

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA

1. Perencanaan *Positioning* Bantul Radio 89,1 FM

Perencanaan sangat penting dalam mengkomunikasikan sebuah *positioning* perusahaan dalam hal ini Bantul Radio 89,1 FM. Banyaknya stasiun radio di Yogyakarta menandakan bahwa persaingan di industri penyiaran terutama radio ketat. Oleh karena itu stasiun radio berlomba-lomba menciptakan *image* yang dapat membedakan stasiun radionya dengan stasiun radio yang lain.

Untuk menjadi sebuah radio yang berkualitas, stasiun radio harus mengetahui kebutuhan pendengarnya, dengan cara memberikan suguhan program acara yang sesuai dengan khalayak pendengar atau segmennya. *Positioning* yang baik dalam pelaksanaannya tentu akan sangat berdampak kepada jumlah pendengar dan pengiklan yang berada di Bantul Radio 89,1 FM. Tidak dapat dipungkiri bahwa suatu media penyiaran tentu tidak dapat dipisahkan antara pendengar dan pengiklan. Kedua hal tersebut memiliki pengaruh besar terhadap perindustrian radio. Saat ini terdapat stasiun radio di Bantul yang format siaran dan segmennya sama dengan Bantul Radio yaitu Radio Persatuan 84,2 FM, dimana radio tersebut telah mendapat tempat di hati pendengarnya karena lebih dahulu berdiri dibandingkan dengan Bantul Radio 89,1 FM.

Bantul Radio 89,1 FM menunjukkan bahwa Bantul Radio 89,1 FM merupakan radio milik masyarakat Bantul dan sekitarnya dengan memberikan informasi – informasi yang berkaitan dengan situasi yang ada di Bantul dan sekitarnya. Dengan selalu menjaga kedekatan dengan pendengarnya melalui program-program *on air* yang interaktif dan melakukan kegiatan *off air*. Bantul Radio 89,1 FM ingin menjadi radio kebanggaan masyarakat Bantul.

Dalam melakukan *positioning*, terdapat langkah-langkah yang harus direncanakan terlebih dahulu agar apa yang dituju bisa dicapai sesuai yang diinginkan. Hal ini dilakukan agar Bantul Radio 89,1 FM bisa lebih mendapatkan pengakuan dari khalayak khususnya warga Bantul dan sekitarnya sebagai radio yang membanggakan bagi masyarakat Bantul. Selain itu bisa menjadi radio yang bisa memberikan sajian yang dibutuhkan oleh khalayak.

Perencanaan *positioning* Bantul Radio ditentukan dengan melakukan rapat bersama seluruh pemilik Bantul Radio, yang dihadiri oleh Bapak Bupati Idham Samawi dan beberapa pejabat daerah yang terkait. Pada rapat itu diputuskan *positioning* Bantul Radio sebagai radio yang mengangkat potensi daerah Bantul. Adapun proses perencanaan yang dilakukan Bantul Radio 89,1 FM seperti yang dikemukakan oleh Aan

selaku Manajer Siaran Bantul Radio 89,1 FM diantaranya :

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

Visi dan misi yang ditetapkan Bantul Radio 89,1 FM dengan tujuan agar dapat berjalan sesuai dengan fungsi Bantul Radio 89,1 FM yang telah ada, dimana visi dan misi yang dimiliki Bantul Radio 89,1 FM yaitu sebagai berikut:

Visi : Radio sebagai media komunikasi antara pemerintah dan masyarakat serta masyarakat dan masyarakat

Misi : 1) Memberikan pendidikan hiburan dan informasi kepada masyarakat secara berimbang.

2) Memotivasi peran aktif masyarakat untuk dapat mengambil peran dalam pembangunan dengan dasar kearifan lokal, sesuai dengan kapasitasnya.

3) Menyajikan beragam informasi positif, yang mendukung terciptanya rasa *handarbeni* terhadap segala kekayaan daerah yang ada.

4) Membantu program-program pemerintah dari berbagai badan dan dinas yang dapat disampaikan melalui media radio agar lebih efektif dan tepat guna.

5) Menjadikan radio dengan format "MEDIA KITA BERSAMA" benar-benar menjadi milik masyarakat

b. Menentukan segmentasi pasar.

Segmentasi pasar telah ditentukan diawal, yaitu saat rapat pembuatan stasiun Bantul Radio 89,1 FM oleh para staf dan pemilik Bantul Radio 89,1 FM. Segmentasi pasar dilakukan untuk mengetahui jumlah pendengar yang akan menjadi target *audience* dari Bantul Radio 89,1 FM. Untuk Bantul Radio 89,1 FM, dilihat dari segmentasinya, memiliki segmentasi dan format siaran yang sama dengan kompetitornya yaitu Radio Persatuan 84,2 FM. Hal ini membuat Bantul Radio 89,1 FM harus menciptakan program yang kreatif dan berbeda dibanding dengan pesaingnya. Berikut presentase segmentasi Bantul Radio 89,1 FM sesuai klasifikasinya masing-masing :

1) Usia : Dibawah 19 tahun	: 5 %	
25 – 24 tahun	: 15 %	
26 – 29 tahun	: 20 %	
30 – 34 tahun	: 15 %	
34 – 39 tahun	: 20 %	
40 tahun keatas	: 25 %	
2) Jenis kelamin : Laki – laki	: 45 %	
Perempuan	: 55 %	

SARJANA : 40 %

4) S.E.S: A : 5 % B : 25 %

C : 50 % D : 20 %

c. Menentukan Bahasa Siaran.

Bahasa siaran merupakan salah satu identitas dari sebuah stasiun radio. Dengan mendengarkan sekilas bahasa siaran yang digunakan penyiar saat siaran, pendengar bisa mengetahui stasiun radio apa yang sedang didengarkan. Begitu juga dengan Bantul Radio 89,1 FM, dengan menggunakan bahasa siaran yang khas yang berbeda dengan stasiun radio lain yaitu menggunakan campuran bahasa Indonesia dan Jawa sehari-hari yang tidak meninggalkan sopan santun menjadi ciri dari bahasa siaran Bantul Radio 89,1 FM.

Bahasa yang digunakan, merupakan bahasa sehari-hari bukan bahasa yang sering digunakan banyak radio yang pada umumnya berkiblat ke Jakarta, bahasa yang kami pakai adalah bahasa Indonesia ditambah bahasa pergaulan Jawa sehari-hari sehingga akan sangat akrab di telinga warga Bantul dan sekitarnya. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 12 April 2012)

d. Mengamati radio pesaing

Tahap selanjutnya adalah melakukan tahap pemantauan terhadap kompetitornya. Fungsinya adalah sebagai acuan dan juga gambaran bagi Bantul Radio 89,1 FM dalam proses pembuatan acara, agar hasil *output*-nya berbeda dan mempunyai ciri khas tersendiri dari radio kompetitornya. Ciri tersebut tentunya menjadi citra dalam

memperkenalkan Bantul Radio 89,1 FM sebagai radio masyarakat Bantul.

Bantul Radio merupakan radio yang paling cuek, paling enjoy, yang tidak pernah menganggap radio-radio lain sebagai pesaing, tetapi bantul radio menganggap mereka sebagai mitra. Bantul radio tidak pernah merasa tersaingi oleh siapapun, jika radio lain merasa tersaingi ya silakan. Tetapi bantul radio tidak pernah merasa punya pesaing, kita enjoy dan cuek. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 27 Februari 2013)

- e. Melakukan kerjasama dengan berbagai instansi dan penggunaan media lain selain radio.

Bantul Radio 89,1 FM tidak dapat berdiri seperti sekarang tanpa bantuan dari pihak pemerintah daerah Bantul yang telah membantu dalam mengurus perizinan dan pembuatan stasiun Bantul Radio.

Semua perizinan sudah selesai. waktu itu diresmikan secara langsung oleh Bupati Bantul sendiri yaitu Bapak Idham Samawi. Beberapa pejabat pemerintah daerah juga hadir pada saat peresmian. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 12 April 2012)

Hubungan kerjasama dengan instansi-instansi pemerintahan sebagai narasumber acara *talk show* serta dalam rangka mempromosikan kegiatan-kegiatan yang sedang dijalankan menggunakan Bantul Radio 89,1 FM. Kerjasama dengan instansi-instansi pemerintahan sebagai narasumber seperti SKBP, Kecamatan-kecamatan Di Bantul, Dinas Pariwisata, dan Hukum DIY.

Pemerintah daerah setiap hari mengadakan *talk show* di Bantul Radio bergantian sesuai undangan yang diberikan oleh Bantul

Radio seperti SKBP mengambil *talk show* di Bantul Radio. Seperti promosi yang dilakukan kecamatan, kecamatan bisa mempromosikan potensi lokal mereka mulai dari wisata, budaya, ekonomi. Kalau dari Dinas Pariwisata pun begitu juga. Bagian hukum juga beberapa kali promosi membuat pelayanan masyarakat disini. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 12 April 2012)

Sedangkan kerjasama Bantul Radio 89,1 FM dengan media lain yaitu dengan KR Group, kerjasama yang dilakukan tidak hanya dalam hal promosi untuk memperkenalkan Bantul Radio 89,1 FM tetapi juga sebagai *media partner* dan terkadang berbagai berita terkini yang terjadi di Bantul dan sekitarnya.

Bantul Radio menjalin kerjasama dengan KR Group. Bantul Radio menggunakan *streaming*, dan Bantul Radio juga membuat iklan lokal yaitu iklan tentang bantul radio sendiri dan kerjasama sebagai *media partner* saat ada *event-event*. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 27 Februari 2013)

Media penyiaran saat ini menjadi peluang bisnis dengan kompetisi yang saat ketat. Peluang yang dimanfaatkan oleh radio untuk mempengaruhi audien dalam memperoleh informasi maupun hiburan. Hal-hal tersebut yang menyebabkan stasiun radio harus menjalani strategi yang baik untuk membawa perusahaannya terus bergerak maju ke depan dalam menghadapi persaingan yang terjadi. Bantul Radio 89,1 FM merupakan radio milik masyarakat Bantul dan sekitarnya yang sudah berdiri sejak tahun 2008 di Bantul dan dengan segmentasi keluarga.

Adapun konsep STPEP dalam pembentukan *positioning* Bantul

a. Segmentasi

Setiap radio perlu menentukan siapa segmen pendengarnya. Dengan demikian pengelola radio dapat memahami pendengarnya dan dapat menentukan bagaimana menjangkau pendengarnya, program acara apa yang dibutuhkan dan diinginkan serta bagaimana mempertahankan pendengarnya dari radio pesaing. Bantul Radio 89,1 FM membidik pendengar yakni keluarga, seluruh masyarakat Bantul dan sekitarnya yang terdiri dari berbagai umur, pekerjaan dan etnis.

Segmentasi yang dipilih adalah keluarga (*family*) yang bisa merupakan pekerja, ibu rumah tangga, kariawan, guru, PNS, bahkan sampai pengusaha. Mulai dari anak-anak, mereka tahu gojekan bantul. Dari warung pinggir jalan sampai kalangan dosen di UGM dan kalangan etnis Tionghua di Kranggan banyak memberi masukan tentang siaran Bantul Radio. Padahal Bantul Radio itu terletak di Bantul bukan di Jogja. Pendengar kita adalah masyarakat Yogyakarta atau orang yang menyukai dan peduli budaya Jawa. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 27 Februari 2013)

b. Targeting

Targeting sangat berhubungan dengan pasar yang dituju stasiun radio dalam menjual produknya yaitu berupa jasa hiburan dan informasi. Target pendengar berdasarkan dari presentase segmentasi yang ditentukan oleh Bantul Radio 89,1 FM adalah masyarakat Bantul dan sekitarnya yang berusia 40 tahun keatas dengan golongan menengah dan menengah kebawah. Dalam presentase segmentasi usia 40 tahun keatas memiliki presentase sebanyak 25% dan golongan C (menengah) memiliki presentase sebanyak 50%. (Data Company Profile Bantul Radio 89,1 FM)

c. *Positioning*

Positioning merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk membangun citra dari Bantul Radio 89,1 FM yang ingin ditawarkan kepada pendengar dan calon pengiklan, agar berhasil memperoleh posisi yang jelas dan mengandung arti dalam benak sasaran.

Positioning sangat penting karena akan mempermudah membedakan stasiun radio. *Positioning* adalah *brand image* (semacam merek). Untuk itu Bantul Radio mencoba dengan sekali orang mendengarkan yang disebut dengan *ear catching* dengan pola dan gaya siaran, pemilihan bahasa, gurauan, pemilihan lagu, dan dengan stasiun *identity* yang dipakai dapat menggambarkan bahwa ini adalah Bantul Radio dalam sekali dengar. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 27 Februari 2013)

Dengan melakukan *positioning*, Bantul Radio 89,1 FM ingin menampilkan *brand image* atau citra radio sebagai radio masyarakat Bantul dan sekitarnya kepada pendengar agar pendengar dapat mengenal, membedakan bahkan sampai akrab dengan Bantul Radio 89,1 FM dibandingkan dengan radio yang lain. Radio masyarakat Bantul sendiri berarti Radio yang dapat mewakili dan dapat menjadi jembatan informasi bagi masyarakat Bantul dan sekitarnya.

Bantul memiliki media sendiri yang pada saat itu bisa menjadi jembatan informasi bagi pemerintah daerah dengan warga masyarakat, sekaligus interaksi bagi masyarakat untuk menyampaikan gagasan-gagasannya dan potensi - potensi wilayahnya secara proporsional. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 27 Februari 2013)

d. *Formating*

Format siaran dapat diartikan sebagai bentuk kepribadian atau identitas suatu stasiun radio sebagaimana tercermin dalam program siarannya serta menjadi pembeda dengan stasiun radio lainnya. Format siaran menjadikan stasiun radio diakui eksistensinya dan memiliki penggemar yang khas.

Format dari acara yang disuguhkan oleh Bantul Radio 89,1 FM adalah informasi dan hiburan. Setiap saat Bantul Radio 89,1 FM memberikan informasi berupa berita (*news*) yang terjadi di Bantul dan sekitarnya hingga berita-berita nasional yang diselengi dengan musik yang *easy listening/ Midel of the Road* (MOR) berupa lagu Indonesia dan mancanegara. Sedangkan saat-saat tertentu, Bantul Radio 89,1 FM juga menyiarkan lagu Campursri dan Pop Jawa serta lagu-lagu Langgam dan Keroncong.

Bantul Radio menginformasikan Bantul dan Yogyakarta yang kita implementasikan dalam program sedangkan dari musik Bantul Radio memilih yang *easy listening/Midel of the Road* (MOR) istilahnya musik yang ibaratnya enak didengarkan pada saat mengendarai kendaraan dan bekerja tidak terlalu bising, bitnya tetap ada, tidak terlalu *slow*. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 12 April 2012)

e. *Programming*

Programming merupakan aktifitas dari departemen program, yaitu proses mengatur program demi program seperti proses penjadwalan agar sesuai dengan format stasiun radio tersebut. Dalam menentukan program siaran sebuah stasiun radio harus

mempertimbangkan siapa yang akan menjadi segmen pendengar. Bantul Radio 89,1 FM menyasar masyarakat menengah, dimana cenderung memiliki *loyalitas* yang cukup dan hal itu sangat berpengaruh akan berkelanjutannya hidup stasiun radio.

Walaupun target *positioning*-nya menengah bawah dan menengah A, B, C, dan D. Jadi lebih banyak ke kalangan menengah masuk dari *positioning* Bantul Radio. (Hasil wawancara dengan Mas Edo, Penyiar Bantul Radio, tanggal 12 April 2012)

2. Implementasi *Positioning* Bantul Radio 89,1 FM

Seperti hasil wawancara dengan pihak Bantul Radio 89,1 FM, Bantul Radio 89,1 FM menggunakan beberapa perwujudan *positioning* yang digunakan agar lebih dikenal oleh masyarakat Bantul dan sekitarnya sebagai radio kebanggaan masyarakat Bantul, diantaranya adalah melalui:

a. *Station call*

Station call merupakan identitas dari suatu radio. Pemilihan nama "Bantul Radio" memiliki alasan untuk menumbuhkan kebanggaan masyarakat terhadap Bantul.

Dahulu orang seringkali *underestimate* terhadap kata "Bantul" seakan-akan "Bantul" itu sangat terbelakang. Dahulu orang melihat Bantul dengan gojekan yang merendahkan seperti "oh, bola-bali wong Bantul" yang mengisyaratkan bahwa orang Bantul itu berarti desa banget. Sekarang coba kita balik, kita harus bangga punya Bantul, karena Bantul merupakan sesuatu yang bisa kita banggakan. Seperti orang-orang membanggakan Kota Jogja, Bantul juga bisa dibanggakan karena kultur masyarakatnya, keseniannya, banyak sekali kesenian di daerah ini, Bantul memiliki banyak sekali pengerajin *souvenir*, *hendycraf*, dan batik yang terkenal di Bantul. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 27 Februari

b. *Slogan*

Slogan Bantul Radio 89,1 FM adalah “Media Kita Bersama” sesuai dengan tujuan Bantul Radio 89,1 FM agar dapat diterima oleh masyarakat Bantul dan sekitarnya yang terdiri dari berbagai umur, pekerjaan, agama dan etnis. Sesuai dengan niat awal didirikannya Bantul Radio 89,1 FM, yaitu Bantul Radio 89,1 FM dapat diterima oleh semua kalangan yang tidak menimbulkan eksklusifisme tetapi benar-benar pluralis. Radio yang memegang asas Bineka Tunggal Ika.

Tagline adalah slogan yang menjiwai semuanya, jadi radio ini bisa diterima oleh semua orang. Alasan mengapa mengambil tagline “Media Kita Bersama” karena segmentasi yang dipilih adalah keluarga (*family*) yang bisa merupakan pekerja, ibu rumah tangga, kariawan, guru, PNS, bahkan sampai pengusaha. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 12 April 2012)

c. *Logo*

Logo dari Bantul Radio 89,1 FM cukup *simple* tetapi *eye catching* sehingga mudah diingat. Terdapat beberapa bagian dalam logo Bantul Radio 89,1 FM, yaitu tulisan “Bantul Radio” sebagai nama dari stasiun radio, 89,1 FM sebagai *channel* frekuensi dari Bantul Radio yang berada di dalam *elips* tidak penuh yang diisyaratkan sebagai anak panah yang menuju ke kanan dapat pula mengandung arti dinamis karena Bantul Radio 89,1 FM merupakan stasiun radio yang selalu berkembang.

Saat awal dibuat, logo Bantul Radio menggunakan “b” kecil, sekarang ditegaskan dengan “B” kapital. “B” kapital dapat menandakan bahwa Bantul Radio lebih percaya diri sedangkan

lambang busur ke arah kanan melambangkan arah yang dinamis yang membuat Bantul Radio terus bergerak maju. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 27 Februari 2013)



Gambar 3.1. Logo Bantul Radio 89,1 FM

d. Bahasa siaran

Bahasa siaran yang digunakan di setiap siaran Bantul Radio 89,1 FM adalah campuran Bahasa Jawa sehari-hari sebagai bahasa daerah dengan Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional.

Bantul Radio tidak menggunakan kata-kata klise, contoh yang sering terjadi saat pendengar meminta diputarkan lagu, jika lagu tersebut tidak dapat terputar, penyiar Bantul Radio tidak akan menggunakan kata-kata yang dapat mengkamufase bahwa lagu tersebut tidak bisa diputar, jika kita tidak memiliki lagu tersebut maka kita langsung bilang tidak punya. (Hasil wawancara dengan Mas Edo, Penyiar Bantul Radio, tanggal 27 Februari 2013)

e. Panggilan pendengar

Bantul Radio 89,1 FM memilih “Sahabat Pendengar” sebagai nama panggilan untuk pendengarnya. Dengan panggilan “Sahabat Pendengar” membuat Bantul Radio 89,1 FM menjadi lebih akrab dengan pendengarnya.

Kita mencoba mengakrabkan diri dengan pendengar dan membuat mereka merasa *homy* karena kita memang tidak ada jarak. Jadi Bantul Radio sangat menjaga kedekatan antara penyiar

dan pendengar. (Hasil wawancara dengan Mas Edo, Penyiar Bantul Radio, tanggal 12 April 2012)

f. Program Unggulan

Bantul Radio 89,1 FM memiliki beberapa program acara yang menjadi program unggulan. Program unggulan dilihat dari respon pendengar pada acara-acara tersebut. Respon pendengar dilihat dari banyaknya telepon dan SMS yang masuk. Program acara unggulan Bantul Radio 89,1 FM adalah Ngelaras Roso, KPR (Koes Plus by *Request*), Larut Senja dan Bursaneka.

Acara unggulan yang pertama itu Ngelaras Roso kemudian ada KPR (Koes Plus by *Request*), kalau program yang setiap hari itu program yang jam lima dan jam tiga yaitu Larut Senja dan Bursaneka. (Hasil wawancara dengan Mas Edo, Penyiar Bantul Radio, tanggal 01 Juli 2013)

Strategi *positioning* yang digunakan Bantul Radio 89,1 FM untuk memberikan ciri khas terhadap sebuah stasiun radio, yang mana ciri khas tersebut dapat menjadi keunggulan Bantul Radio 89,1 FM dari stasiun radio lainnya. Selain itu, Bantul Radio 89,1 FM melakukan strategi *positioning* lebih mendalam ke setiap komponen stasiun yakni melalui program acara *on air* dan *off air*, materi siaran, pemilihan penyiar dan kegiatan promosi.

a. Implementasi *positioning* dalam program acara

Stasiun radio saat ini menjadi sebuah industri yang menempatkan diri dalam persaingan bisnis demi memperoleh keuntungan komersial dan demi kelangsungan hidupnya semakin

program acara banyak didengar atau semakin tinggi *rating* program acara tersebut, maka semakin banyak pula pengiklan yang ingin produknya dipromosikan dalam acara tersebut. Program acara merupakan salah satu upaya untuk menarik pendengar yang merupakan bagian dari strategi *positioning*. Bantul Radio 89,1 FM melakukannya melalui program *on air* dan *off air*.

1) Program *On Air*

Program siaran yang ada di Bantul Radio 89,1 FM memang dibuat beragam dan memprioritaskan Informasi dan hiburan. Hal ini dilakukan Bantul Radio 89,1 FM untuk menyesuaikan dengan segmentasi audiens yang dimiliki Bantul Radio 89,1 FM yaitu keluarga (*family*) yang terdiri dari berbagai tingkatan usia dan pekerjaan.

a) Program acara khas

Program acara khas dapat menjadi identitas Bantul Radio 89,1 FM, seperti program hiburan Goban (Gojekan Bantul). Goban selalu disiarkan setiap jam di Bantul Radio 89,1 FM. Goban dapat dinikmati dimenit 40 - 45, Goban merupakan humor sehari-hari khas Jawa yang diangkat dari kehidupan sehari-hari dengan durasi 2 - 6 menit. Humor yang ditampilkan di Goban tidak hanya hasil kreasi dari pengurus Bantul Radio 89,1 FM, tetapi ada juga humor-humor yang berasal dari kiriman pendengar. Begitu khasnya Goban

sebagai salah satu program di Bantul Radio 89,1 FM menjadi program yang dinantikan-nantikan oleh pendengar.

b) Program acara unggulan

Setiap tiga bulan sekali program acara Bantul Radio 89,1 FM selalu berubah. Itu semua tergantung dari respon yang diterima dari masyarakat. Jadi pada dasarnya program-program acara yang dapat bertahan lama merupakan program-program acara unggulan yang selalu diminati oleh pendengar.

Acara unggulan yang pertama itu Ngelaras Roso kemudian ada KPR (Koes Plus by Request), kalau program yang setiap hari itu program yang jam lima dan jam tiga yaitu Larut Senja dan Bursaneka. (Hasil wawancara dengan Mas Edo, Penyiar Bantul Radio, tanggal 01 Juli 2013)

(1) Ngelaras Roso

Program acara Ngelaras Roso di Bantul Radio 89,1 FM diadakan dua kali dalam setiap minggu yaitu pada hari Kamis pukul 21.00 – 24.00 dan Minggu pukul 15.00 – 17.00. Untuk membedakan acara Ngelaras Roso yang ditayangkan pada hari Kamis dan Minggu maka pada acara Ngelaras Roso di hari Minggu ditambahkan kata “Minggu” di belakang nama acaranya sehingga menjadi Ngelaras Roso Minggu. Adapun konten yang ditayangkan di hari Kamis dan Minggu tetap sama hanya

namanya saja yang sedikit berbeda. Pada acara ini pendengar dapat meminta diputarkan lagu Campursari dan Pop Jawa dengan cara telepon ataupun dengan SMS (*Short Message Service*) ke Bantul Radio pada saat siaran.

(2) KPR (*Koes Plus by Request*)

Program acara KPR hanya disiarkan sekali dalam seminggu yaitu pada hari minggu pukul 12.00 – 15.00 atau sebelum acara Ngelaras Roso Minggu. Sesuai dengan nama acaranya, pendengar dapat meminta untuk diputarkan lagu – lagu Koes Plus pada acara ini. Tentu saja pendengar yang meminta diputarkan lagu Koes Plus kesayangannya harus menghubungi Bantul Radio 89,1 FM dengan cara telepon, SMS, ataupun datang langsung ke Bantul Radio 89,1 FM.

(3) Larut Senja ...

Program acara Larut Senja disiarkan setiap hari selama tujuh hari dalam satu minggu pada pukul 17.00 – 19.00. Larut Senja menayangkan lagu-lagu Indonesia lama pilihan pendengar. Seperti acara interaktif lainnya, pendengar dapat memilih lagu-lagu Indonesia lama yang ingin mereka dengarkan di radio dengan menghubungi

Bantul Radio 89,1 FM menggunakan telepon, SMS dan datang langsung.

(4) Bursaneka

Program acara Bursaneka merupakan acara *news bulletin* siang tentang bursa barang, jasa dan usaha UMKM DIY yang disiarkan setiap hari Senin hingga Sabtu pukul 15.00 – 17.00. Bagi usahawan dan ushawati yang ingin usahanya lebih dikenal luas dengan gratis dapat menginformasikan usahanya melalui acara Bursaneka dan bagi perorangan yang ingin menjual atau membeli sesuatu juga bisa mengikuti acara ini. Mereka dapat menginformasikan dengan telepon atau SMS ke Bantul Radio. Selain disiarkan langsung, terdapat juga grup *facebook* dari Bursaneka.



Gambar 3.2 Tampilan Facebook Group Bursaneka

Bantul Radio 89,1 FM

2) Program *Off Air*

Bantul Radio 89,1 FM melakukan kegiatan *off air* seperti stasiun radio lain baik yang dilakukan secara rutin dan disaat *event-event* tertentu. Kegiatan *off air* Bantul Radio 89,1 FM yang dilakukan secara rutin yaitu setiap empat bulan sekali mengadakan audisi penyiar remaja dari siswa SMA sampai mahasiswa semester awal.

Selain itu Bantul Radio 89,1 FM sering mengadakan acara *off air* yang dilakukan pada saat *event-event* tertentu dengan bekerjasama oleh pihak-pihak lain seperti melakukan gala *event* Gebrak Dangdut Sarimi, Bantul Radio 89,1 FM tidak menyiarkan dangdut tetapi hanya sebagai acara *off air* untuk mendekatkan Bantul Radio 89,1 FM dengan pendengar dan warga sekitar. Sebelumnya Bantul Radio bekerja sama dengan Indofood untuk mengadakan Nonton Bersama Perayaan Piala Dunia yang diadakan di Pasar Seni Gabusan, pada acara tersebut, satu kota hanya di tunjuk satu stasiun radio. Bantul Radio 89,1 FM terkadang mengadakan acara *off air* jumpa pendengar yang diadakan di luar studio Bantul Radio 89,1 FM



Gambar 3.3 Jumpa Pendengar Bantul Radio 89,1 FM di Restoran Bamboo

b. Implementasi *positioning* dalam Materi siaran

Materi siaran Bantul Radio 89,1 FM dipersiapkan oleh setiap penyiar program acara. Produser acara tidak memberikan batasan kepada penyiar terhadap isi dari materi siaran namun penyiar tidak boleh keluar dari peraturan-peraturan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Materi siaran, penyiar yang menyiapkannya sendiri yang penting sudah ada rambu-rambunya. Acaranya ini, pasar *audience* mu ini, misalnya jam 12 siang karyawan dewasa jam 12 siang sampe jam 3 itu untuk dewasa, dewasa *family* karyawan, pekerja yang sedang rehat, jadi lagunya lebih beragam, banyak Baratnya dan Indonesia di bawah tahun 2000. Untuk musik yang diputar di Bantul Radio adalah yang pernah populer. (Hasil wawancara dengan Mas Edo, Penyiar Bantul Radio, tanggal 01 Juli 2013)

c. Implementasi *positioning* dalam Pemilihan penyiar

Pemilihan penyiar di Bantul Radio 89,1 FM memiliki beberapa kriteria yaitu mencintai budaya Jawa terutama budaya yang ada di Bantul, selain itu cerdas karena penyiar yang cerdas dapat mengatur

kelancaran acaranya jika terdapat masalah yang tidak diinginkan di

tengah berlangsungnya acara. Penyiar yang cerdas dapat memikirkan solusi dengan cepat agar acaranya tetap berjalan. Kemudian tidak berlebih-lebihan dan selalu menjaga tutur krama dalam berbicara.

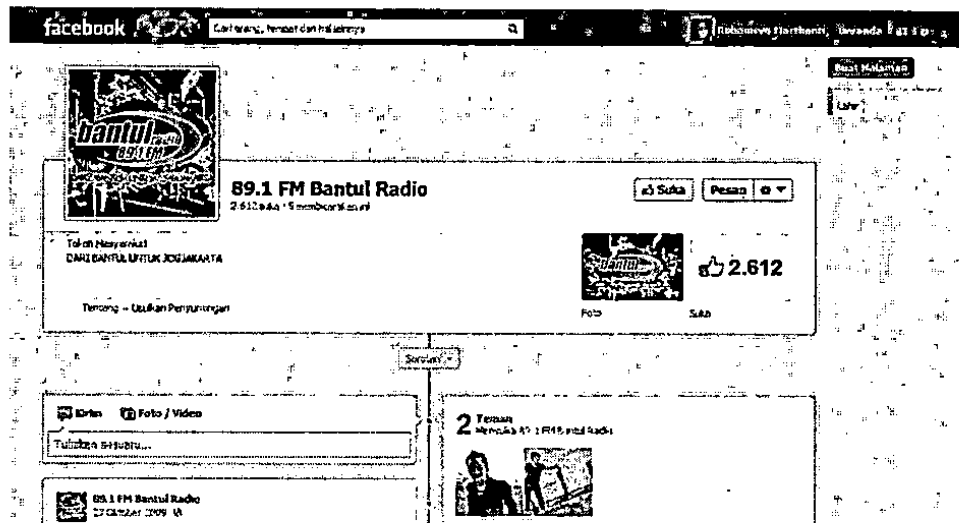
Kriteria khusus untuk pemilihan peyiar yaitu cinta budaya Jawa, punya ketertarikan terhadap kultur Jawa terutama Jogja, yang jelas bisa ngomong kemudian *smart* terus tidak lebai dan santun dalam bertutur. (Hasil wawancara dengan Mas Edo, Penyiar Bantul Radio, tanggal 01 Juli 2013)

d. Implementasi *positioning* dalam Kegiatan promosi

Bantul Radio 89,1 FM cukup aktif dalam kegiatan promosinya. Beberapa media promosi yang mendukung dalam kegiatan *positioning* Bantul Radio 89,1 FM antara lain berupa *sponsorship*, *official website*, jejaring sosial, serta kerjasama dengan pihak media lain selain radio.

Bantul Radio 89,1 FM menggunakan berbagai cara dalam melakukan kegiatan promosinya. Mulai dari yang sederhana yaitu menggunakan stiker dan *company profile* yang diberikan kepada pendengar ataupun orang yang berkunjung ke Bantul Radio 89,1 FM. Selain itu, Bantul Radio 89,1 FM juga memiliki *official website* yaitu www.bantulradio.com yang dilengkapi dengan *streaming* langsung siaran Bantul Radio 89,1 FM, akun *facebook* dan juga group *facebook* khusus untuk acara Bursaneka yang saat ini sudah memiliki lebih dari 17 ribu anggota. Selain dari *official website* Bantul Radio 89,1 FM, *streaming* siaran Bantul Radio 89,1 FM juga dapat dinikmati di situs

khusus untuk *streaming* bersamaan dengan radio radio lainnya



Gambar 3.4 Tampilan *Facebook* Bantul Radio 89,1 FM



Gambar 3.5 Tampilan *Official Website* Bantul Radio 89,1 FM

3. Evaluasi *Positioning* Bantul Radio 89,1 FM

Setelah melakukan tahapan demi tahapan perencanaan, maka Bantul Radio 89,1 FM mengadakan evaluasi guna membahas mengenai perencanaan dan pelaksanaan program yang telah diadakan oleh Bantul Radio 89,1 FM. Bantul Radio 89,1 FM melakukan evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi kesalahan baik untuk penyiar, program acara maupun bagian *marketing*, sekaligus menjadi sebuah instropeksi bagi Bantul Radio 89,1 FM agar kedepannya bisa lebih baik. Bantul Radio

89,1 FM melakukan beberapa kali evaluasi, yaitu evaluasi yang dilakukan pada saat rapat intim yang diadakan enam bulan sekali, lalu ada juga evaluasi dalam rapat program yang diadakan tiga bulan sekali selain itu hampir setiap saat Bantul Radio 89,1 FM melakukan evaluasi yang berkaitan dengan acara yang sedang berlangsung.

Paling enggak enam bulan sekali mengadakan rapat, yang intim. Kalo diluar itu setiap saat pasti selalu ada evaluasi yang berkaitan dengan acara. Kalo yang khusus acara itu setiap tiga bulan sekali kita melihat acara ini epektif gak, kalau epektif kita siarkan lagi. (Hasil wawancara dengan Mas Aan, Manajer Siaran dan Penyiar Bantul Radio, tanggal 12 April 2012)

Rapat intim dilakukan untuk membahas seluruh divisi yang ada di Bantul Radio 89,1 FM. Rapat ini dihadiri tidak hanya oleh kariawan Bantul Radio 89,1 FM yang memiliki tanggung jawab di setiap divisi tetapi juga oleh orang-orang selaku pemegang saham Bantul Radio dan perwakilan dari PT Aneka Darma sebagai perusahaan yang mengrusi pendanaan Bantul Radio 89,1 FM.

Setiap tiga bulan sekali pengurus dari Bantul Radio 89,1 FM melakukan rapat tentang program acara yang disiarkan oleh Bantul Radio 89,1 FM. Pada rapat tersebut dilihat apakah program acara tersebut layak untuk dilanjutkan atau tidak. Terdapat beberpa kriteria untuk menentukan kelayakan program acara. Acara tersebut mendapatkan simpati dan apresiasi dari pendengar yang dapat dilihat dar banyaknya telepon dan SMS yang masuk ke Bantul Radio 89,1 FM. Kemudian dalam proses

terdapat beberapa acara yang mendapatkan respon pendengar yang baik tapi dalam proses produksi program tersebut sangat beresiko tidak hanya bagi Bantul Radio 89,1 FM sebagai media, tetapi juga reporter sebagai orang yang menguak informasi ke media.

Dalam melakukan semua kegiatan *positioning* sebuah stasiun radio pasti menemukan faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam menjalankannya. Begitu pula Bantul Radio 89,1 FM dalam melakukan *positioningnya*, menemui faktor pendukung yang diantaranya terdapat dukungan dari pemerintah daerah sehingga Bantul Radio 89,1 FM dapat bersiaran di Bantul. Pendengar yang kooperatif terhadap setiap program acara yang disiarkan di Bantul Radio 89,1 FM baik berupa kritik dan saran serta dukungan langsung kepada penyiar, karena tanpa dukungan pendengar program acara di Bantul Radio 89,1 FM tidak akan bisa bertahan lama. Selain itu dengan jangkauan siaran yang luas yaitu mencakup daerah Bantul dan sekitarnya seperti Jogja Kota, Sleman, Kulonprogo, Gunungkidul, Klaten, Muntilan dan Magelang.

Faktor penghambat yang dialami oleh Bantul Radio 89,1 FM tidak berbeda dengan yang dialami radio yang lain yaitu masalah terlalu banyaknya jumlah radio dan media lain yang berada Di Yogyakarta. Sehingga mau tidak mau Bantul Radio 89,1 FM harus ikut berebut kue

4. ANALISIS DATA

1. Penerapan Konsep STPPF Oleh Bantul Radio 89,1 FM

Keberhasilan sebuah stasiun radio tentunya tidak terlepas dari loyalitas pendengarnya. Sebuah stasiun radio dikatakan baik, apabila khalayak pendengarnya mampu bertahan dalam mendengarkan siaran yang diberikan, maka dari itu diperlukannya sebuah strategi. *Positioning* merupakan strategi stasiun radio yang bertujuan untuk memperkenalkan, mempromosikan sebuah stasiun radio dan menciptakan *image* kepada khalayak pendengar. *Positioning* dapat diperoleh melalui beberapa tahapan konsep STPPF.

a. Segmentasi Bantul Radio 89,1 FM

Sebuah stasiun radio perlu melakukan segmentasi pendengar agar mengetahui kelompok apa saja yang menjadi sasaran. Segmentasi juga dilakukan agar dapat memberikan sajian sesuai dengan apa yang dibutuhkan pendengar. Segmentasi merupakan hal penting yang harus dilakukan, karena dengan adanya segmentasi maka stasiun radio tersebut dapat dengan mudah membidik pendengrnya. Dengan memahami pendengarnya, maka praktisi penyiaran dapat menentukan bagaimana cara menjangkanya, program apa yang dibutuhkan, dan bagaimana mempertahankan audien dari program pesaing.

Seperti yang dijelaskan oleh Darmanto (1998:9) dalam menentukan segmentasi dapat dilakukan melalui identifikasi target

pendengar berdasarkan beberapa aspek diantaranya adalah geografis, demografi, psikografi dan sosiokultural.

1) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan aspek geografis.

Segmentasi geografis adalah segmentasi dimana audien dibedakan berdasarkan konsumen dibeda-bedakan berdasarkan wilayah, tempat, dan iklim. Dilihat dari sisi segmentasi geografisnya, Bantul Radio 89,1 FM mengutamakan daerah Bantul sebagai cakupannya. Hal ini sudah sesuai dengan keinginan Bantul Radio 89,1 FM sebagai radio masyarakat Bantul dimana masyarakatnya berpendapatan dari bertani, membuat keajinan dan berwirausaha. Namun jika dilihat dari jangkauan siaran dari Bantul Radio 89,1 FM, tidak hanya daerah Bantul tetapi juga sekitarnya seperti Jogja Kota, Sleman, Kulonprogo, Gunungkidul, Klaten, Muntilan, dan Magelang dimana selagi masih berada di sekitar DIY dan Jawa Tengah maka kebiasaan dari masyarakatnya tidak terlalu berbeda.

Jangkuan siaran tersebut, dapat menjadi keuntungan bagi Bantul Radio 89,1 FM yang tidak hanya dapat mempromosikan Bantul lebih luas tetapi juga dapat memperluas pasar untuk meningkatkan keuntungan bagi Bantul Radio 89,1 FM sendiri.

Namun Bantul Radio 89,1 FM harus tetap mengutamakan Bantul sebagai daerah yang sering diinformasikan agar tidak melenceng

dari kesepakatan awal bahwa Bantul Radio 89,1 FM merupakan radio masyarakat Bantul.

2) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan demografi.

Segmentasi audien yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, sirkus hidup, SES, suku, usia, ras, agama. Dari sisi segmentasi demografi, Segmentasi yang dilakukan Bantul Radio 89,1 FM meliputi jenis kelamin dengan prsentase laki-laki sebanyak 45% dan prsentase perempuan sebanyak 55%. Dari jenis kelamain lebih ditargetkan kepada peremuan karena perempuan dikenal lebih konsumtif dibandingkan dengan laki-laki. Ini sudah sesuai karena Bantul Radio 89,1 FM merupakan radio komersial yang bertujuan unuk menarik keuntungan sebesar-besarnya.

Dilihat dari usianya, Bantul Radio 89,1 FM menentukan usia dibawah 19 tahun memiliki prsentase sebanyak 5%, usia 20 tahun sampai 24 tahun memiliki prsentase sebanyak 15%, usia 25 tahun sampai 29 tahun memiliki prsentase sebanyak 20%, usia 30 tahun sampai 34 tahun memiliki prsentase sebanyak 15%, usia 35 tahun sampai 39 tahun memiliki presentase sebanyak 20%, dan usia 40 tahun keatas memiliki presentase sebnyak 25%.

Sedangkan unuk SES dibagi prsentasenya menjadi 5% unuk A (Menengah keatas), 25% unuk B (mengengah), 50%

1. C (menengah kebawah) dan 20% unuk D (kebawah)

Adapun untuk presentasi berdasarkan tingkat pendidikan 5% bagi pendidikan SMP, 25% bagi pendidikan SMA, 30% bagi pendidikan diploma dan 40% bagi pendidikan sarjana.

3) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan psikografis.

Segmentasi psikografis adalah berupa sikap dan kegemaran spesifik khalayak seperti gaya hidup, nilai yang dianut, dan kepribadian. Segmentasi yang dilakukan Bantul Radio 89,1 FM menurut psikografis sesuai dengan nilai yang dianut oleh masyarakat Bantul dan sekitarnya yaitu nilai kesopanan. Bantul Radio 89,1 FM selalu menjaga kesopanan di setiap siarannya.

4) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan aspek sosiokultural.

Segmentasi sosiokultural adalah klasifikasi audien berdasarkan budaya yang dianutnya. Segmentasi yang dilakukan oleh Bantul Radio 89,1 FM berdasarkan aspek sosiokultural adalah Bantul Radio 89,1 FM mengutamakan pendengar yang menyukai Budaya Jawa seperti kebiasaan sehari-hari masyarakat Bantul.

Peneliti menganalisis bahwa Bantul Radio 89,1 FM sudah melaksanakan tentang bagaimana cara dalam membidik pendengar dengan mengelompokkan data pendengar (*segmentasi*) meskipun belum sempurna. Bantul Radio 89,1 FM belum memilah pendengar berdasarkan pekerjaan yang digeluti oleh masyarakatnya Bantul

Masyarakat Bantul memiliki banyak pekerjaan dari Petani, Guru atau Dosen, Wirausahawan, dan Pengerajin. Seperti yang dijelaskan oleh Lupioadi (2001:39) "Semakin majunya kehidupan manusia, semakin heterogen masyarakat, semakin beragam kebutuhan dan selera masyarakat." Bantul Radio 89,1 FM seharusnya juga melakukan segmentasi stasiun berdasarkan pekerjaan pendengar agar lebih fokus dengan *positioning* yang dituju.

b. *Targeting* Bantul Radio 89,1 FM

Targeting merupakan langkah kedua yang dilakukan Bantul Radio 89,1 FM dalam menentukan *positioning*. *Targeting* Bantul Radio 89,1 FM merupakan tujuan dari pembentukan klasifikasi penonton yang ingin dijangkau. Target pendengar dari Bantul Radio 89,1 FM adalah masyarakat Bantul golongan menengah.

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

1) Responsif

Audien sasaran harus responsif terhadap program yang ditayangkan. Dalam hal ini, pada beberapa program acara yang disirkan Bantul Radio 89,1 FM yang melibatkan interaksi pendengar secara langsung. Interaksi dengan pendengarnya baik itu melalui telepon, SMS dan *facebook* ataupun datang langsung ke

setas radio akan mengetahui respon yang terjadi dari pendengar. Respon yang disampaikan bisa berupa respon positif maupun negatif. Selain respon berasal dari pendengar yang menghubungi pihak Bantul Radio, terkadang pihak dari Bantul Radio suka bertanya tentang radionya ketika berkunjung ke daerah-daerah yang masih menjadi jangkauan siaran Bantul Radio 89,1 FM.

Respon pendengar sangat penting, karena jika respon yang diterima baik, maka program acara tersebut dapat bertahan. Sedangkan dengan respon pendengar yang buruk maka dengan kata lain program acara tersebut tidak dapat diteruskan penayangannya. Bantul Radio 89,1 FM memiliki banyak media pendukung untuk melakukannya, namun tidak semua media dipergunakan secara maksimal, misalnya hanya akun *facebook* acara Bursaneka saja yang selalu di *up date* namun akun *official facebook*, *twitter* dan *official website* dan Bantul Radio 89,1 FM tidak *ter-up date*. Bantul Radio 89,1 FM memiliki pendengar yang cukup responsif walaupun media yang digunakan masih kurang, pendengar rela datang langsung untuk memberikan saran-saran yang membangun bagi kelanjutan siaran stasiun radio.

2) Potensi Penjualan

Setiap program yang akan disiarkan harus memiliki potensi penjualan yang cukup luas. Semakin besar pasar sasaran akan semakin besar juga nilainya. Bantul Radio 89,1 FM

berusaha untuk memiliki nilai jual, dalam hal ini konsep acara serta iklan yang dibuat semenarik dan seunik mungkin sehingga bisa menarik khalayak. Dalam setiap program acara dan iklan yang disiarkan di Bantul Radio 89,1 FM selalu menonjolkan kesopanan baik dalam bahasa maupun gaya siarannya serta tidak lupa diberi sedikit humor yang disesuaikan dengan selera masyarakat Bantul dan sekitarnya sebagai segmennya, hal ini menjadi nilai jual tersendiri.

3) Pertumbuhan Memadai

Audien tidak dapat dengan segera bereaksi. Audien bertambah secara perlahan-lahan sampai akhirnya meningkat dengan pesat. Kalau pertambahan audien lambat, tentu dipikirkan langkah-langkah agar program bisa lebih diterima audien. Bantul Radio 89,1 FM selalu mengadakan evaluasi mengenai program acara yang mereka buat. Evaluasi dilakukan secara berkala setiap tiga bulan sekali, Bantul Radio 89,1 FM tidak begitu saja mengganti program acara yang pendengarnya berkurang, tetapi menunggu tiga sampai enam bulan jika pendengr masih terus berkurang maka Bantul Radio 89,1 FM segera mengganti program acara tersebut. Penurunan pendengar dapat dilihat dari jumlah telepon dan SMS yang masuk ke Bantul Radio 89,1 FM

Masa jeda tiga sampai enam bulan tidak merukakan waktu yang cukup untuk radio mempersiapkan acara baru yang sudah disusun secara matang agar sesuai dengan keinginan pendengar.

4) Jangkauan Iklan

Pemasang iklan biasanya sangat memikirkan media penyiaran yang paling tepat untuk memasarkan produknya. Audien sasaran dapat dicapai dengan optimal kalau pemasang iklan dapat dengan tepat memilih media mempromosikan dan memperkenalkan produknya. Bantul Radio 89,1 FM tidak mengalami kesulitan dalam mendapatkan pengiklan. Hal tersebut didukung oleh beberapa faktor. Jangkuan siar yang luas yaitu DIY dan daerah sekitarnya seperti Klaten, Muntilan dan Magelang membuat pengiklan tidak ragu untuk beriklan di Bantu Radio 89,1 FM. Dengan target pendengar masyarakat golongan menengah dengan usia 40 tahun keatas maka sudah dipastikan bahwa pendengar Bantul Radio 89,1 FM meruakan orang-orang yang memiliki kemampuan finansial atau daya beli. Hal ini akan sangat menguntungkan Bantul Radio 89,1 FM, karena pemasang iklan biasanya sangat memikirkan media penyiaran yang paling tepat untuk memasarkan produknya. keuntungan dapat dicapai dengan optimal kalau pemasang iklan dapat dengan tepat memilih media dalam mempromosikan dan memperkenalkan produknya.

c. Positioning Bantul Radio 89,1 FM

Seperti yang dijelaskan oleh Morissan (2009:189) bahwa "*Positioning* adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan di dalam otaknya, di dalam alam khayalnya, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu". *Positioning* harus bisa mewakili citra yang hendak di cetak Bantul Radio 89,1 FM kepada pendengar yakni sebagai radio masyarakat Bantul. Citra Bantul Radio 89,1 FM sebagai radio masyarakat bantul tercerminkan dalam *station identity* berupa *station call*, bahasa siaran, maupun program acara serta didukung dengan kegiatan promosi dan kegiatan *off air*.

Station call yang digunakan Bantul Radio 89,1 FM sudah tepat, dengan nama "Bantul Radio" mengisyaratkan bahwa stasiun radio tersebut milik Bantul. Bahasa siaran yang digunakan Bantul Radio 89,1 FM sudah mengikuti bahasa sehari-hari masyarakat Bantul yaitu gabungan antara Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia.

d. Formatting Bantul Radio 89,1 FM

Penerapan format stasiun radio erat kaitannya dengan kebijakan penyelenggaraan yang cenderung *segmented* karena setiap stasiun radio memiliki karakter. Format yang ditentukan sesuai dengan segmentasi yang dibuat agar dapat menjangkau sasaran yang tepat. *Formatting* merupakan *image* pembeda yang bisa membedakan antara stasiun radio satu dengan lainnya. Format acara harus mampu

pendengar secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetensi dengan radio lain.

Menurut Joseph Dominick (2001) yang dijelaskan kembali oleh Morissan (2009:221), format stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam beberapa wilayah, yaitu:

- 1) Kepribadian (*personality*) penyiar dan reporter.

Bantul Radio 89,1 FM sangat memperhatikan dalam hal *air personality* penyiarannya. Seperti halnya menggunakan bahasa siaran yang merupakan campuran bahasa Jawa sehari-hari dan bahasa Indonesia. Bantul Radio 89,1 FM sangat teliti dalam penggunaan bahasa siaran, jika ada penyiarannya yang menggunakan bahasa Betawi atau ke "betawi-betawian" maka pada saat itu juga penyiar tersebut mendapat teguran dari penanggungjawab acara. Kemudian penyiar Bantul Radio 89,1 FM merupakan orang-orang yang cerdas, ramah, namun tetap dinamis.

Hal ini dapat membuktikan bahwa Bantul Radio 89,1 FM merupakan salah satu stasiun radio yang menjaga *positioing* stasiun radionya. Bantul Radio 89,1 FM merupakan radio masyarakat Bantul jadi pemilihan Bahasa yang dipergunakan juga di sesuaikan dengan Bahasa yang digunakan oleh masyarakat

Bantul yaitu campuran bahasa Jawa dan bahasa Indonesia. Bahasa

siaran yang digunakan berfungsi untuk membedakan Bantul Radio 89,1 FM dengan stasiun Radio lain.

2) Pilihan musik dan lagu

Bantul Radio 89,1 FM memilih *easy listening/* Midel of the Road (MOR) musik atau lebih dikenal dengan musik yang dapat didegarkan pada saat mengendarai kendaraan dan bekerja tidak terlalu bising, bitnya tetap ada, tidak terlalu slow. Sedangkan untuk pemilihan lagu, Bantul Radio 89,1 FM menyajikan lagu Indonesia dan Mancanegara yang populer kemarin bukan saat ini. Selain itu Bantul Radio 89,1 FM juga menyiarkan lagu-lagu Campur Sari dan Pop Jawa yang sesuai dengan sasaran Bantul Radio yaitu masyarakat Bantul dan sekitarnya yang menyukai budaya Jawa. Dengan target pendengar yaitu kalangan menengah dan menengah kebawah maka tepat jika pemilihan lagu yang putar oleh stasiun radio berupa lagu-lagu Campur Sari dan Pop Jawa.

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

Bantul Radio 89,1 FM lebih banyak membuat iklan-iklan yang akan ditampilkanya sendiri agar sesuai dengan format dari stsiun radio. Jadi sebelum pemasang iklan memasangkan iklanya di Bantul Radio 89,1 FM, terlebih dahulu Bantul Radio 89,1 FM

pihak pengiklan yang sudah menyiapkan iklanya dan siap untuk disiarkan, tapi sebelum itu terlebih dahulu pihak dari Bantul Radio 89,1 FM melihat apakah iklan tersebut dapat diterima oleh pendengar Bantul Radio 89,1 FM atau tidak.

e. *Programming* Bantul Radio 89,1 FM

Programming pada Bantul Radio 89,1 FM erat kaitannya dengan *positioning* yang dilakukan. *Programming* menentukan pemilihan selera pendengar kepada program siaran yang disajikan. Bantul Radio 89,1 FM melakukan pemetaan, *survey* dan penelitian kepada para pendengar. Tindakan ini ditujukan untuk mengetahui kondisi demografi terhadap pendengar yang ada, sehingga akan mengetahui kapan program acara yang akan disiarkan dan apa saja isi, sajian siaran serta materi siaran. Setiap program acara harus dapat menyesuaikan dengan *positioning* stasiun radio. Dalam hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar yang lebih besar, sedangkan program yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar.

Persaingan dalam sebuah stasiun radio sangatlah ketat dan membuat setiap stasiun radio berlomba-lomba untuk dapat menarik pendengar dan juga para pengiklan. Persamaan program acara di beberapa stasiun radio di Yogyakarta membuat *positioning* yang ada di Bantul Radio 89,1 FM akan semakin sulit dalam menanamkan citra

Program acara merupakan faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang diberikan. Bantul Radio 89,1 FM membagi dua bentuk program acara yaitu *on air* dan *off air*. Program *on air* sendiri adalah program yang langsung disiarkan ataupun ada pula yang direkam terlebih dahulu yang dibawakan oleh penyiar dan melalui media Bantul Radio 89,1 FM itu sendiri. Sedangkan kegiatan *off air* adalah kegiatan yang dilakukan di luar studio Bantul Radio 89,1 FM, dimana seluruh pengurus Bantul Radio 89,1 FM bertatap muka langsung dengan khalayak pendengar, dan tidak untuk disiarkan. Seperti kegiatan donor darah dan audisi penyiar remaja yang diadakan Bantul Radio 89,1 FM secara rutin tiga bulan sekali.

Setiap program acara yang kurang menarik tentu saja akan ditinggalkan oleh pendengar dan hal ini akan menghambat *positioning* yang dilakukan oleh Bantul Radio 89,1 FM dan juga akan menghambat dalam menarik pendengar. Setiap acara yang ada di Bantul Radio 89,1 FM akan dievaluasi dan juga diperbaiki tentang isi yang disiarkan, jam tayang dan juga akan dihentikan jika dalam evaluasinya tersebut program acara itu harus dihentikan.

Menurut Sydney W Head (1981:10-16), terdapat lima elemen penting dalam *programming* yaitu:

- 1) *Compability* (Kesesuaian)

Radio siaran harus memiliki program yang sesuai dengan

perkembangan dari waktu ke waktu. Hal tersebut untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan audien maka perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan program yang tepat.

Program di Bantul Radio 89,1 FM disiarkan dari pukul 05.00 – 24.00 dari hari selasa sampai minggu, dan khusus hari senin siaran diadakan 24 Jam dimulai seperti biasa pada pukul 05.00 dan berakhir pukul 05.00 di hari berikutnya kemudian dilanjutkan dengan siaran hai selasa seperti biasanya, selebihnya *off* siaran. Jam siar Bantul Radio 89,1 FM disesuaikan dengan aktivitas pendengarnya. Pendengar biasanya memulai aktivitas di pagi hari, oleh karena itu Bantul Radio 89,1 FM mulai siaran dari pukul 05.30 sebagai teman pendengar memulai aktivitasnya dipagi hari dan berakhir pukul 24.00 untuk siaran setiap hari. Berbeda di hari senin, Bantul Radio 89,1 FM melakukan siaran selama 24 jam dikarenakan pada hari senin Bantul Radio menyarkan acara wayangn dari pukul 22.00 sampaai pukul 05.00.

2) *Habit Formation* (Membangun Kebiasaan)

Kebiasaan khalayak dibentuk melalui program acara yang ditayangkan. Tidak jarang dipembentukan ini timbul suatu sikap fanatik dari khalayak terhadap suatu program acara, sehingga khalayak pun enggan untuk meninggalkan program acara yang

Bantul Radio 89,1 FM menyiarkan acara Goban setiap satu jam sekali di menit ke 40-45. Tekadang Bantul Radio 89,1 FM tidak bisa menyiarkannya yang disebabkan kurangnya materi siaran. Karena materi Goban berasal dari pengurus Bantul Radio yang sudah cukup sibuk dengan pekerjaannya masing-masing dan pendengar yang tidak rutin mengirimkan materi untuk Goban. Banyak pendengar yang menyukai acara Goban, itulah yang membuat pendengar menunggu menit ke 40-45 setiap jamnya untuk mendengarkan Goban dan segera menanyakan alasan tidak ditayangkan via telpon atau SMS.

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

Khalayak dimanjakan dengan program acara yang ditayangkan. Jika suatu program selesai, langsung diganti dengan program acara lain. Program acara yang ditayangkan tentunya tidak jauh dengan yang diinginkan oleh khalayak.

Program acara di Bantul Radio 89,1 FM dibuat berdasarkan hasil survei terhadap pendengar serta dari kegiatan evaluasi, program seperti apa yang lebih diminati pendengar. Bantul Radio 89,1 FM sempat melakukan bongkar pasang program acara, mengganti program yang kurang diminati dengan program baru, sehingga program acara yang ditayangkan Bantul Radio 89,1 FM tiga bulan yang lalu belum tentu ada tiga bulan

2. Strategi *Positioning* Bantul Radio 89,1 FM Sebagai Radio Masyarakat Bantul

Sebelum membahas tentang strategi *positioning* stasiun radio, perlu diketahui bahwa stasiun radio merupakan perusahaan yang menawarkan produk jasa. Produk jasa yang dimaksud adalah produk yang ditawarkan oleh stasiun radio tidak bisa diraba, tidak berwujud, dan bersifat dinamis. Produk yang ditawarkan oleh stasiun radio berupa program acara dengan karena program acara tidak bisa diraba, tidak berwujud, dan bersifat dinamis, maka produksi program acara radio tidaklah gampang. Triartanto (2010:58-59) menjelaskan mengenai karakteristik produk jasa, secara umum dapat dicermati sebagai berikut:

- a. Produk jasa merupakan produk yang ditawarkan dipasaran dengan memiliki ciri-ciri tidak berwujud. Biasanya produk jasa juga tidak bisa dilihat, namun dapat dirasakan (untuk program radio bisa didengar). Produk jasa juga tidak bisa diraba dan dicium tetapi sangat bisa dirasakan manfaatnya dalam menunjang aktifitasnya. Bantul Radio 89,1 FM hadir untuk menemani pendengar melalui program-program yang dibuat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pendengarnya. Seperti program acara Rehat Siang yang dibuat untuk memberikan informasi sekaligus hiburan berupa lagu-lagu mancanegara dan Indonesia slow yang cocok untuk menemani pendengar yang sedang

menikmati makan dan beristirahat disiang hari

b. Produk jasa memiliki sifat dinamis dengan mengikuti perkembangan pola hidup konsumen (khalayak) yang menjadi target pemasaran. Program-program yang disiarkan radio memiliki kedinamisan yang mengikuti pola hidup pendengarnya. Bantul Radio 89,1 FM mengikuti aktifitas pendengarnya dengan pembagian waktu penyajian program acara. Saat mengawali aktifitas mulai dari dini hari, Bantul Radio 89,1 FM menyiarkan program bertajuk agama dengan nama program Fajar Iman, yang dilanjutkan dengan program Semangat Pagi. Acara Semangat Pagi sangat cocok dinikmati dipagi hari sebelum beraktifitas keluar rumah karena disana dibahas topik pagi seputar permasalahan yang terjadi di Bantul dan sekitarnya dengan lagu Indonesia beat membuat pagi semakin semangat. Kemudian program Rehat Siang yang berisikan soft news news report dari Bantul dan sekitarnya dengan lagu mancanegara dan Indonesia soft cocok untuk menemani istirahat dan makan siang pendengar. Masih banyak lagi program acara Bantul Radio 89,1 FM yang dibuat berdasarkan perilaku pendengar.

c. Produk jasa biasanya bersifat temporer karena berpacu dengan waktu, sehingga memiliki daya tahan tertentu. Banyak program acara Bantul Radio yang mengalami pergantian yang disebabkan oleh banyak alasan. Seperti acara Panorama Budaya Jawa yang telah digantikan dengan acara Kencana Benggala lalu acara Pasar Senggol Gabusan yang

telah digantikan dengan acara Wayangan, BALAMOS (Barat Lama Memories) yang telah digantikan dengan cara Rabo Mello.

Setelah membahas tentang stasiun radio yang menawarkan produk jasa, maka selanjutnya mulai membahas tentang strategi *positioning*. *Positioning* sangat diperlukan oleh Bantul Radio 89,1 FM untuk membangun citranya mengingat ketatnya persaingan industri radio saat ini di Yogyakarta. *Positioning* diperlukan agar menanamkan *brand image* yang melekat kepada khalayak pendengar. Berbagai upaya dan cara dilakukan oleh Bantul Radio 89, 1 FM untuk melakukan *positioning* agar berhasil seperti melalui *stasiun identity* maupun program acara dan kegiatan promosinya.

Menurut Siregar (2000:101), ada beberapa cara dalam menyampaikan *positioning* radio kepada audiens :

a. *Be Creative*

Dalam mengkomunikasikan *positioning* harus kreatif mencuri perhatian pendengar. Bantul Radio 89,1 FM dalam mengkomunikasikan *positioning* yang dalam hal ini berupa program acara maupun *stasiun identity*-nya harus dilakukan dengan kreatif dan mempunyai nilai pembeda dengan kompetitornya. Bantul Radio 89,1 FM dengan acara Bursaneka mencoba memberikan alternatif. Saat info jual beli *online* sedang menjadi trend maka Bantul Radio 89,1 FM mencoba cara lain yaitu dengan membuat acara agar pendengar dapat info jual beli secara *on site* dan *online*. Dilihat dari konteks wilayah

Bantul yang terdapat bukit dan laut sehingga tidak jarang sinyal internet kurang memadai di daerah tertentu terutama pada saat cuaca buruk. Menjadi salah satu alasan Bantul Radio membuat acara Bursaneka dan acara ini pun mendapat respon yang baik dari pendengar sehingga acara ini dapat bertahan bahkan menjadi salah satu acara unggulan Bantul Radio 89,1 FM.

Penerapan *be creative* ini hendaknya dilakukan oleh Bantul Radio 89,1 FM khususnya mengenai program acara, harus dapat diterapkan dengan baik diseluruh program acara. Dalam program acara Bantul Radio 89,1 FM, ada sebagian acara yang dirasa kurang kreatif atau dengan kata lain acara yang memiliki kemiripan dengan radio lain. Hal ini dengan mudah membuat radio kehilangan pendengar. Apapun yang berhubungan dengan *positioning* hendaknya dikomunikasikan se kreatif mungkin untuk mencuri perhatian pendengar sehingga pendengar tidak akan berpindah ke stasiun radio lain.

b. *Simplicity*

Positioning dilakukan sesederhana dan sejelas mungkin sehingga khalayak tidak kerepotan menangkap esensi *positioning* tersebut. *Positioning* yang dilakukan oleh Bantul Radio 89,1 FM dalam perwujudannya sudah dilakukan dengan sederhana dan jelas. Misalkan dalam slogan yang digunakan Bantul Radio yaitu "Media Kita Bersama" kalimat tersebut merupakan kalimat yang sederhana dan

jelas karena hanya terdiri dari tiga kata. Hal ini akan memudahkan masyarakat dalam mengingat slogan Bantul Radio 89,1 FM. *Positioning* hendaknya dilakukan dengan sederhana dan jelas sehingga khalayak tidak kesulitan dalam menangkap esensi *positioning* tersebut.

c. *Consisten yet flexible*

Setiap pemasar akan menghadapi *positioning paradox* dimana disatu sisi harus selalu konsisten dalam membangun *positioning* sehingga bisa menghujam dalam benak konsumen. Dalam hal konsistensi, Bantul Radio 89,1 FM sangat memperlihatkan konsistensinya baik itu dalam program acara maupun evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui respon terhadap acara tersebut. Dalam program acara, Bantul Radio tidak segan-segan mengganti sebuah acara bila acara tersebut memang sudah ditinggalkan oleh pendengarnya.

Untuk evaluasi, Bantul Radio 89,1 FM rutin melakukan evaluasi program tiga bulan sekali. Hal ini untuk mengetahui dengan cepat respon yang terjadi di khalayak seperti apa. *Positioning* harus selalu konsisten karena disatu sisi bisa menghadapi situasi yang tidak diinginkan sehingga konsistensi sangat diperlukan untuk bisa menghujam benak konsumen.

d. *Own, dominate, protect*

Memiliki satu kata atau beberapa kata ampuh dibenak konsumen. Bantul Radio 89,1 FM harus mempunyai kata-kata ampuh

yang akan digunakan untuk bisa diingat oleh konsumen. *Positioning* yang dilakukan melalui slogan "Media Kita Bersama" harus bisa melekat dibenak khalayak. Slogan tersebut merupakan kata-kata ampuh karena untuk suatu kata-kata ampuh agar diingat oleh khalayak harus berupa kalimat yang singkat dan jelas. Hal ini perlu dilakukan karena satu kata atau beberapa kata ampuh, konsumen akan cepat mengingat produk yang mempunyai kata tersebut.

e. *Use thezzir language*

Mengkomunikasikan *positioning*, gunakanlah pendekatan kepada konsumen. Dalam mengkomunikasikan *positioning*, Bantul Radio 89,1 FM melakukan pendekatan-pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan promosi, sponsorship, dan *off air*. Respon yang diterima oleh Bantul Radio 89,1 FM cukup baik karena kegiatan promosi, sponsorship dan *off air* yang dilakukan Bantul Radio 89,1 FM cukup efektif, sehingga dapat menambah jumlah pendengar agar bisa merespon kegiatan *on airnya*.

Bantul Radio 89,1 FM sebagai salah satu stasiun radio swasta juga menggunakan beberapa strategi untuk mengenalkan dirinya sebagai radio masyarakat Bantul, ada pula beberapa bagian dalam melakukan *positioning* seperti yang disebutkan Darmanto (2000:13) diantaranya :

a. Slogan

Slogan merupakan pesan singkat yang dinyatakan sebagai simbol radio. Bersifat mudah diingat dan berbeda dengan kata-kata lain.

yang menggambarkan filosofi dari perusahaan untuk tujuan pendekatan kepada *audiens*. Slogan Bantul Radio 89,1 FM yaitu “Media Kita Bersama”, merupakan pesan singkat yang hanya terdiri dari tiga kata dengan tujuan Bantul Radio 89,1 FM menjadi radio yang dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat yang terdiri dari berbagai umur, pekerjaan, agama dan etnis.

b. *Station image*

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

Bantul Radio 89,1 FM memiliki media promosi yang dilakukan secara *on line* seperti *official website* dan *facebook* dan juga secara sederhana seperti stiker, *company profile* yang berisikan data media sebagai upaya pembentukan *stasiun image*. Hingga sekarang ini, upaya pembentukan *stasiun image* Bantul Radio 89,1 FM masih menggunakan media-media tersebut walaupun data pada *official website*, *facebook*, *twitter* dan *company profile* tidak sring di *up date*. Masih banyak data lama seperti jadwal acara dimana sudah banyak acara yang diganti dengan yang baru dan tarif iklan yang saat ini mengalami kenaikan.

Dengan menggunakan *Website*, *Facebook*, *twitter* dan media yang lain seperti stiker dan *company profile* sebagai upaya pembentukan *stasiun image* hal ini dirasa kurang efektif karena

segmen dari Bantul Radio 89,1 FM sendiri adalah orang berumur 40 tahun ke atas golongan menengah dan menengah bawah. Golongan tersebut belum terlalu mengenal penggunaan internet sehingga mereka tidak dapat mengenal Bantul Radio 89,1 FM lebih dekat secara *online*. Untuk itu Bantul Radio 89,1 FM perlu menggunakan media lain seperti koran. Selama ini Bantul Radio 89,1 FM menggunakan poster dan sepanduk untuk memberitahukan *event* atau hanya saat Bantul Radio menjadi media *partner* bukan hanya sekedar untuk mengenalkan stasiun radionya.

c. *Monitoring* siaran

Monitoring stasiun meliputi melihat pergerakan radio lain, mencatat tingkah laku dan kebutuhan pendengar dan menghimpun data yang akan di amati dan dipelajari. Dengan mengamati dan melihat setiap gerak gerik yang dilakukan oleh kompetitor dan mengetahui kelebihan dan kekurangan yang ada dikompetitor akan memberikan manfaat untuk Bantul Radio 89,1 FM agar bisa mencari celah yang baik dalam menciptakan program acara yang lebih baik. Namun Bantul Radio 89,1 FM tidak langsung *men-judge* mereka sebagai pesaing melainkan sebagai *partner* dalam menghibur masyarakat Bantul.

Bantul Radio 89,1 FM juga memperhatikan respon seperti apa yang terjadi terhadap program acara yang disiarkan seperti *phone live* maupun SMS. Hal ini cukup efektif dilihat dari hampir semua

program acara yang disiarkan Bantul Radio 89,1 FM melakukan interaksi terhadap penonton. Selain itu terkadang pendengar Bantul Radio datang ke radio, tidak hanya untuk melihat bagaimana proses siaran, terkadang mereka juga memberikan ide-ide segar yang berkaitan dengan program acara. Dengan hal ini bisa menumbuhkan kreatifitas dalam melakukan pembuatan program-program acara yang baru sehingga menjadi lebih kreatif dan tidak monoton.

d. *Station identity*

Bagaimana radio mengatakan *who am I* dan menunjukkan eksistensi station dan bersifat mengingatkan. Sebagai sebuah identitas berupa sebuah logo yang memberikan identitas jati diri. Dengan logo, Bantul Radio 89,1 FM dapat menyampaikan apa yang ingin Bantul Radio 89,1 FM sampaikan kepada khalayak. Dari semua makna yang tertulis dalam logo tersebut pada tujuannya Bantul Radio 89,1 FM ingin masyarakat Bantul dan sekitarnya, benar-benar tepersepsi bahwa Bantul Radio 89,1 FM sebagai radio masyarakat Bantul.

Dalam setiap kegiatan yang bekerjasama dengan pihak lain (*sponsorship*) pun logo selalu terpasang dalam sebuah spanduk, poster atau baliho, sehingga hal itu bisa mengingatkan khalayak mengenai keberadaan Bantul Radio 89,1 FM walaupun pada dasarnya hal ini kurang maksimal, dikarenakan ketika ada suatu *event*, khalayak lebih fokus terhadap *event* tersebut daripada harus melihat spanduk atau

Selain itu, Bantul Radio 89,1 FM sudah mempunyai *tagline* maupun sapaan khusus untuk pendengar Bantul Radio 89,1 FM yang bisa mengingatkan khalayak terhadap Bantul Radio 89,1 FM. Hal ini dirasa sangat tepat, karena dengan adanya *stasiun identity* atau sebuah identitas, maka stasiun radio tersebut bisa mengatakan *Who I am* dan dengan adanya identitas bisa menunjukkan eksistensi dari stasiun radio tersebut serta mengingatkan khalayak terhadap stasiun radio tersebut.

e. Kreatifitas Acara Unggulan

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

Program-program unggulan Bantul Radio 89,1 FM yang diminati oleh banyak pendengar seperti Nelas Roso Minggu dan Bursaneka disiarkan pada saat *prime time* sehingga selain menarik pendengar, pada saat itu dapat pula menarik banyak pengiklan. Program siaran yang ada di Bantul Radio memang dibuat beragam dan memprioritaskan hiburan dan informasi. Hal ini dilakukan Bantul Radio untuk menyesuaikan dengan *segmentasi audiens* yang dimiliki Bantul Radio yaitu keluarga golongan menengah. Dilihat dari kreatifitas acara unggulan, Bantul Radio kurang memiliki kreatifitas dalam menampilkan acara unggulan karena dari ke 4 acara unggulan

yan dimiliki oleh Bantul Radio 89,1 FM hanya satu yang dinilai memiliki daya kreatifitas yang berbeda dengan radio lain yaitu acara Bursaneka yang merupakan acara yang membahas tentang bursa barang, jasa dan usaha secara *on air* dan *on line* dari *facebook*. Sedangkan ke-3 acara unggulan yang lain yaitu acara Ngelaras Roso, KPR, dan Larut Senja sama seperti acara-acara radio pada umumnya yaitu acara salam-salam dan *request* lagu.

Peneliti menganalisis bahwa strategi *positioning* yang dilakukan Bantul Radio 89,1 FM sudah cukup baik, yaitu melalui *stasiun identity*, program acara, dan program *off air* maupun melalui kegiatan promosi. Namun hal seperti segmentasi yang dijangkau dari segi usia yang memiliki *range* yang luas karena Bantul Radio 89,1 FM memilih keluarga sebagai segmennya membuat Bantul Radio tidak fokus. Salah satu kegiatan promosi Bantul Radio 89,1 FM menggunakan media internet yaitu melalui *social media* dan *live streaming* juga akan menguatkan *positioning* Bantul Radio 89,1 FM. Selain itu dengan media internet, marketing akan