadirkan program khotbah dan pemuka Agama.

“Hambatan yang dihadapi oleh Petra FM dan radio muslim juga hambatannya pada kreativitas program. Misalnya gini entah itu pendeta ustadz terjebak pada program khotbah, jadi itu jebakan-jebakan yang membuat kita *stag* di tempat untuk bentuk acara. Padahal itu tidak semuanya menarik, tetapi mau tidak mau ciri khasnya *religious* itu menghadirkan pemuka agama tapi jebakannya adalah bentuk acaranya” (wawancara dengan Martha selaku Stasiun Manager, tanggal 17 Juli 2013).

Disisi lain yaitu di lingkungan sekitar mengalami kesulitan antara lain untuk diterima oleh warga karena radio Petra FM bergerak dalam program Religi Kristiani. Terkadang ada warga yang tidak suka atau mengiiinkan perusahaan tersebut berdiri di lingkungan mereka karena

masalah Agama, terlebih radio Petra FM merupakan radio yang menyiarkan program-program Kristiani yang mana Agama ini merupakan Agama yang minoritas di Indonesia. Oleh karena itu radio Petra FM perlu melakukan sosialisasi dan banyak melakukan komunikasi sehingga tidak terjadi salah persepsi dengan masyarakat sekitar. “Kami melakukan sosialisai dan pendekatan kepada pihak-pihak yang menjadi hambatan buat kami, ternyata itu lebih kepada komunikasi dan pada akhirnya tidak masalah” (wawancara dengan Martha selaku Stasiun Manager, tanggal 17 Mei 2013).

c. Melakukan Evaluasi

Radio Petra FM di dalam melakukan kegiatan penyiaran dan agar tetap dapat bertahan sehingga radio Petra FM setelah melaksanakan kegiatan penyiarannya selalu melakukan evaluasi terhadap program yang ada. Evaluasi dilakukan sebulan sekali paling cepat dan paling lama tiga bulan biasanya diadakan evaluasi pada Jum’at Minggu ke-empat. Evaluasi membahas mengenai bagaimana respon pendengar terhadap program yang ada di radio Petra FM, untuk mengetahui seberapa besar respon pendengar radio Petra FM biasanya melihat berdasarkan sms dan penelpon yang masuk. Selain itu radio. Petra FM melakukan pengamatan terhadap segmentasi pendengar mereka secara langsung apakah ada perubahan prilaku pendengar mereka melalui survey pendengar. Lalu mendengarkan opini yang disampaikan oleh pendengar terkait dengan program di radio Petra FM. Kemudian bahan-bahan inilah yang

dijadikan radio Petra FM untuk melakukan evaluasi terhadap program apakah rencana program tersebut berjalan dengan baik atau tidak, dengan melibatkan seluruh *staff* terkait yang ada di dalam radio Petra FM, tidak hanya itu, untuk tetap dapat memantau bagaimana kualitas dan proses kegiatan penyiaran yang dilakukan oleh penyiar maka radio Petra FM melalui Manager Program melakukan evaluasi harian. Dengan cara mendengarkan siaran seorang penyiar, merekam, kemudian dievaluasi. Apabila terdapat kesalahan seperti cara bertutur kata menyapa pendengar dan teknik operasional dan sebagainya. Lalu manager program memanggil penyiar sehingga titik kesalahan dapat diperbaiki.

“kita punya pendengar dari jam 10 – 11 terus karena ada perubahan pola orang mendengarkan radio jam itu tu rata rata orang sambil bekerja tu tidak terlalu intens. Menggunakan jam itu tidak untuk interaktif tapi mereka hanya mendengarkan saja. Mereka hanya mendengarkan saja, dulu kita dengan interaktif ternyata hasil survey kita orang bekerja tidak berinteraksi. Mereka mendengarkan tapi tidak berinteraksi. Jadi aku hilangkan interaksinya” (Hasil wawancara dengan Martha selaku Stasiun Manager, tanggal 17 Juli 2013)

B. Analisis Data

Tujuan pendirian sebuah radio komersil sejatinya adalah untuk mendapatkan keuntungan. Oleh karenanya untuk mendapatkan keuntungan maka pengelola radio harus memiliki strategi yang tepat agar radio dapat berjalan dengan baik sehingga mampu bersaing dengan radio swasta yang lain. Salah satunya adalah dengan menentukan dasar pendirian sebuah radio yaitu format stasiun radio. Pengelola radio harus menentukan terlebih dahulu

format stasiun radio, karena format stasiun radio adalah sebuah dasar atau patokan yang dijadikan sebagai acuan untuk membuat program, gaya siaran, tampilan radio dan seluruh kegiatan radio yang merujuk kepada kualitas sebuah radio untuk mempertahankan dan memperoleh pendengar. Format stasiun radio sangat dipengaruhi oleh beberapa konsep yaitu STPPF :

1. Segmentasi Radio Petra 105,7 FM

Segmentasi merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan dalam mendirikan sebuah radio. Melalui segmentasi inilah yang akan diketahui target pasar radio yang akan dituju. Segmentasi juga diperlukan di dalam membuat sebuah program dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui siapa saja yang menjadi pesaing radio, serta segmentasi mempermudah stasiun radio untuk memberikan program yang sesuai dengan segmentasi pendengar mereka.

Seperti apa yang diungkapkan oleh Morrisson dalam bukunya yang berjudul "Manajemen Media Penyiaran", segmentasi yang jelas akan menentukan format siaran yang meliputi pemilihan program dan gaya siaran sesuai dengan target audiens yang dituju. Tujuan penentuan format adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan radio dan televisi lainnya disuatu lokasi siaran (Morrisson, 2011: 177).

Segmentasi radio Petra FM secara khusus menyasar pendengar *loyal* mereka yaitu masyarakat Yogyakarta yang beragama Kristiani. Segmentasi ini secara langsung mempengaruhi format siaran maupun program yang ada

di radio Petra FM. Segmentasi yang dilakukan radio Petra FM yaitu dengan membaginya ke dalam beberapa kategori. Berbagai kategori tersebut antara lain:

a) Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis adalah segmentasi yang didasarkan kepada peta kependudukan, misalnya; usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan, agama, suku dan sebagainya. Radio Petra FM menentukan segmentasi berdasarkan demografis berdasarkan jenis kelamin dengan prosentase 45% pria dan 55% sisanya wanita. Kemudian berdasarkan usia, radio Petra FM menentukan segmentasi usia pendengar mereka adalah *adult* atau dewasa kisaran usia 20 – 60 tahun dengan tingkat ekonomi sosial menengah ke atas yaitu A, B dan C+.

Untuk jenis pekerjaan radio Petra FM menentukan prosentase diantaranya PNS 10%, pegawai swasta 25%, wiraswasta 25%, Ibu rumah tangga 25%, dan pelajar/mahasiswa 15%. Adapun klasifikasi menurut jenis pendidikan prosentasenya adalah untuk tamat SMA 10%, akademik 40%, dan perguruan tinggi 50%.

Radio Petra FM sudah melakukan penentuan dan pengklasifikasian segmentasi pendengar mereka secara demografis dengan membagi-baginya berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, tingkat ekonomi sosial dan pekerjaan. Hal tersebut mewakili elemen atau penjabaran dari banyaknya pilihan atau beragam segmentasi kemudian dikerucutkan untuk memperoleh pendengar secara lebih fokus dan tepat

b) Segmentasi Geografis

Segmentasi ini membagi-bagi khalayak audiens berdasarkan jangkauan geografis. Pasar audiens dibagi-bagi ke dalam beberapa untuk geografis yang berbeda yang mencakup suatu wilayah negara, provinsi, kabupaten, kota hingga ke lingkup perumahan. Dilihat dari segmentasi secara geografisnya radio Petra FM menjangkau khususnya masyarakat Yogyakarta, Bantul dan sekitarnya, Klaten, Gondowinangun, Prambanan, Muntilan dan Purworejo.

c) Segmentasi Geodemografis

Segmentasi Geodemografis ini merupakan gabungan dari segmentasi geografis dengan segmentasi demografis dimana khalayak memiliki kecenderungan karakter yang sama dan di wilayah yang sama. Sehingga dengan gabungan segmentasi demografis dan geografis ini mempermudah radio Petra FM untuk menjangkau pendengar mereka yang berusia 20 – 60 tahun dan yang tinggal di wilayah Yogyakarta yang secara tidak langsung memiliki sedikit kesamaan karakter sehingga mampu dengan mudah mengidentifikasi pendengar radio Petra FM.

d) Segmentasi Psikografis

Segmentasi Psikografis adalah segmentasi berdasarkan gaya hidup dan kepribadian manusia. Radio Petra yaitu lebih menjangkau pendengar dewasa dengan tingkat penghasilan menengah ke atas dan memiliki intelektualitas yang tinggi pula. Tentu ini mempengaruhi bagaimana penyajian program yang ada di radio Petra FM. Sehingga

penyesuai program-program yang ada harus disesuaikan dengan bagaimana perilaku pendengar mereka dengan melihat dari sudut pandang segmentasi psikografis. Hal ini sesuai apa yang dikemukakan oleh Morrison dalam bukunya “Manajemen Media Penyiaran” dimana gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang, dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang (Morrison, 2011: 190).

Dengan melihat data yang telah dijabarkan di atas berdasarkan penentuan pengklasifikasian segmentasi pendengar yang dilakukan oleh radio Petra FM, sudah dapat dikatakan cukup baik. Argumentasi ini didasarkan atas cara radio Petra FM secara detail membagi-bagi atau mengelompokkan data segmentasi yang bermacam-macam ke dalam beberapa bagian saja, serupa dengan apa yang telah diucapkan oleh Morrison. Namun di dalam pelaksanaannya ternyata ada beberapa program radio yang menyasar pendengar mereka tidak sesuai dengan segmentasi yang sudah mereka klasifikasikan pada segmentasi demografis berdasarkan usia. Seperti program “Bintang Petra” adalah program yang menyasar segmentasi pendengar dengan usia di bawah batas segmentasi usia 20 – 60 tahun yaitu anak-anak dengan usia 12 tahun ke bawah. Seharusnya radio Petra FM bisa lebih konsisten dengan segmentasi yang telah mereka tentukan dan mereka pilih. Jangan membuat program yang tidak sesuai dengan segmen radio Petra FM karena terlihat bahwa ketidakkonsistenan radio atas segmen yang dipilih

2. Targetting

Target audiens merupakan hasil dari sebuah penentuan segmentasi sebelumnya sehingga diturunkan dari faktor geografis, demografis dan psikografis pula. Target audiens merupakan salah satu elemen yang penting dan perlu dipertimbangkan dalam penyusunan format program sehingga berjalan sesuai dengan harapan dan sasaran.

Target audiens adalah memilih salah satu atau beberapa segmen audiens yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi. Terkadang *targetting* disebut juga *selecting* karena audiens harus diseleksi. Perusahaan harus memiliki keberanian memfokuskan kegiatannya pada beberapa bagian saja (segmen) audiens dan meninggalkan bagian lainnya (Morrison, 2011: 193).

Secara umum target pendengar radio Petra FM adalah masyarakat Yogyakarta, namun secara khusus radio Petra FM juga menasar pendengar yang beragama Kristiani. Sebagai usaha untuk menasar masyarakat Kristiani radio Petra FM lakukan berbagai upaya untuk memenuhi kebutuhan Umat Kristiani seperti memperoleh siaran rohani atau pengetahuan tentang Agama Kristiani melalui media siaran yaitu radio. Pada saat mendirikan radio Petra FM, belum ada satupun radio yang menasar target pendengar Umat Kristiani. Belum tersedianya radio dan format kristiani menyebabkan target radio ini dapat dicapai.

Namun keberanian radio Petra FM untuk memilih target yang khusus ini tidak diimbangi pula dengan diintegrasikannya program yang juga

dikhususkan seluruhnya untuk segmentasi yang khusus ini seperti serupa dengan apa yang diungkapkan oleh Morrison dimana perusahaan harus memiliki keberanian memfokuskan kegiatannya pada beberapa bagian saja (segmen) audiens dan meninggalkan bagian lainnya (Morrison, 2011: 193). Argumen ini diperkuat dengan dapat dilihat dari penjelasan Petrus PH Matruty selaku Program Manager bahwa dari program di radio Petra FM buat masih ingin menyasar pendengar yang umum atau non-kristiani, diantaranya: *Fresh Morning*, *Yu Jing*, dan *Inspirasi* yang kemudian radio Petra FM jadikan sebagai program unggulan dan *daily programme* radio Petra FM. Padahal sesungguhnya format yang di gunakan oleh radio Petra FM adalah format religi Kristiani, sehingga relevannya memberikan perhatian secara penuh kepada target pendengar mereka yaitu umat Kristiani melalui siaran-siaran di radio Petra FM.

Kemudian menurut Clancy dan Shuluman dalam Morrison (Morrison, 2011: 193) ada 4 karakter yang harus dipenuhi oleh pengelola media penyiaran untuk mendapatkan audiens yang sesuai sasaran secara optimal :

a) Responsif

Audiens sasaran harus responsif terhadap yang ditayangkan.

Tentu saja langkah ini harus dimulai dengan jelas, tanpa audiens sasaran yang jelas maka media penyiaran menanggung resiko yang terlalu besar.

Terkait dengan responsifitas ini ada beberapa fasilitas yang ada

dalam penyelenggaraan program. Berbagai fasilitas tersebut antara lain ; SMS, telpon, *facebook*, dan *tweeter*. Melalui berbagai sarana tersebut dapat diketahui respon masyarakat terhadap program siaran yang dilakukan radio Petra, tidak hanya itu untuk mendapatkan pendengar di luar daerah yang tidak berada di area pemancar maka radio Petra FM juga memiliki radio *streaming*. Harapannya adalah dengan segala fasilitas yang diberikan kepada pendengar radio Petra FM ini dapat memberikan ketertarikan pendengar terhadap radio. Sehingga melalui pola interaktif pendengar dengan radio inilah yang dijadikan radio Petra FM untuk mengetahui keberhasilan sebuah program yang biasanya dibahas dalam evaluasi.

Namun selama peneliti melakukan observasi kepada radio Petra FM dengan fasilitas yang telah ada memang merupakan upaya radio Petra FM demi meningkatkan responsifitas pendengar. Tapi peneliti melihat ternyata upaya radio Petra FM kurang berhasil. Karena terlihat dari interaksi antara pendengar dan radio melalui telpon dan sms hanya beberapa orang saja yang melakukan interaksi tersebut. Menurut penulis hal ini dikarenakan kurang kreatifnya program yang ada di dalam radio Petra FM, sehingga menyebabkan pendengar merasa bosan dengan apa yang ditampilkan oleh radio Petra FM karena dari awal pertama berdirinya radio samapai sekarang program radio tidak mengalami perubahan dari sisi kreatif acara program. Dan dari sisi teknik juga

jaringan telepon di radio Petra FM sering mengalami gangguan dan tersengar kecil apabila didengarkan melalui radio.

b) Potensi Penjualan

Setiap program yang akan disiarkan harus memiliki potensi penjualan yang cukup luas. Semakin besar kemungkinan program untuk mendapatkan audiens sasaran, maka besar nilainya.

Radio Petra FM adalah radio yang memiliki nilai jual yang tinggi karena ini merupakan radio yang berformat khusus sehingga tentu memiliki peredaan yang sangat mencolok dengan radio-radio lain yang ada di Yogyakarta terlebih dengan program radio Petra FM yang diberikan untuk pendengar Kristiani. Namun seharusnya radio Petra FM bisa lebih membuat program-program Kristiani radio bisa lebih menarik. Kenapa penulis berpendapat seperti ini karena melihat kreatif program yang ada di radio Petra FM kurang. Karena walaupun berbeda segmen radio Petra FM memilik kompetitor yang sama dengan format religi yaitu radio Sasando FM jadi harus mampu bersaing melalui program religinya yang mana program-program di radio Sasando merupaka radio Kristiani dengan segmen anak muda..

c) Pertumbuhan Media

Audiens tidak dapat dengan segera bereaksi. Audiens bertambah secara perlahan-lahan sampai akhirnya meningkat. Radio Perta FM dalam pertumbuhan medianya dapat dilihat dari ketertarikan pendengar mereka melalui program religi Kristiani yang disiarkan oleh pendengar

radio Petra FM. Dapat dilihat dari pendengar mereka yang awal pendiriannya hanya sebagai pemenuhan kebutuhan di gereja saja, namun kini telah meluas menjadi radio yang komersil dan mampu bersaing dengan radio-radio swasta di Yogyakarta sampai saat ini. Radio Petra FM sadar bahwa tidak hanya pendengar dari Kristiani saja yang mendengarkan program radio Petra FM tetapi ada pendengar umum yang menikmati program acara yang sengaja ditujukan kepada segmentasi pendengar radio yang umum.

d) Jangkauan Iklan

Pemasangan iklan biasanya sangat memikirkan media penyiaran yang paling tepat untuk memasarkan produknya. Audiens dapat dicapai jika pemasangan iklan dapat dengan tepat memilih media untuk mempromosikan dan memperkenalkan produknya. Radio Petra FM berupaya untuk mempertahankan pendengar mereka dengan memperbaiki kegiatan penyiaran radio baik dalam kegiatan siaran maupun dalam kelengkapan fasilitas pendukung kegiatan siaran radio Petra FM. Menurut penulis upaya ini sangat terlihat dengan diciptakannya salah satu fasilitas siaran radio melalui *life streaming*. Harapannya adalah dengan fasilitas ini memudahkan pendengar mereka untuk dapat mendengarkan radio Petra FM. Namun radio Petra FM harus lebih sering melakukan pengiklanan baik memanfaatkan jasa reklame iklan ataupun melalui kerjasama dengan institusi swasta. Karena melihat dengan semakin banyaknya radio di Yogyakarta dengan ciri dan

keunggulannya tentu akan menyebabkan keterpurukan apabila radio Petra FM tidak melakukan iklan untuk tetap mempertahankan eksistensi radio Petra FM.

Berdasarkan teori dan analisa dari peneliti sesungguhnya radio Petra FM memiliki karakteristik yang harus dipenuhi oleh pengelola radio untuk memperoleh target seperti memiliki fasilitas yang dapat meningkatkan responsifitas pendengar, memiliki nilai jual, jangkauan untuk mengiklankan radio, dan pertumbuhan media yang awalnya hanya sebagai pemenuhan kebutuhan gereja kemudian berubah menjadi radio komersil ini adalah bukti bahwa sesungguhnya radio Petra FM memiliki perkembangan yang baik terhadap pertumbuhan radionya. Hal-hal ini akan berdampak semakin baik apabila radio Petra FM dapat secara maksimal menarik target pendengar dengan memanfaatkan segala fasilitas yang sudah ada dan karakteristik radio seperti ; membuat inovasi-inovasi program, kreatif program, memperbaiki jaringan radio agar lebih mudah diakses oleh pendengar dan mampu membuat karakter religi Kristiani lebih muncul dalam program-program radio Petra FM. Radio Petra FM kurang optimal dalam memanfaatkan keunggulan radio Petra FM seperti jarang melakukan *update* kegiatan radio melalui *facebook* dan *twitter* padahal sudah memiliki.

3. Positioning Radio Petra FM

Sebuah media seperti radio tentu perlu melakukan upaya agar pendengar mereka memahami akan radio tersebut baik melalui program-program yang ada di dalamnya lalu *style*, slogan, logo, *station identity* dll

Oleh karena itu positioning sangat diperlukan radio untuk memberikan suatu pencitraan yang memang dijadikan sebagai citra dari radio tersebut, sehingga mampu menjadi pembeda antar radio. Hal ini juga dipertegas oleh Darmanto dalam bukunya "Teknik Penyusunan Program Siaran Radio RRI" (Darmanto,2000: 13) Beliau mengungkapkan bahwa positioning adalah sebuah hal yang penting dan utama untuk diperhatikan, karena terkait dengan keberhasilan kita dalam mengkomunikasikan "kita" kepada konsumen.

Adapun langkah-langkah dalam positioning yang diungkapkan oleh Darmanto mengenai positioning, menurutnya beberapa hal yang perlu dilakukan dalam pembentukan positioning yaitu melalui (Darmanto, 2000: 13) :

1) Slogan

Slogan merupakan pesan singkat yang dinyatakan sebagai simbol radio bersifat mudah di ingat dan berbeda dengan stasiun radio lain yang menggambarkan filosofi dari perusahaan untuk pendekatan kepada audiens.

Radio Petra FM juga memiliki sebuah slogan yang menjadi ciri mereka sebagai perwujudan dari visi dan misi radio Petra FM yaitu "*The Voice of Love dan Peace*". Radio Petra FM menggunakan slogan ini sebagai salah satu bentuk citra dari radio. Diharapkan dengan slogan ini radio Petra FM sebagai pencetus radio yang membawa suara kasih dan perdamaian untuk masyarakat Yogyakarta. Artinya bahwa radio Petra FM merupakan sebuah radio religi yang memberikan program dan

musik yang mampu membawa pendengar ke arah yang baik yaitu kasih dan perdamaian.

Data di atas menunjukkan bahwa slogan yang digunakan oleh radio Petra FM ini sebagai salah satu upaya untuk memperkuat kesadaran pendengar. Slogan merupakan intisari dari *positioning* itu sendiri dimana slogan biasanya lahir dari pemahaman yang mendalam mengenai citra mereka yang akan dibentuk dalam benak audiens (Simran Kohli. 2006: 59).

2) *Station Image*

Stasiun *image* dapat dilakukan melalui publikasi meluas, *product, Knowledge, gerak public relation, humas, sales manship, membangun loyalitas audiens dan sens of belong.*

Seluruh media memang perlu melakukan *station image*, karena untuk memberikan informasi dan pemahaman kepada khalayak dan sebagai bentuk sebuah eksistensi media kepada khalayak.

Radio Petra FM melakukan kegiatan-kegiatan sosial seperti donor darah, berbagi kasih dengan anak panti asuhan dan lain-lain yang sedang mengalami kesusahan. Kemudian bekerja sama pula dengan institusi pemerintahan seperti Perusahaan Listrik Negara (PLN), Komisi Pemilihan Umum (KPU), P3I dan institusi pemerintah yang lainnya. Kemudian menciptakan paguyuban Paperape, yaitu paguyuban pendengar radio Petra sebagai bentuk menyalip kedekatan dengan

pendengar mereka yang setia dan *loyal* agar mereka tetap menjadi pendengar setia radio Petra FM.

Kegiatan-kegiatan yang terjun langsung ke pendengar ini memang harusnya lebih banyak dilakukan oleh radio Petra FM supaya pendengar lebih bisa merasa kedekatan secara emosional kepada radio, sehingga dapat menciptakan *image* stasiun radio Petra FM lebih baik kepada pendengar. Radio Petra FM sendiri terlihat kurang bisa membangun *image* secara tepat seperti apa radio Petra FM kepada pendengarnya. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan *off-air* dan bentuk kerja sama selama *prideo* setahun data yang di dapatkan hanya melakukan kegiatan *off-air* sebanyak 6 kali pada tahun 2012-2013 diantaranya “Cooking Class” di Cobra Resto. “Dance and Singing” di sanggar 16 Gayam, Edu Holiday *Publick Speaking*.

Seperti radio yang pada umumnya memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu dengan menggunakan jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter*. Namun dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap media promosi *facebook* dan *twitter* terlihat tidak berjalan atau dikelola dengan baik. Terutama *facebook*, sangat terlihat jelas dari akun status yang jarang di update oleh radio Petra FM.

3) Monitoring Stasiun

Monitoring stasiun meliputi pergerakan radio lain, mencatat tingkah laku dan kebutuhan pendengar dan menghimpun data yang ada

Radio Petra FM juga melakukan monitoring dengan radio swasta yang berbeda segmen dan yang sejenis. Monitoring, tidak radio Petra FM jadikan sebagai bahan untuk mereka contoh kemudian di implementasikan ke dalam program mereka, tetapi lebih melihat bagaimana cara penyiar di radio lain seperti apa dan proses penyiarannya seperti apa kemudian dijadikan sebagai motivasi bagi mereka untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya. Lalu sebagai motivasi terhadap radio Petra FM agar dapat memperoleh kesuksesan juga seperti radio yang lain.

Petra FM memang seharusnya perlu melakukan monitoring untuk mengetahui sejauh mana perkembangan radio di Yogyakarta dan untuk mengetahui sejauh mana respon pendengar terhadap radio Petra FM sendiri. Jadi setiap bulanannya ada evaluasi yang disampaikan mengenai perkembangan radio Petra FM dengan radio-radio swasta di Yogyakarta.

4) *Station Identity*

Bagaimana radio mengatakan *who am I* dan menunjukkan eksistensi stasiun dan bersifat mengingatkan.

a) Positioning (stasiun *call*, *jingle*, program *cue*, *tagline*, *ect*)

Untuk menciptakan suasana yang dekat kepada pendengar maka radio Petra FM menyapa pendengar mereka dengan sapaan "Sahabat Petra". Dengan menggunakan stasiun *call* ini sebagai bentuk dari radio Petra FM untuk menciptakan kedekatan kepada

pendengar. Sehingga pendengar merasa lebih berteman dengan radio beserta penyiarinya dan merasa nyaman dengan radio Petra FM. *Tagline* radio Petra FM adalah "*The Voice of Love and Peace*", *tagline* ini adalah sebuah inti dari visi dan misi radio Petra FM yang dapat mewakili karakteristik radio Petra FM, yaitu sebagai radio religi yang mampu menyuarakan suara kasih dan perdamaian bagi masyarakat Yogyakarta melalui program dan musik religi Kristiani radio Petra FM.

Slogan yang dimiliki oleh radio Petra FM sudah tepat karena memang slogan yang ideal adalah sebuah slogan dibuat sesederhana mungkin dan mudah di ingat sehingga dapat meningkatkan penjualan. Tapi dari hasil observasi yang peneliti lakukan selama melakukan penelitian ini adalah para penyiar radio Petra FM tidak konsisten dalam menyapa pendengar mereka karena yang seharusnya menyapa pendengar dengan panggilan "Sahabat Petra" namun ada beberapa penyiar yang memanggil dengan sapaan "Anda". Harus diperhatikan lagi agar positioning ini dapat diterima dan tertanam dengan baik oleh pendengar radio Petra FM.

b) Bahasa Siaran (Standar kata, kosa kata)

Bahasa siaran di radio Petra FM berjalan dengan baik, bahasa dan kata-kata yang digunakan oleh penyiar sudah sesuai dengan bagaimana cara berkomunikasi dengan pendengar mereka yaitu *adult* tapi tetap komunikatif layaknya seorang penyiar radio

Argument ini saya perkuat ketika melakukan observasi terhadap siaran radio Petra FM dengan sapaan mereka ketika menerima telepon dengan kalimat “dengan siapa?”. Terlihat jelas bahwa memang kesopanan dan *attitude* penyiar radio Petra FM sangat terjaga.

c) *Air Personality* (gaya siaran, karakter khas)

Gaya khas siaran radio Petra FM adalah dalam sebelum memulai program acara, ada kalimat pembuka program yang wajib diucapkan oleh penyiar yaitu “sudahkan anda mengasihi orang lain hari ini?” dan di akhir siaran juga ada kalimat penutup yaitu “dan semoga kita bisa banyak berbuat baik”. Gaya siaran yang dimiliki oleh radio Petra FM merupakan sebuah gaya yang mencerminkan radio Petra FM. Hal ini merupakan sebuah gaya yang tentunya akan menjadikan pembeda antara radio Petra FM dengan radio yang lain. Argument ini juga diperkuat dengan pendapat dari pendengar radio Petra FM bahwa yang paling di ingat sebagai ciri radio Petra FM adalah kalimat pembuka (*opening word*) dan penutup (*closing word*) yang diucapkan oleh penyiar saat memulai dan mengakhiri program

d) *Highlight Program* (acara khusus)

Radio Petra FM merupakan sebuah radio dengan format khusus dan segmentasi khusus mereka yaitu komunitas Kristiani. Sehingga memberikan program khusus kristiani mereka secara

fokus siaran di hari Minggu dari pukul 04.30 WIB - 09.00 WIB

Seperti Mimbar Petra, Madu Surgawi, *Fresh Sunday*, Mozaik Nusantara, Syallom Petra, Telaga, Suara Gejayan, Kidung Panglipur dan program khusus rohani yang radio Petra FM berikan kepada pendengar Kristiani seperti *The Voice Of Hagios*, Berkat Surgawi, Suara Gejayan, Telaga, Mimbar Petra, Mimbar Khatolik, dan Madu Surgawi. Program-program ini yang menjadi acara khusus yang dijadikan radio Petra FM untuk memenuhi kebutuhan spiritual atau rohani pendengar Kristiani dan sebagai perwujudan dari visi dan misi Umat Kristiani yaitu mengadakan penginjilan melalui media elektronik khususnya radio.

Melihat data di atas, radio Petra FM memiliki acara yang secara khusus memang menyasar pendengar mereka yang khusus juga yaitu umat Kristiani dan penyiaran program khusus ini disiarkan sesuai dengan kebiasaan umat Kristiani untuk beribadah yaitu pada hari minggu. Tapi dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, radio Petra FM harus bisa menjaga kelangsung sebuah program misalnya ada program interaktif yang memang harus menghadirkan pembicara seperti pendeta, harus tetap dijalankan untuk menghadiri pendeta atau pun pembicara lainnya, bukan malah memutar kaset rekaman yang sudah pernah disiarkan sebelumnya. Sehingga program acara dapat berjalan dengan baik dan perbaharuan akan tema topik bahasan selalu bermacam-macam sehingga pendengar tidak akan mengalami kepenuhan

e) *Activity* (program *off-air*)

Kegiatan yang dilakukan oleh radio Petra FM memang merupakan sebuah kegiatan *off-air* yang tujuannya adalah sebagai bentuk positioning kepada pendengar. Oleh karenanya radio Petra FM bisa lebih banyak melakukan kegiatan *off-air* dan kegiatan *off-air* juga alangkah baiknya harus menyasar pula sesuai dengan segmentasi radio Petra FM yaitu *adult*. Jangan terlalu banyak melakukan kegiatan *off-air* untuk anak-anak. Karena dari data yang didapatkan radio Petra FM lebih banyak melakukan kegiatan *off-air* untuk anak-anak ketimbang ke segmentasi radio yang dewasa. Tetapi yang sangat baik dilakukan oleh radio Petra FM adalah dengan tetap menjaga kelangsungan kegiatan pertemuan yang mereka lakukan rutin setiap sebulan sekali kepada pendengar *loyal* yang tergabung dalam paguyuban Paperape.

f) Visual dan Grafis (logo)

Gambar 2.4

Logo Radio Petra FM



g) *Gift (souvenir, giftway)*

Sebagai upaya untuk menarik pendengar agar tetap mendengarkan program yang ada di radio Petra FM, biasanya radio sPetra FM memberikan hadiah kepada pendengar yang ikut berpartisipasi melalui kuis dan *talkshow* yang bekerja sama dengan pihak narasumber. Seperti *talkshow* mengenai kecantikan dengan dokter kemudian bagi pendengar yang berpartisipasi via telpon diberikan *voucher* untuk datang ke klinik kecantikan. Tapi radio Petra FM tidak ada bentuk positionig seperti memberikan *souvenir bulpoint*, gantungan kunci, *sticker* dan bentuk *souvenir* lainnya yang bergambar logo radio Petra FM. Walaupun terlihat kecil tapi manfaat yang akan ditimbulkan besar karena selagi *souvenir* ini masih dipakai maka pendengar juga akan tetap mengingatnya.

5) Kreatif acara unggulan

Dilakukan dengan cara menciptakan USP (*Unit Selling Point*) dan menampilkan program unggulan yang tak terkalahkan. Acara yang menarik perhatian pengiklan.

Radio Petra FM memiliki beberapa program yang mereka jadikan sebagai program unggulan radio Petra FM diantaranya ada *Fresh Morning*, Yu Jing, dan Inspirasi. Kreatif acara yang ada di radio Petra FM terlihat tidak berjalan karena dari sejak jaman berdirinya radio Petra FM tidak ada perubahan-perubahan yang inovatif program, terlihat seperti menjalankan apa yang sudah ada sejak dulu tidak

memberikan perubahan yang kreatif. Seperti pada program Fresh Morning hanya memutar musik lalu *talkshow* dan memberikan informasi-informasi lainnya setiap harinya hanya seperti itu dan berulang-ulang. Apabila tidak ada *talkshow* siaran hanya memutar musik dan penyiar saja. Hal ini tentu akan berdampak kepada kekuatan program pada radio Petra FM jika tidak mampu bersaing dengan radio-radio yang lainnya di Yogyakarta seperti radio Jogja Family, Rakosa dan radio dengan format dan segmen yang lain.

Kegiatan positioning yang dilakukan oleh radio Petra FM dimulai dari membuat slogan, *station image*, monitoring stasiun, *station identity* adalah seluruh kegiatan yang merupakan upaya radio Petra FM untuk memberikan pemahaman dan karakteristik kepada pendengar bahwa radio Petra FM adalah radio religi Kristiani. Terlebih lagi dengan ciri *opening word* dan *closing word* yang tidak dimiliki oleh radio-radio lain dan hal ini lah yang menjadi nilai jual bagi sebuah media lebih-lebih radio yang mengandalkan aspek audio. Sehingga perlu sebuah jargon yang mudah di ingat dan memiliki nilai jual yang tidak dimiliki oleh radio lain. Namun radio Petra FM kurang memperhatikan *detail* positioning yang kecil seperti membuat *souvenir* yang justru memiliki manfaat cukup besar dan kegiatan *off-air* juga masih menasar pendengar yang tidak sesuai segmentasi radio Petra FM. Seharusnya bisa lebih mengoptimalkan seluruh keunggulan baik dari sisi program maupun dari fasilitas yang sudah dimiliki sehingga dapat menarik minat pendengar terhadap radio Petra FM

4. Formatting Radio Petra FM

Berbicara tentang persaingan radio yang semakin ketat, membuat para pengelola usaha ini harus pintar dan jeli dalam membuat sebuah kebijakan atau inovasi yang berpengaruh besar terhadap kelangsungan sebuah radio. Salah satunya adalah dengan penentuan format stasiun radio, karena format nantinya akan berpengaruh terhadap pembuatan sebuah program dan pola siaran radio tersebut.

Serupa dengan apa yang ditulis oleh Masduki dalam buku yang berjudul "Menjadi Broadcaster Profesional", yang mendefinisikan format stasiun didefinisikan sebagai formulasi keseluruhan aktifitas siaran dalam pelayanan pendengar. Format stasiun diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa dan bagaimana sebuah olah siaran di stasiun radio hingga sebuah stasiun acara dikomunikasikan kepada pendengar (Masduki, 2004: 36). Radio Petra FM melakukan kegiatan penyiaran dan pembuatan program mengacu kepada format khusus yang mereka gunakan yaitu format agama atau religi Kristiani. Sehingga apa yang dijalankan dan ditampilkan sesuai dengan visi dan misi radio Petra FM yaitu sebagai radio yang bisa menyuarakan suara kasih dan perdamaian kepada masyarakat Yogyakarta khususnya kepada Umat Kristiani dan belum ada radio yang menasar secara khusus komunitas Kristiani di Yogyakarta.

Radio Petra FM merupakan pencetus awal berdirinya radio di Yogyakarta yang menggunakan format religi Kristiani sebagai format stasiun radio yang Petra FM pilih. Walaupun radio Petra FM sadar bahwa radio

dengan format religi Kristiani ini akan menimbulkan banyak hambatan baik dari sisi ekonomi maupun sosial, karena secara keyakinan agama Kristiani sebagai agama minoritas. Atas dasar ini maka radio Petra FM di dalam menjalankan kegiatan penyiarannya lebih berhati-hati agar masyarakat umum dapat menerima dengan baik dan tidak akan muncul tanggapan bahwa radio Petra FM sebagai media Kristenisasi. Seperti yang dikatakan oleh Prayudha dalam buku "Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran", bahwa format sangatlah penting karena dapat menjadikan pribadi stasiun penyiaran radio tersebut untuk menarik pendengar (Prayudha, 2004: 53).

Sebagai radio yang memiliki Format khusus religi Kristiani yang secara keyakinan adalah agama yang minoritas. Oleh karenanya membagi siaran mereka, yaitu siaran rohani secara keseluruhan disajikan pada hari minggu dan siaran program hariannya (*daily program*) mereka buat agar bisa dinikmati oleh pendengar secara general atau umum. Bukan hal yang mudah untuk memperoleh pendengar umum (non-kristiani) karena positioning pendengar radio Petra FM adalah radio religi Kristiani, sekalipun program ini dibuat untuk menyasar pendengar umum.

Menurut Morrison format stasiun dapat ditentukan dari berbagai macam aspek, misalnya demografis audiens seperti kelompok umur, jenis kelamin, profesi hingga geografis berdasarkan pembagian tersebut, maka muncullah penyiaran berdasarkan kelompok tersebut (Morrison, 2011: 231).

Berdasarkan inilah radio Petra FM melihat peluang usaha yang akan muncul

dengan memenuhi kebutuhan kelompok tertentu seperti komunitas Kristiani yang ada di Yogyakarta.

Sedangkan menurut Dominick format stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam 4 wilayah :

1) Kepribadian (*Personality*) penyiar dan reporter.

Kepribadian yang harus dimiliki oleh penyiar di radio Petra FM adalah sopan, karena radio Petra FM merupakan radio yang berformat religi sehingga mengharuskan penyiarnya untuk bersikap sopan dan santun dalam menyapa seluruh pendengarnya. Radio Petra FM adalah segmentasi usianya adalah *adult* atau dewasa oleh karena itu walaupun penyiar mereka muda tetapi mereka dituntut untuk dapat bersikap dewasa. Dilarang keras untuk memperdebatkan perbedaan antar gereja A dengan gereja B apalagi memperdebatkan masalah keyakinan atau agama.

Radio Petra FM memang harus memiliki penyiar yang karakternya disesuaikan dengan segmentasi dewasa, alangkah baiknya jika memang seharusnya penyiar harus dewasa pula agar komunikasi yang dilakukan juga sesuai dengan bagaimana cara orang dewasa berkomunikasi, karena melihat dari program yang ada didominasi oleh program yang menasar pendengar dari usia 30 tahun keatas. Kemudian dalam membawakan program harus lebih luwes dan komunikatif karena

dalam siaran terkadang masih ada penyiar yang membawakan program

kurang komunikatif. Seperti diam dalam beberapa detik, lalu melakukan aktivitas lain diluar siaran ketika sedang menerima penelpon.

2) Pilihan musik dan lagu

Radio Petra FM merupakan radio dengan segmentasi *adult* dari usia 20 – 60 tahun, sehingga pilihan musik radio Petra FM adalah music-musik yang telah populer atau *after hits* yaitu di kisaran tahun 80-an sampai tahun 2000-an. Radio Petra FM melakukan seleksi/*scanning* terhadap materi musik yang akan masuk, tidak hanya itu setiap lirik yang terkandung di dalam sebuah lagu juga diseleksi supaya lirik yang ada di dalam lagu memberikan makna yang positif. Lirik yang mengandung makna negatif tidak diperkenankan ada di radio Petra FM, seperti terkandung lirik-lirik yang mengandung makna untuk untuk menghasut, menduakan cinta. Walaupun radio Petra FM merupakan radio religi namun materi musik rohani kristianinya beragam jenis dan aliran, tidak hanya lagu rohani yang klasik saja.

Namun di beberapa program seperti dalam program inspirasi terkadang ada pendengar radio Petra FM yang meminta lagu yang tidak sesuai dengan format musik yang menjadi ketentuan di radio Petra FM contohnya lagu band Geisha yang merupakan lagu sedang *hits* di era sekarang ini. Sehingga seharusnya lagu ini tidak masuk ke dalam kriteria musik radio Petra FM yaitu *after hits* musik dari tahun 80-an sampai tahun 2000-an. Harusnya radio Petra FM tetap melakukan seleksinya secara tepat sesuai jenis musik karena jenis musik seharusnya memang

harus menyesuaikan dengan segmentasi dan target pendengar. Seleksi lagu berdasarkan lirik tidak dilakukan oleh radio Petra FM, argument ini diperkuat dengan adanya lagu-lagu yang masih bernuansa seperti terkandung lirik-lirik yang mengandung makna untuk untuk menghasut, menduakan cinta.ternyata ada di dalam meteri lagu radio Petra FM contohnya lagu Ungu “Demi Waktu” yang secara lirik terdapat kata-kata yang mengandung makna menduakan pasangan.

3) Pilihan materi dan gaya bertutur (*talk*)

Gaya bertutur penyiar di radio Petra FM adalah harus memiliki wawasan yang luas dan memiliki karakter vokal suara yang khas dan harus sopan dan beretika karena radio Petra FM merupakan radio dewasa jadi kesopanan dan etika hal yang penting untuk dimiliki oleh penyiar radio Petra FM.

Memang sudah seharusnya radio Petra FM memiliki penyiar yang sopan dan beretika karena melihat segmentasi pendengarnya adalah *adult* sehingga penyiar harus paham dengan bagaimana mereka harus berkomunikasi dengan segment *adult* tersebut. Selama peneliti melakukan observasi penyiar masih berada dan sesuai dengan standar personality penyiar di radio Petra FM baik dari sisi penyiar berinteraksi dengan pendengar maupun ketika menyapa pendengar. Argument ini diperkuat dengan pendapat dari pendengar radio Petra FM bahwa

- 4) Spot atau kemasan iklan, *Jingle* dan bentuk-bentuk promosi acara radio lainnya.

Biasanya disela-sela siaran radio Petra FM memutarakan *jingle* program acara yang ada di radio Petra FM dan tidak lupa untuk memutarakan program-program yang ada di radio Petra FM. Radio Petra FM juga melakukan promosi program acaranya dengan memanfaatkan media sosial seperti *facebook* dan *twitter* jika akan ada bintang tamu yang akan hadir di salah satu program radio Petra FM.

Radio Petra FM sudah melakukan seperti yang dilakukan oleh radio pada umumnya yaitu memutarakan *jingle* program apa saja yang ada di dalam radio tersebut baik disela-sela siaran program dan iklan dan melalui media sosial seperti *facebok* dan *twitter*. Namun bentuk promosi melalui media sosial dirasa kurang efektif karena melihat segmentasi yaitu *adult* pembisnis yang berintelektual tinggi tentu mereka lebih banyak menghabiskan waktunya untuk melakukan aktifitas kerja dibandingkan harus membuka media sosial seperti *facebok* dan *twitter*, dan dari pengelolaan terhadap media sosial ini kurang baik. Karena *keupdate-an* akan kegiatan siaran tidak di *share* melalui media ini.

Sesuai dengan salah satu pendapat yang dikemukakan oleh Dominick mengenai bagaimana jika sebuah radio ingin membuat sebuah format harus mempertimbangkan beberapa hal seperti di bawah ini.

Menurut Dominick (Dominick 2002: 170) ada tiga kunci dalam

1) Mengidentifikasi dan melayani pendengar yang telah ditentukan.

Awal dari pembuatan sebuah format radio adalah dengan proses identifikasi segmen pendengar yang telah ditentukan. Radio Petra FM pun melakukan hal serupa untuk mengidentifikasi pendengar mereka sebagai pedoman dalam membuat sebuah program. Untuk mengetahui apakah program yang mereka buat sudah sesuai, biasanya radio Petra FM melakukan *survey* terhadap pendengar di pasar-pasar dengan melihat perilaku mereka sehingga nantinya program yang tercipta memang berdasarkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pendengar radio Petra FM. Tidak hanya itu radio Petra FM juga mengadakan pertemuan rutin yang diadakan dengan paguyuban Paperape (Paguyuban Pendengar Radio Petra FM) yang dilakukan sebulan sekali, radio Petra FM meminta pendapat anggota mengenai radio untuk mengetahui apa yang diinginkan pendengar sehingga dapat diwujudkan dalam siaran dan program. Hal ini menurut radio Petra FM lebih efektif karena anggota Paperape sudah dapat mewakili pendengar radio Petra FM.

Melihat data di atas, memang sudah sepatutnya radio Petra FM melakukan hal ini supaya pemenuhan akan kebutuhan pendengar dapat terlayani dengan benar sehingga pendengar juga merasa terpuaskan atas apa yang diharapkan ketika mendengarkan radio Petra FM. Radio Petra juga menjalin sebuah kedekatan dengan membuat paguyuban pendengar sebagai sebuah hal yang baik yang patut dipertahankan. Menurut

pendengar radio Petra FM yang juga merupakan anggota Paperape

bahwa mereka sudah sangat cukup senang dengan program-program di radio Petra FM apalagi dengan diciptakannya paguyuban pendengar ini selain menjalin keakraban antar pendengar tetapi juga antara pendengar dengan radio.

Namun secara program yang ada di radio Petra FM ternyata ada program yang tidak dibuat berdasarkan segmen yang telah mereka tentukan sebelumnya. Dapat dilihat adanya program anak-anak pada hari minggu "Bintang Petra" yang secara segmen radio Petra FM sangat tidak sesuai, seharusnya bisa mengidentifikasi dan melayani pendengar yang dewasa yang sesuai dengan segmen radio Petra FM.

2) Melayani pendengar tersebut dengan lebih baik dari persaingan

Sebagai upaya agar pendengar tetap setia dengan radio Petra FM maka radio Petra FM selalu melakukan pelayanan yang terbaik baik melalui program yang disajikan ataupun dari pelayanan penyiar terhadap pendengar mereka yang berpartisipasi dalam program mereka baik melalui sms maupun telepon dengan memperlakukannya dengan baik dan sopan sehingga dengan sapaan yang ramah dan sopan pendengar merasa dihargai dan nyaman. Radio Petra FM juga tidak sungkan untuk menerima usulan maupun kritikan mengenai program yang diberikan pendengar terhadap radio Petra FM.

Program-program unggulan dan program religi Kristiani radio Petra FM adalah salah satu bentuk pelayanan yang dilakukan agar pendengar mendapatkan apa yang dibutuhkan di dalam program

program radio Petra FM yang tidak didapatkan di radio lain. Seperti program Mimbar Petra yang mengajak pendengar untuk berdoa bersama dan melakukan interaktif via telepon dengan pendengar mereka.

Melihat hal di atas dengan program-program Kristiani ini memang program yang secara khusus diberikan kepada pendengar khusus mereka yang merupakan sebuah nilai jual yang tidak dimiliki oleh radio-radio yang lain, terlebih lagi radio Petra FM merupakan sebuah radio religi Kristiani yang sudah tentu memiliki perbedaan dari gaya siaran, penyiar, program dan musiknya. Perbedaan-perbedaan inilah yang menjadi nilai jual yang dimiliki radio Petra FM dibandingkan dengan radio yang lainnya. Tapi menurut pendengar radio Petra FM terkadang merasa kurang nyaman dengan jaringan radio Petra FM yang sering hilang tiba-tiba dan jika melakukan interaksi via telepon jaringannya kurang baik seperti volume suara kurang besar, noise yang terdengar di radio sehingga menimbulkan ketidaknyamanan. Alangkah baiknya jika radio Petra FM bisa memperbaiki permasalahan jaringan ini sehingga bisa membuat penelpon merasa nyaman. Agar tidak berpindah ke radio lain yang lebih baik radio radio Petra FM karena banyak radio lain yang bersaing di segmen usia yang sama yaitu Jogja Family, Retjobuntung, Rakosa dan masih banyak lainnya.

3) Menghargai (*to reward*) pendengar

Radio Petra FM selalu berusaha menghargai pendengar mereka dengan sapaan dan gaya bahasa yang sopan dan santun seperti "Halo

sahabat Petra, dengan siapa dimana?" dan lain sebagainya. Radio Petra FM juga membentuk paguyuban untuk pendengar *loyal* mereka yang diberi nama Paperape dan pertemuan dengan pendengar melalui Paperape ini dilakukan rutin sebulan sekali. Biasanya membahas mengenai program baru yang ada di radio Petra FM dan berdoa bersama untuk kesehatan dan kesejahteraan anggota. Kemudian memberikan pelatihan atau *workshop* dengan pendengar.

Melihat data di atas yang dilakukan oleh radio Petra FM dengan menghargai pendengar seperti melalui penyiar, membentuk paguyuban pendengar radio Petra FM (Paperape). Hal ini tidak dilakukan oleh radio lain yang ada di Yogyakarta. Dengan membuat paguyuban ini akan membentuk kedekatan antar pendengar terlebih kepada radio Petra FM sendiri.

Di dalam membangun sebuah format radio, radio Petra FM mengikuti apa yang telah ditulis oleh Darmanto dalam Rusmiyati yaitu format radio digolongkan ke dalam 3 jenis (Rusmiyati, 2005: 18) :

1) Format Berita (*News*)

Format berita adalah format stasiun yang didominasi oleh siaran atau berita (*all news*) atau perbincangan mengenai peristiwa aktual (*all talk*) atau gabungan keduanya (*news and talk news*). Format berita tidak digunakan oleh radio Petra FM secara menyeluruh tetapi berita disisipkan pada program acara saja, seperti menyisipkan berita dari VOA

(*Voice of Amerika*) merupakan bentuk kerjasama radio Petra FM dengan VOA.

Radio Petra FM lebih condong menggunakan format berita *All Talk* dimana diwujudkan ke dalam program acara yang berbentuk *talk show* yang mengupas atau membahas mengenai kesehatan, pendidikan, keagamaan, IPTEK dan lain-lain, dengan mengundang narasumber yang berkompeten di bidangnya sesuai dengan tema *talk show*.

Melihat data di atas format berita *all talk* memang sebuah pilihan yang benar bagi radio yang tidak memilih format berita sebagai format stasiun, karena berita hanya dijadikan atau dimasukkan ke dalam materi siaran saja bukan menjadi sebuah program yang utuh. Berita yang ringan-ringan yang dibungkus ke dalam acara seperti *talkshow* dan karena prosentase program beritanya sendiri hanya sebesar 10%.

2) Format Musik

Format musik adalah format siaran yang isinya didominasi dengan jenis musik yang disiarkan oleh stasiun penyiaran yang bersangkutan serta berorientasi pada kebutuhan target audiens. Radio Petra FM berdasarkan materi musik yang ada di dalamnya menggunakan format *Adult Contemporary* (AC) karena melihat dari segmentasi pendengar mereka yang berusia 20 – 60 tahun jadi dengan format musik *Adult Contemporary* inilah yang cocok untuk usia tersebut.

Menyiarkan musik pop masa kini, *softrock* dan balada. Radio Petra FM menggunakan musik tahun 1980 – 2000 an dengan perbandingan

musik secara general perbandingan musik umum 60% dan musik religi 40%.

Walaupun radio religi yang memiliki komposisi musik rohani, dan karena radio Petra FM merupakan radio *Adult* oleh karena itu agar menarik pendengar maka *genre* musik rohani yang ada di radio Petra FM tidak hanya musik rohani yang *classic* saja tetapi ada yang *bergenre* pop, hip-hop dan *genre-genre* musik yang mengikuti perkembangan zaman. Karakter musik radio Petra FM yaitu musik yang enak didengar, tidak beraliran keras atau *hardrock*, *after hits* (musik-musik yang dulu pernah *hits* di tahunnya), dan syair lagu tidak mengandung kalimat yang berbau sara, pornografi dan lagu-lagu yang menghasut atau lagu-lagu yang menduakan pacar dan lagu cengeng tapi lagu yang dapat memberikan inspirasi kepada masyarakat.

Tetapi di beberapa program yang terkadang radio Petra FM memutar lagu-lagu yang masih *hits* di tahun sekarang seperti lagu Geisha, D'Massive yang seharusnya ini tidak masuk ke dalam materi musik yang *after hits*. Oleh karenanya radio Petra FM harus lebih selektif lagi dalam memilih dan memutar lagu yang diminta oleh pendengar mereka yang sesuai dengan segmentasi dan target pendengar dalam program. Berdasarkan lirik juga radio Petra FM kurang selektif jika memang ingin melakukan seleksi terhadap lirik-lirik lagu yang ada di dalam musik-musik radio Petra FM, karena masih ada lagu-lagu yang ternyata di dalam liriknya terdapat kata-kata yang bermakna menduakan

pacar seperti lagu Ungu “Demi Waktu”. Kemudian ada materi lagu untuk anak-anak yang berdasarkan segmen dengan batasan usia pendengar radio yaitu 15 tahun. Ditambah lagi usia anak-anak 12 tahun kebawah tidak termasuk dalam kategori radio yang mengusung format musik *adult contemporary*. Koleksi lagu-lagu *after hitz* harus diperlengkap untuk memenuhi keinginan pendengar, karena dari beberapa *requestan* lagu dari pendengar terkadang tidak ada dalam daftar *list* lagu dan penyiar juga terlihat kurang menguasai materi *playlist* lagu dalam program sehingga penyiar sering berkata kepada pendengar “coba nanti saya cari dulu ya?ada atau tidak ya”.

3) Format Khusus

Format khusus adalah format stasiun yang dibentuk berdasarkan materi sebagai bahan sajian utama dalam keseluruhan program. Format khusus adalah sebagai stasiun radio bersangkutan mencirikan siarannya pada meteri tertentu dan khas. Contoh format stasiun kategori khusus : budaya, agama, sport dan wanita. Melalui format khusus stasiun radio meracik serangkaian program acara yang kesemuanya mengarah untuk segmen pendengar khusus.

Menurut Sayogo dalam buku “Modul Program Siaran Radio”, tuntutan mengkhususkan diri dalam format siaran diselenggarakan menjadi perlu dilakukan. Dengan mengkhususkan format siaran ini, stasiun radio tersebut dapat tetap memperoleh pengiklan (Sayogo, 2005:

15). Ini juga dilakukan oleh radio Petra FM. Radio Petra FM memilih

format khusus religi kristiani adalah sebagai upaya untuk mencetuskan radio yang diperuntukan secara khusus kepada komunitas kristiani di Yogyakarta. Radio Petra FM sadar bahwa dengan format khusus ini akan mendapat banyak hambatan. Oleh karena itu selain menyasar masyarakat Yogyakarta yang beragama kristiani secara khusus namun radio Petra FM juga menyasar masyarakat Yogyakarta secara umum, dan diharapkan dengan format khusus kristiani ini dapat membantu umat kristiani dalam mendapatkan media yang memberikan pesan kasih dan perdamaian Tuhan melalui radio Perta FM. Serta membantu bagi pendengar yang berada di daerah-daerah terpencil yang tidak dapat beribadat ke gereja dapat mendengarkannya melalui radio Petra FM.

Dengan format khusus ini menjadi rujukan bagi radio Petra FM untuk memfokuskan seluruh kegiatan siarannya mengarah kepada pendengar khusus radio Petra FM. Serupa dengan apa yang diungkapkan oleh Sayogo yaitu apabila sebuah stasiun radio menepatkan dirinya sebagai stasiun radio dengan program berformat khusus (*pure segmented*) maka keseluruhan program mata acara yang diselenggarakan dan dikembangkannya benar-benar dirancang untuk membidik segmen pendengar khusus (Sayogo, 2005: 15).

Radio Petra FM merupakan radio Religi Kristiani tapi keseluruhan programnya tidak dibuat untuk komunitas kristiani saja, alasannya adalah karena perizinan untuk membuat radio kristiani dan karena secara keyakinan kristiani merupakan agama minoritas oleh

karena itu untuk tetap mendapatkan pendengar secara umum maka perlu membuat program yang dapat dinikmati oleh pendengar umum. Jadi minoritas dan mayoritas mendapatkan programnya di radio Petra FM ini. Hal ini dapat dilihat dengan program mereka yang mereka buat dan siarkan serupa dengan komunitas kristiani beribadah yaitu di hari Minggu. Program secara penuh radio Petra FM siarkan di hari Minggu sejak pukul 04.30 WIB sampai dengan pukul 00.00 WIB. Kemudian di hari-hari biasa Senin sampai Sabtu yang masuk ke dalam daily program atau program untuk umum, program kristiani ada di saat pagi, siang dan malam hari. Tetapi untuk tetap mencirikan sebagai radio kristiani maka radio Petra menyisipkan program khotbah 5 menit dan kisah inspiratif di setiap sela-sela siaran program di radio Petra FM.

Melihat data di atas, radio Petra FM masih belum memiliki keberanian untuk memfokuskan seluruh kegiatannya kepada pendengar Kristiani saja. Hal ini terlihat dari siaran program yang radio Petra FM bagi menjadi dua yaitu untuk pendengar umum dan Kristiani. Padahal sejatinya radio Petra FM adalah radio dengan format religi namun pada pelaksanaannya radio Petra FM masih memberatkan program ke arah umum bukan ke program religi. Argument ini saya perkuat dengan melihat dari prosentase lagu dan program yaitu untuk umum 60% dan keagamaan 40%. Seharusnya jika memang ingin memilih segmen yang khusus tentu harus berani pula untuk menanggung seluruh resiko yang akan dihadapi oleh radio Petra FM

dengan meninggalkan segmentasi lain yang bukan menjadi segmentasi khusus radio. Justru dengan memilih segmentasi yang khusus ini akan memudahkan radio Petra FM untuk memenuhi seluruh kebutuhan pendengar mereka, dibandingkan dengan membagi segmentasi sehingga harus memikirkan kembali untuk membuat program lain yang sesuai dengan segmentasi lainnya.

5. Programming

Setiap radio tentu membutuhkan pendengar dan untuk mendapatkan pendengar tentu radio harus dapat memberikan kebutuhan pendengar sesuai dengan apa yang pendengar butuhkan. Agar pendengar tertarik dengan radio kita maka radio harus memiliki sesuatu yang menarik pula.

Oleh karena itu menurut Prayudha dalam buku dalam upaya pencapaian target pendengar tersebut diperlukan *programming* atau penataan acara yang merupakan sebuah proses mengatur program demi program termasuk penjadwalannya sehingga terbentuk stasiun format dengan tujuan menciptakan *image* stasiun penyiaran radio (Prayudha, 2005: 43).

Radio Petra FM sebelum merencanakan sebuah program radio Petra FM melakukan survey terlebih dahulu. Ini dilakukan sebagai upaya agar nantinya program yang dibuat sudah berdasarkan apa yang diinginkan dan menjadi kebutuhan pendengar radio Petra FM dan melihat perilaku pendengar di saat mendengarkan radio sehingga penjadwalan program dapat sesuai dengan sasaran pendengar yang dituju pada sebuah program.

Sedangkan Darmanto dalam Budi Sayogo dalam bukunya yang berjudul "Modul Program Siaran Radio", memaknai konsep *programming* sebagai komposisi dari berbagai acara yang diatur atau disusun dengan pola mozaik untuk waktu yang sesuai, sasaran atau audies beserta dengan kondisi objektifnya dan program tersebut harus diselenggarakan secara konsekuen dan teratur serta harus baik untuk disiarkan kepada khalyak (Sayogo, 1997: 9).

Visi dan misi radio Petra FM juga dijadikan sebagai pertimbangan di dalam membuat sebuah program diantaranya adalah dengan program-program yang ada di dalam radio Petra FM maka dapat membantu masyarakat Yogyakarta dalam hal ini umat kristiani supaya mereka cerdas dalam beragama. Sehingga dalam program yang ada di radio Petra sangat dihindari untuk mengandung unsur-unsur yang memunculkan perbedaan antar kelompok di dalam kristiani sendiri apalagi antar agama, karena sesuai dengan *tagline* radio Petra FM "*The Voice of Love and Peace*" yaitu menyuarakan kasih dan perdamaian sehingga membangun persatuan dan persaudaraan.

Berdasarkan data diatas radio memang di dalam setiap program yang dibuat merujuk dari apa yang ada di dalam visi dan misi sebuah radio. Sehingga harus ada korelasi yang tepat antara visi dan misi dengan program, agar program yang ada merupakan sebuah jawaban dari visi dan misi didirikannya sebuah radio.

Oleh karena itu radio Petra FM juga membagi program ke dalam 2 bagian sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Masduki dalam bukunya yang berjudul “Menjadi Broadcaster Profesional” yaitu program radio dibedakan ke dalam 2 bentuk (Masduki, 2004: 51) :

1) *On-air*, Produksi acara dilakukan secara langsung dari siaran ruangan, tanpa melalui tahap-tahap pengeditan dan penggabungan materi tertulis secara mekanis. Dengan kata lain acara-acara yang penyampaiannya melalui udara atau menggunakan stasiun radio itu sendiri sebagai medianya. Program radio Petra FM membuat program *on-air* mereka di dalam program *daily* mereka diantaranya Embun Pagi, *Fresh Morning*, Oase, Yu Jing, Zona UKDW, Inspirasi, *Family Time* dan Saat Teduh. Diantara program harian mereka ada empat program yang dijadikan sebagai program unggulan yang diharapkan dapat menarik pendengar radio Petra FM diantaranya ; *Fresh Morning*, Yu Jing, Inspirasi, dan *Family Time*. Daly programme ini adalah program yang diberikan untuk dapat dinikmati oleh pendengar umum radio Petra FM.

Namun dari program yang ada di radio Petra FM harus dibuat lebih menarik dan variatif tidak hanya sekedar memutar lagu dan berita-berita ringan yang disampaikan oleh penyiar tiap harinya. Harus bisa membuat inovasi program agar muncul program-program baru sehingga pendengar tidak merasa bosan karena dari awal berdirinya radio

sampai sekarang belum ada tambahan program-program yang baru

Harapan dengan program-program yang baru setidaknya dapat *merefresh* kejenuhan pendengar terhadap program-program yang ada sejak lama.

Selanjutnya program yang dibuat untuk menysasar dan mengimplementasikan format Religi Kristiani yaitu program disiarkan pada hari Minggu, diantaranya; *Fresh Sunday*, Mosaik Nusantara, Bintang Petra, Mimbar Petra, Madu Surgawi, Telaga, Suara Gejayan, Syallom Petra dan Kidung Panglipur.

- 2) *Off-air*, Produksi acara yang dilakukan di dalam ataupun di luar ruangan produksi yang meliputi sejumlah tahap sampai acara siap disiarkan. Dengan kata lain acara yang diselenggarakan radio melalui kegiatan yang bersifat lapangan atau mengandalkan komunikasi tatap muka antar pihak radio dengan pendengar. Banyak Kegiatan *off-air* yang dibuat radio Petra FM baik event bersama sponsor dan tidak.

Walaupun radio Petra FM berformat khusus Religi Kristiani namun di dalam mengadakan kegiatan *off-air* tidak hanya menysasar pendengar mereka yang kristiani namun banyak juga melakukan kegiatan *off-air* dengan agama lain, karena ini sesuai dengan *tagline* radio "*The Voice of Love and Peace*" seperti : KONICARE berbagi di hari Kartini, yaitu mendatangi ibu-ibu yang menderita sakit cukup parah. Donor Darah bersama Pundi Amal SCTV. Sepeda Ria Bersama Indosiar, Lomba Menyanyi di Malioboro Mall, *Public Speaking*, *Cooking Class* di Cahra Berta, *Dance and Singing* di panggung 16 Gunung dan masih

Radio Petra FM merasa perlu menyelenggarakan kegiatan *off-air* ini sebagai bentuk positioning radio kepada pendengar, karena radio Petra FM merupakan radio Religi Kristiani tentu mengadakan kegiatan yang mengarah kepada pendengar kristiani seperti kegiatan rutin tiap bulan sekali radio Petra FM lakukan bersama pendengar *loyal* mereka yang biasa disebut dengan Paguyuban Paperape yaitu acaranya berupa beribadah bersama, *sharing* dan ngobrol tujuannya adalah untuk semakin mendekatkan pendengar setia radio Petra FM kepada penyiar dan kru radio Petra. Kemudian kegiatan *off-air* lainnya Natal di Mall malioboro, Petra *Christmas Show* di Malioboro Mall, EDU HOLIDAY *Public Speaking* di radio Petra FM, mengadakan Imlek di Malioboro Mall, Launching Film Soegidja, *Public Speaking For Kids* bekerja sama dengan XINCONG Mandarin Education Center.

Melihat dari data di atas merupakan kegiatan *off-air* yang dilakukan oleh radio Petra FM sebagai bentuk untuk melakukan positioning pula. Jadi seharusnya radio Petra FM bisa lebih banyak melakukan kegiatan *off-air* mereka, karena berdasarkan data yang dilihat dari tahun 2012-2013 ada sekitar 6 kegiatan *off-air* yang dilakukan. Walaupun kegiatannya keagamaan tidak harus pada hari natal atau imlek saja. Bisa juga menjalin kerjasama, tidak harus institusi besar, bisa dengan kegiatan dikampus mengadakan acara tertentu dengan mahasiswa dan timbal-baliknya bagi radio adalah melakukan positioning dengan

memberikan *souvenir* atau memasang logo berupa bendera yang dipasang dalam kegiatan itu.

Untuk dapat melakukan proses dalam melaksanakan sebuah program atau memproduksi program dan penyajian siaran, maka perlu melakukan proses perencanaan agar program dapat berjalan dengan sempurna seperti apa yang dijelaskan oleh Effendi dalam buku "Radio Siaran Teori dan Praktek" berikut ini (Effendy, 1983: 119-121) :

1) Rencana Siaran Bulanan

Rencana siaran bulanan disusun hanya pada pada garis besarnya saja. Setiap mata siaran diberi warna untuk memudahkan peninjauan secara menyeluruh untuk selama sebulan. Jenisnya mata siaran ditentukan oleh staf siaran di dalam suatu pertemuan yang khusus untuk membahas kesempurnaan produksi siaran, meninjau kekurangan-kekurangan pada waktu yang sudah-sudah dan menetapkan hal-hal yang akan memuaskan para pendengar. Peninjauan terhadap produksi siaran ini biasanya dilakukan setiap tiga bulan sekali.

Radio Petra FM dalam melakukan kegiatan siarannya agar lebih terencana radio Petra membuat rencana siaran bulanan. Biasanya berisi aktivitas penyiaran meliputi program iklan dan jadwal penyiar, dan siaran bulanan ini juga biasanya dari apa yang telah dilakukan selama aktifitas siaran sebulan yang lalu dijadikan sebagai bahan evaluasi radio

Petra FM untuk memperbaiki dari segi penyiarannya ataupun dari kualitas

program itu sendiri yang berpengaruh terhadap jumlah pendengar radio Petra FM. kemudian jika ada pengiklan memasang iklan *bloking-time* juga dijadikan sebagai bahan untuk membuat rencana siaran bulanan. Kemudian jika akan mengadakan kegiatan *off-air* dalam rangka menyambut hari besar umat kristiani yaitu natal sebelumnya membuat rencana siaran bulanan juga.

2) Rencana Siaran Pekan (mingguan)

Rencan siaran pekan meliputi acara siaran untuk selama tujuh hari, dimulai hari Minggu dan diakhiri hari Sabtu. Acara ini merupakan penjabaran dari rencana siaran bulanan. Judul dan jenis serta penyelenggaraannya sudah dicantumkan karena segalanya sudah pasti. Demikian pula jelas dicantumkan apakah siaran hidup atau direkam sebelumnya.

Radio Petra FM tidak membuat rencana mingguan, karena dalam rencana bulanan saja dirasa sudah melingkupi atau mewakili rencana siaran pekan (mingguan). Rencana siaran mingguan lebih terlalu cepat dan terlalu kompleks membuat rencana mingguan yang terhitung hanya tujuh hari dan harus dieksekusi dalam tujuh hari pula.

Hal diatas menunjukkan bahwa kesulitan yang dihadapi radio Petra FM di dalam membuat rencana siaran mingguan. Seharusnya radio Petra FM bisa membuat rencana siaran mingguan agar rencana yang sudah ada dalam rencana bulanan bisa lebih diantimalkan lagi dengan

3) Rencana siaran Harian

Rencana siaran harian merupakan penjabaran dari rencana siaran pekan (mingguan), yang lengkap terperinci dari menit ke menit mulai dari pembukaan sampai penutup siaran. Rencana siaran harian merupakan naskah pegangan penyiar dan operator, sehingga produk siaran yang keluar dari pesawat radio di rumah-rumah pendengar merupakan hasil kerja sama dan prestasi bersama antara penyiar dan operator.

Radio Petra FM rencana siaran harian lebih mengarah kepada kesiapan penyiar untuk melakukan siaran berserta *crew* yang terlibat di dalam suatu program. Sedangkan untuk materi siaran radio Petra membebaskan kepada penyiar tentang tema apa yang akan dibicarakan di dalam siaran. Radio Petra tidak memberikan penentuan tentang tema apa yang harus dibahas, tapi untuk menghindari agar tema yang dibahas tidak bentrok atau dibahas kembali, maka setelah penyiar melakukan siaran diwajibkan bagi mereka untuk menulis di *logsiar* tema apa yang sudah dibahas dan ini menjadi patokan penyiar-penyiar untuk menentukan tema siaran mereka. Dalam siaran radio Petra FM hanya melibatkan penyiar saja tidak ada *crew* lain yang membantu. Jadi tidak ada koordinasi antara *crew* dan penyiar sesuai dengan pengertian rencana harian yang diungkapkan oleh Effendy.

Radio Petra juga membuat rencana siaran tahunan yang mencakup penjadwalan penyiar dan rencana siaran tahunan mengikuti

rencana tahunan terdahulu yang sudah dibuat sejak lama. Dibuat rencana siaran bulanan jika di dalam pembahasan evaluasi ada program tidak berjalan dengan baik dan ada sponsor yang ingin masuk ke dalam sebuah program, kemudian untuk sebulan kemudian dibuat rencana dari hasil rapat evaluasi bersama seluruh karyawan. Tapi jika tidak permasalahan rencana siaran tetap berjalan seperti jadwal terdahulu.

Dari ketiga rencana siaran yang dikatakan oleh Effendy radio Petra FM tidak sepenuhnya menjalankan tahapan yang harus dilakukan agar program dapat berjalan dengan lancar. Hanya membuat rencana siaran bulanan. Harusnya untuk terciptanya kegiatan penyiaran yang lebih terencana dan sistematis maka radio Petra FM harus bisa membuat rencana siaran yang lebih detail yaitu rencana mingguan dan hari. Tidak hanya rencana yang secara garis besarnya saja seperti rencana siaran bulanan bahkan tahunan. Jika terlalu general karyawan akan cenderung lebih lupa karena jaraknya yang jauh dibandingkan dengan rencana mingguan dan harian yang jarak