

## BAB III

### SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. SAJIAN DATA

Sebelum radio 92,3 MQ FM Yogyakarta mengudara nama radio Manajemen Qolbu sudah dikenal oleh masyarakat luas, sebagai nama untuk televisi berlangganan dan radio MQFM Bandung. Sebagai radio *frenchise* 92,3 MQFM Yogyakarta menginginkan namanya dikenal luas seperti MQTV dan Radio MQ FM Bandung oleh masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya. Oleh karena itu radio 92,3 MQFM Yogyakarta harus melakukan strategi-strategi yang berbeda untuk dapat menarik minat pendengar masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

Sebagai radio *frenchise* yang berdiri di Yogyakarta salah satu strategi yang dilakukan adalah mengenalkan *brand* radio MQFM yang mengudara di Yogyakarta kepada masyarakat luas khususnya Yogyakarta dan sekitarnya melalui *positioning*. Pelaksanaan *positioning* yang dilakukan radio 92,3 MQFM Yogyakarta adalah untuk melekatkan dibenak masyarakat luas sebagai radio Keluarga Muslim yang kontemporer dengan mengedepankan syariat Islam sesuai dengan ajaran-ajaran atau tuntunan Al-Quran dan Sunnah.

Radio 92,3 MQFM Yogyakarta perlu melakukan sebuah strategi agar bisa menunjukkan jatinya dirinya sebagai radio Keluarga Muslim yang kontemporer, selain itu dengan adanya strategi akan membantu untuk persiapan radio 92,3 MQ FM Yogyakarta dalam berkompetitor dengan radio swasta yang ada di Yogyakarta.

Sedangkan *positioning* yang dilakukan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta untuk membentuk citra Radio Keluarga Muslim sebagai identitas radio. Oleh karena itu dengan melakukan *positioning*, Radio 92,3 MQFM Yogyakarta bisa lebih memperkenalkan siapa dirinya kepada khalayak serta slogan yang menjadi ciri khas dari radio 92,3 MQFM Yogyakarta yaitu “Inspirasi Keluarga Indonesia” yang berlandaskan syariat Islam sesuai dengan ajaran-ajaran atau tuntunan Al-Quran dan Sunnah, akan bisa diwujudkan dengan adanya strategi *postioning* tersebut

Oleh karena itu dalam bab ini peneliti menyajikan data-data dan pembahasan yang berhubungan dengan *postioning* radio 92,3 MQFM Yogyakarta. Selanjutnya data yang di peroleh didapat dari hasil wawancara dan studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **1. Proses Perencanaan *Positioning* Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta**

Perencanaan merupakan hal dasar yang melandasi sebuah *positioning* perusahaan dalam hal ini radio 92,3 MQFM Yogyakarta. Tidak sedikit stasiun radio di yogyakarta yang mengudara menandakan bahwa persaingan di industri penyiaran radio sangatlah ketat dan kompetitif. Oleh karena itu sebuah stasiun radio berlomba-lomba menciptakan *image* dan konsep yang dapat membedakan stasuin radio satu dengan stasiun radio yang lainnya.

Untuk menjadi sebuah stasiun radio yang berkualitas dan berintegritas, stasiun radio harus dan wajib mengetahui kebutuhan akan pendengarnya, dengan cara memberikan suguhan program acara yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak dimana radio itu berdiri atau mengudara. *Positioning* yang baik dan tepat dalam pelaksanaannya tentu akan sangat berdampak pada jumlah pendengar dan

iklan. Tidak dipungkiri bahwa suatu media penyiaran tentu tidak dapat dipisahkan antara pendengar dan iklan. Kedua hal tersebut memiliki pengaruh besar dan sekaligus sebagai penopang berdiri dan bertahannya sebuah stasiun penyiaran seperti radio.

MQ FM Yogyakarta telah menunjukkan bahwa radio 92,3 MQFM ini sebagai radio keluarga muslim dan segala hal yang terkait mengenai pendidikan dan pembentukan karakter berdasarkan Islam serta informasi-informasi yang berkaitan tentang Islam. Dengan menjaga kedekatan dan tetap dalam prinsip dasar radio 92,3 MQFM melalui program-program *on air* dan *off air*, radio 92,3 MQFM ingin menjadi radio yang *inspiratif inovatif* dan *aplikatif* kepada pendengarnya, dalam melakukan *positioning*, beberapa langkah-langkah yang harus direncanakan agar tujuan bisa dicapai sesuai dengan yang diinginkan, hal ini dilakukan agar radio 92,3 MQFM Yogyakarta bisa mendapatkan pengakuan dari khalayak khususnya warga Yogyakarta dan sekitarnya sebagai radio Keluarga Muslim, selain itu bisa menjadi radio yang mampu memberikan sajian sesuai yang dibutuhkan khalayak pendengar. Adapun proses perencanaan dalam menentukan *Positioning* yang dilakukan oleh Radio 92,3 MQFM Yogyakarta seperti yang di utarakan oleh Rahmi Arifiana Dewi selaku Director Operasional Radio 92,3 MQFM Yogyakarta, yaitu diantaranya :

- a. Menentukan Visi dan Misi sebagai pegangan seluruh komponen radio

Visi dan Misi yang di tetapkan oleh Radio 92,3 MQ FM yang telah ada, dimana visi dan misi yang dimiliki Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta yaitu sebagai berikut:

Visi : Menjadi media perubahan diri, keluarga, dan masyarakat menuju akhlak mulia.

Misi : 1) Memberikan inspirasi dan motivasi untuk memaknai hidup dengan memberikan yang terbaik

2) Memberikan inspirasi dan motivasi penanaman nilai-nilai Islam dalam kehidupan

b. Menentukan Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar telah ditentukan pada awal pembuatan stasiun radio 92,3 MQFM Yogyakarta oleh pemilik dan staf radio 92,3 MQ FM Yogyakarta. Segmentasi pasar dilakukan untuk mengetahui pendengar yang akan menjadi target *audience* dari radio 92,3 MQFM Yogyakarta, dilihat dari segmentasinya yang memiliki segmentasi yang sama dengan kompetitornya yaitu Radio Jogja Family. Hal ini membuat Radio 92,3 MQFM harus menciptakan program yang kreatif dan berbeda dengan kompetitornya.

kalo penentuan segmentasinya itu kan berkolaborasi ya, karena kita radio berjaringan dengan mq fm bandung, jadi setiap akhir tahun kita akan melakukan apa yang mau dicapai, kita hadir untuk siapa dan siapa kita sudah menentukan sebagai radio inspirasi keluarga ya, itu sebagai tolak ukur pertama untuk kita bisa menentukan nanti segmentasinya. Jadi Aa gym sudah kasih arahan ketika kita mau membuat program dan lain sebagainya seperti sebelum awal-awal tahun sudah ngasi arahan. Media ini harus bermanfaat untuk umat dan bisa menjadi media perubahan, dari situ kita berpikir media perubahan yang bisa merubah orang itu siapa sih. Oh ini masyarakat yang tentunya punya intelektual yang bagus. Itu akan menjadi poin-poin penting yang menjadi penentuan segmentasinya. (Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi, Direktur Operasional Radio 92,3 MQFM Yogyakarta tanggal 6 Juni 2017)

Berdasarkan informasi diatas dijelaskan bahwa dalam penentuan segmentasi radio 92,3 MQFM Yogyakarta berkolaborasi dengan radio MQFM Bandung dikarenakan radio ini adalah radio yang berjaringan, jadi dalam menentukan segmentasi, radio 92,3 MQFM Yogyakarta mendapatkan arahan oleh Aa Gym selaku pemilik merk dagang MQ, Aag Gym memberikan arahan bahwa sebagai radio Inspirasi Keluarga Indonesia, media ini harus bermanfaat untuk umat dan bisa menjadi media perubahan, kemudian setelah mendapatkan arahan dari Aa Gym pengelola Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta yang menentukan segmentasinya sesuai dengan wilayah jogja.

Berikut presentase segmentasi Radio Manajemen Qolbu 92,3 FM Yogyakarta sesuai klasifikasi masing-masing :

Tabel 3.1 : Klasifikasi Menurut Usia Radio 92,3MQFM

No	Kelompok Usia	Presentase
1	Di bawah usia 15 tahun	1%
2	15 s/d 19 tahun	20%
3	20 s/d 35 tahun	70%
4	Di atas 35 tahun	9%

Sumber : *company profile* Radio 92,3MQFM Yogyakarta

Tabel 3.2 :Klasifikasi Tingkat Pendidikan Radio 92,3MQFM

No	Tingkat Pendidikan	Persentase
1	Belum Tamat SMA	12%

2	Tamat SMA	39%
3	Tamat Perguruan Tinggi	49 %

Sumber : *company profile* Radio 92,3MQFM Yogyakarta

Tabel 3.3 :Klasifikasi Tingkat Pendidikan Radio 92,3MQFM

No	Jenis Kelamin	Persentasi
1	Laki – laki	32%
2	Perempuan	68%

Sumber : *company profile* Radio 92,3MQFM Yogyakarta

Tabel 3.4 : klasifikasi jenis pekerjaan Radio 92,3MQFM

NO	Pekerjaan	Persentase
1	PNS/POLRI/TNI	8%
2	Pegawai Swasta	15%
3	Wiraswasta	25%
4	Pensiunan	1%
5	Pelajar	10%
6	Mahasiswa	35%
7	Ibu Rumah Tangga	10%
8	Buruh/Tani	1%

Sumber : *company profile* Radio 92,3MQFM Yogyakarta

Tabel 3.5: klasifikasi S.E.S Radio 92,3MQFM Yogyakarta

A : 25 %	B : 15%
C : 48%	D : 12%

Sumber : *company profile* Radio 92,3MQFM Yogyakarta

c. Melakukan Riset terhadap Pendengar

Setelah mengetahui segmentasi pasar yang akan dituju, maka Radio 92,3MQFM Yogyakarta melakukan perencanaan selanjutnya yaitu melakukan riset terhadap pendengar, dengan adanya melakukan riset radio 92,3MQ FM Yogyakarta akan mengetahui program seperti apa yang diinginkan dan diminati oleh khalayak pendengar, dengan adanya perencanaan berupa riset yang bertujuan untuk membuat program yang cocok dan sesuai dengan kebutuhan khalayak pendengar program tersebut bisa diterima dengan mudah oleh khalayak.

kemudian kita membuat riset. Kita belum melakukan riset yang nielsen segala kita melakukan risetnya kalo kita menjadi media perubahan apa aja yang dibutuhkan pendengar Kita melakukan riset melalui sosial media. Apa sih program yang diinginkan pendengar, kemudian kita lihat dari *feedback* pendengar melalui SMS dan telepon yang masuk ke radio. (Hasil wawancara dengan Rizki Nur Hadi, Program Director Radio 92,3 MQFM Yogyakarta tanggal 30 Mei 2017)

Berdasarkan informasi diatas dijelaskan radio 92,3 MQFM Yogyakarta melakukan riset terhadap pendengar dengan cara *polling* SMS dan telepon yang masuk ke radio, *polling* tersebut dilakukan untuk mengetahui *feedback* pendengar dan mengetahui seperti apa program yang dibutuhkan oleh khalayak pendengar, radio 92,3 MQFM Yogyakarta belum melakukan riset nielsen karena untuk masuk 10 besar nielsen media riset sebuah stasiun radio harus memenuhi syarat

yakni stasiun radio harus memiliki 120 ribu pendengar sedangkan 92,3 MQ FM Yogyakarta belum memenuhi standar untuk masuk nielsen media riset.

Hal sedana juga diungkapkan oleh Rahmi Arifiana Dewi selaku Direktur Operasional radio 92,3 MQFM Yogyakarta, sebagai berikut :

kalo masuk 10 besar nielsen media riset itu berarti pendengarnya harus lebih dari 120 ribu memang bisa ngukur *exactly* 120 ribu itu hanya nielsen media riset kalo kita ya itu tadi, karena pendengar pasif itu kita gak bisa ngukur seberapa besarnya, kalo nielsen mungkin bisa karena dia pakai survei, kalo kita ya hanya 50 ribu berarti ini pendengar kita sekitar itu, jadi kenapa kita belum masuk nielsen media riset mungkin karena pendengar kita masih 50 ribu jiwa. (Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi selaku Direktur Operasional 92,3 MQ FM Yogyakarta, 4 Januari 2017)

Berdasarkan informasi diatas dijelaskan bahwa untuk masuk kedalam standar penelitian nielsen media riset adalah setiap stasiun radio paling tidak harus memiliki 120 ribu pendengar, seperti yang diketahui dari wawancara di atas bahwa pendengar radio 92,3 MQFM Yogyakarta baru memiliki pendengar sebanyak 50 ribu, dalam hal ini radio 92,3 MQFM belum melakukan riset melalui nielsen media riset karena belum memenuhi standar yang telah ditentukan.

d. Menentukan *Station Call* dan Slogan

*Station call* merupakan identitas dari suatu radio, station call MQFM jogja adalah 92,3 MQFM Yogyakarta, dan slogan radio 92,3 MQ FM Yogyakarta adalah “Inspirasi Keluarga Indonesia” sesuai dengan tujuan radio 92,3 MQFM Yogyakarta agar dapat diterima oleh seluruh masyarakat indonesian yang terdiri dari berbagai umur, pekerjaan, dan etnis. Sesuai dengan niat awal didirikannya radio 923 MQFM Yogyakarta agar dapat diterima oleh semua kalangan yang berada di indonesia.

Proses perencanaan *station call* dan slogan radio 92,3 MQFM Yogyakarta diawali kerjasama dengan radio Manajemen Qolbu 102,7 Bandung dimana radio tersebut di dirikan oleh KH. Abdullah Gymnastiar, dimana stasiun 92,3 MQ FM Yogyakarta ada adalah sebagai *frenchise* dan yang membentuk *station call* dan slogan MQFM adalah dari radio pusat yang berada di bandung, Seperti yang dikatakan oleh Rahmi Arifiana Dewi selaku Directur Operesional 92,3 MQFM Yogyakarta :

MQ FM Yogyakarta ini kan radio berjaringan (*frenchise*) radio ini awal mula nya di populerkan oleh Aa Gym di Bandung pada radio pusat, kemudian Aa Gym membuat bisnis media dan MQFM itu sudah menjadi merk dagang kemudian itu melekat pada sejumlah unit perusahaan, ada radio MQ dan TV MQ yang di beri nama oleh Aa Gym yang akhirnya nama itu yang ada dan kita pakai sekarang. (Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi selaku Director Operasional MQ FM Yogyakarta, 6 Juni 2017)

Dari hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa dalam menentukan *station call* dan slogan radio 92,3 MQFM Yogyakarta tidak melakakukan penentuan tersebut karena status keberadaan MQFM Yogyakarta adalah sebagai radio *frenchise* dan MQFM Yogyakarta tidak memilik hak penuh dalam penentuan tersebut.

e. Menentukan *Air Personality* dan Bahasa Siaran

Bahasa siaran menjadi salah satu identitas dari sebuah staiun radio. pendengar bisa dan mampu mengetahuiin stasiun radio yang sedang didengarkan juga melalui gaya dan bahasa siaran yang digunakan. Begitu juga dengan MQFM, yang menggunakan gaya siaran yang dewasa, cerdas, berukiyah dan menyejukkan dan bahasa siaran yang terkonsep dengan menggunakan bahasa indonesia yang

formal yang mengedepankan kesantunan dalam berbahasa menjadi ciri bahasa siaran yang digunakan.

Bahasa yang digunakan adalah Bahasa Indonesia dan formal. Karena kalo siaran penyiar MQ punya *air personaliti* yang dewasa, cerdas, berukiah dan menyejukkan, 4 poin ini bahasanya yang tercermin dengan cara biasa yang dewasa berarti yang diksinya harus yang formal, cerdas berarti pemilihan diksi juga yang kekinian. Mencerminkan pribadi muslim menyejukkan berarti membuat bahasa yang tidak *provokatif*. Yang membuat bahasa yang menjadi penengah diantara berbagai konflik yang ada. (Hasil wawancara dengan Mbak Kiki, Program Director MQ FM Yogyakarta, 30 Mei 2017)

Dari informasi diatas dijelaskan bahwa setiap stasiun radio harus menentukan bahasa siaran yang akan digunakan, begitu juga dengan penentuan *air personality* penyiar, berdasarkan pertimbangan radio 92,3 MQFM Yogyakarta memiliki *air personality* yang dewasa, cerdas, berukiah dan menyejukan mencerminkan pribadi muslim dan tidak membuat bahasa yang profokatif misal dengan menggunakan kata-kata yang tidak menyakiti dan menyinggung salah satu pihak, contohnya “*ketika adanya perbedaan pendapat diselesaikan dan di obrolkan dengan baik-baik dengan damai*” “*saling menghargai perbedaan dan silang pendapat tentang suatau masalah, perbedaan suatu masalah adalah hal yang sudah wajar dan merupakan sunatullah, yang harus disikapi secara bijak dan arif*” menurut narasumber dalam acara MQ Sore. Oleh karena itu dalam pendirian sebuah stasiun radio harus memiliki etika berbahasa, Hal tersebut tercantum dalam Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran pada Bab IV Pasal 36 ayat (6) tentang pelaksanaan siaran yang berbunyi: dilarang memperolokan, merendahkan, melecehkan dan atau

mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia Indonesia atau merusak hubungan Internasional.

f. Menentukan Musik dan Lagu

Musik dan lagu menjadi salah satu identitas dari sebuah stasiun radio. Pendengar bisa dan mampu mengetahui stasiun radio yang sedang didengarkan juga melalui musik dan lagu yang digunakan. Begitu juga dengan MQFM menggunakan musik positif seperti jazz dan RnB yang cenderung *slow* kemudian tidak menampilkan komposisi yang rumit dan enak didengarkan, misalkan lagu yang memiliki nilai positif yang terkandung dalam lirik dan aransemennya.

Kalau musiknya kita memang soundnya itu namanya mupos, kita sejak tahun 2012 kita sudah mulai mensoundingkan gak lagi nasyid, karena kalo nasyid itu terlalu terkotak sekali, sehingga kita mencoba melebarkan sayap, kita menyebutnya sebagai musik positif (mupos) jadi kita mulai melebarkan namanya mupos. Mungkin selain musik-musik religi yang itu pun kita pilih juga karena kita sasarannya untuk menengah ke atas, jadi alat musiknya pun harus kita pertimbangkan juga gitu ya, yang enggak banyak ketipungnya itu juga bisa menjadi. Kita tidak ada dangdut kemudian kita ndak ada melayu kita pilih dari segala genre kita pilih kita gak ada rock juga karena kita memang musiknya menenangkan, pokoknya dengerin musiknya itu kita berharap orang mendengarkan musik itu ada energi positifnya yang diberikan ke orang lain, yang gak rock kayak alat musiknya yang ngedrum yang memang ngebitnya itu tetep enak didengerin yang tidak ada ketipung jadi pemilihan lagunya jadi gitu sih sebenarnya lebih ke jazz dan RnB. Kemudian kita juga mengambil musik dari band-band pada umumnya atau penyanyi pada umumnya gitu, tapi kita melihat bahwa syairnya dan liriknya itu juga yang membangun, yang positif gak yang cinta antar lelaki perempuan, akan tetapi lebih cinta kita sama yang diatas, cinta pada lingkungan, cinta pada bumi seperti itu. Kemudian profil artis penyanyi juga kita lihat juga kalau penyanyinya punya track record yang tidak bagus misalkan di dunia pernyanyian gitu, misalkan pernah terlibat dalam kasus apa itu juga menjadi saringnya MQFM ketika memilih itu. (Hasil wawancara dengan Rizki Nurismarini, Program Director Radio 92,3 MQFM Yogyakarta tanggal 30 Mei 2017)

Berdasarkan informasi diatas dijelaskan bahwa musik dan lagu yang digunakan oleh radio MQFM adalah musik positif dimana dalam arti memiliki nilai positif yang terkandung dalam lirik dan aransemennya, yang harapannya untuk pendengar mendapatkan energi positif dari lagu tersebut. Kemudian untuk pemilihan lagunya juga selektif dimana dalam memilih lagu melihat track record penyanyinya, kemudian contoh lagu yang disiarkan yaitu Citra Scholastika, ost film kartini yang berjudul Aku Perempuan, Mahir Zein, dsb.

g. Menentukan Kemasan Iklan

Kemasan iklan menjadi salah satu identitas dari sebuah stasiun radio. pendengar dan pemasang iklan dapat mengetahui stasiun radio yang sedang didengarkan juga melalui kemasan iklan yang dibuat oleh stasiun radio. begitu juga dengan MQFM kemasan iklan yang dibuat menyesuaikan personality radio yaitu dengan menggunakan bahasa yang sopan dan tidak heboh.

Jadi iklan itu ada dua ya, produknya, dan yang kedua kemasannya kalo di mq. Produknya sudah saya jelaskan bahwa mq itu gak bisa sembarangan dengan produk. Kemasannya seperti yang sesuai dengan positioning dengan radio keluarga muslim. Kita keluarga loh. Kita gak bisa yang mungkin pakai kata-kata yang ooo bangsat atau ada yang iklan yang dia mungkin kemasannya buliying gitu. Nah itu gak boleh gitu. Jadi kita konsepnya pun konsep iklannya itu gak boleh yang mungkin akan mengejek orang, atau menghina orang atau misalnya mengejek pihak lain. jadi dari sisi produk dan kemasannya. (Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi, Direktur Operasional MQ FM Yogyakarta, 6 Juni 2017)

Berdasarkan informasi diatas dijelaskan bahwa radio MQFM Yogyakarta dalam mengemas iklan sesuai dengan *positioning* radio keluarga muslim dimana pada setiap iklan nya selalu pada prinsip islami kata-kata yang digunakan pada

iklan pun menggunakan kata yang sopan dan tidak berifat *bulliying* atau pun mengejek dan menghina produk lain.

#### h. Mengamati Radio Pesaing

Radio MQFM Yogyakarta tidak menganggap radio lain sebagai radio pesaing melainkan, radio yang berdiri pada tahun 2006 ini menjadikan radio lain sebagai variasi radio-radio yang mengudara yang ada di Yogyakarta. MQFM awal berdirinya tidak melakukan pengamatan dengan melakukan survei ataupun riset langsung kepada radio lain untuk membentuk suatu perubahan atau pembeda dengan radio-radio yang tersebar di Yogyakarta, melainkan MQFM secara langsung mengalami persaingan tersebut sebagai bentuk pengamatan secara tidak langsung untuk melakukan perubahan menjadi MQFM yang awalnya hanya berfokus pada radio bisnis menjadi MQFM (Manajemen Qolbu FM) yang berfokus kepada radio keluarga berbasis Islami. Berikut hasil wawancara dengan pihak MQFM mengenai perubahan substansi menjadi MQ FM yang berfokus pada radio keluarga yang berbasis Islami :

sejak awal itu kebetulan tidak ada radio saingan, radio saingan untuk keluarga muslim itu enggak ada Kalo radio keluarga ada emang, di jogja ada rejo buntung, jogja family ya, itu juga radio keluarga. Jadi kalo radio keluarga ya yang lebih kepada mereka, karena kita sangat sfesifik ya sehingga kalo dibilang head to head juga enggak karena, segmen yang kita ambil boleh jadi tidak sama, tidak bisa bersinggungan tapi tidak yang berhimpitan atau berbarisan gitu. Mungkin kalo *head to head* itu redjo buntung sama jogja family itu bisa *head to head*. Tapi kalo mq dengan redjo buntung dan jogja family ,Gimana mau *head to head* orang beda ya". (Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi, Direktur Operasional MQ FM Yogyakarta, 6 Juni 2017)

Berdasarkan informasi diatas dalam mengamati radio pesaing, sebelum berdiri nya radio 92,3MQFM Yogyakarta yang berbasi Islam, pada tahun 2001

nama lain dari MQFM Yogyakarta adalah Radio Bisnis Jogja pada saat itu radio bisnis jogja melakukan *blueocean* strategi mencoba berbeda dari radio lainya, kemudian tahun pada tahun 2006 beralih menjadi MQFM Yogyakarta oleh sebab itu MQFM mengalami persaingan yang sangat ketat pada saat itu, yang membuat beralih melakukan strategi perubahan, berikut hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi selaku Direktur Operasional 92,3 MQFM Yogyakarta :

dulu kita berfikirnya *blueocean* strategi, jadi pas *buming* dibuka perijinan radio, kita juga bikin radio yang sama dengan radio yang lain, jadi radio ini sebenarnya udah lama, disitu kita berdarah darah mbak, persaingan *marketing*, promosi,programnya itu berdarah darah disitu, ada kondisi semua orang itu dengar konten yang sama dengan radio satu dan yang lainnya itu sama semua, 4 tahun kemudian itu berfikir kayaknya kalau kita tetep di *redocean* itu berat karena radio yang lama itu sudah berumur panjang, kayak retjo buntung kan sudah sekitar 40 tahun sementara kita yang baru itu kalo bersaing kanyaknya berat, persaingan itu kan kuncinya, pertama harus lebih bagus, kedua kita harus lebih banyak duitnya. Akhirnya kita beralih ke *blueocean* kalo sekarang bahasa nya anti *mainstream*, lebih tenang saingan nya tidak terlalu banyak. (Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi, Direktur Operasional 92,3 MQFM Yogyakarta, 4 januari 2017)

- i. Melakukan Kerjasama dengan Berberapa Instansi dan Sekolah.

Seperti pada pemaparan pada sebelumnya, radio MQ FM merupakan bagian dari MQ FM pusat bandung, yang telah melakukan kerjasama dengan pihak AMIKOM untuk melakukan kerjasama dalam hak *frenchise*. Dengan dukungan dan kerjasama tersebut merupakan pondasi dasar berdirinya MQ FM yogyakarta.

Untuk MQFM jogja sendiri, itu statunya *frenchise* ya jadi memang hanya lebih kepada pembelian brand yang mana kita itu secara brand mengagumi prinsip-prinsip yang ada dalam manajemen qolbu, kemudian secara manajemen dan kelembagaan itu diatur sendiri oleh universitas amikom, jadi *frenchise* itu diambil oleh universitas amikom kemudian dikembangkan sendiri secara bisnis di jogja. Kita dari bandung

mendapatkan konten ya, untuk konten kita mengambil dari bandung, soalnya secara isinya, esensi program itu bandung yang lebih memegang atau punya peran penting disana. Karena konten-konten penting itu mereka yang menentukan”. (Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi, Direktur Operasional MQ FM Yogyakarta, 6 Juni 2017)

Selain melakukan kerja sama dengan Amikom, MQFM berkerjasama dengan instansi Pemerintah Kabupaten Sleman yaitu menjadi media patner dan kerjasama 92,3 MQFM Yogyakarta dengan media lain yaitu Sekolah Dasar Islam Terpadu Yogyakarta. Kerja sama tersebut dilakukan sebagai bentuk strategi promosi MQFM dengan cara mengadakan salah satu kegiatan Hafidz Qur’an di SDIT Yogyakarta dengan tujuan agar wali murid mengetahui radio tersebut sebagai radio islami. Seperti ynag di utarakan oleh Rahmi Arifiana Dewi selaku Direktur Operasional Radio 92,3 MQFM Yogyakarta sebagai berikut:

Radio mq fm juga menjalin kerjasama dengan sekolah islam terpadu, SDIT salman al-farisi dan SDIT syuhada Yogyakarta, disini ada beberapa iklan yang berasal dari sekolah islam terpadu,nah sekolah islam itu mempunyai jaringan tersendiri jaringan sekolah islam terpadu lainnya jadi saling berjaringan yang tadinya tidak tahun dengan mq fm karena berjaringan itu mereka jadi tahu (Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi, Direktur Operasional 92,3 MQFM Yogyakarta, Mei 2017)

## **2. Pelaksanaan *Positioning* Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta**

Setelah melakukan perencanaan *positioning* maka untuk tahap selanjutnya adalah menerapkan perencanaan dan strategi *positioning* dari radio 92,3 MQFM Yogyakarta. Tahap pelaksanaan yang sudah disesuaikan dengan strategi *positioning* yang telah direncanakan, Melalui hasil wawancara yang dilakukan dengan narasumber pihak MQ FM Yogyakarta menggunakan beberapa pelaksanaan *positioning* yang dilakukan agar dikenal oleh masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya sebagai radio keluarga muslim, diantaranya adalah melalui:

a. Perwujudan *positioning* radio 92,3 MQ FM Yogyakarta

Strategi *positioning* yang digunakan radio 92,3 MQFM untuk memberikan ciri kepada sebuah radio, dimana ciri khas tersebut dapat menjadikan keunggulan bagi radio 92,3 MQFM Yogyakarta dengan radio lainnya. Radio 92,3 MQFM Yogyakarta melakukan strategi *positioning* nya yaitu melalui promosi program *on air* dan *off air* dan melakukan kerja sama dengan instansi-instansi.

Adapun perwujudan *positioning* Radio 92,3 MQFM Yogyakarta meliputi :

1) *Station Call*

*Station Call* merupakan identitas dari sebuah radio. Pemilihan nama “Radio 92,3 MQFM Yogyakarta” dimana nama radio 92,3 MQFM Yogyakarta diambil dari radio MQFM Bandung karena status radio MQFM Yogyakarta adalah sebagai *frenchise* dan nama Manajemen Qolbu sudah menjadi merk dagang yang dibuat dan dipopulerkan oleh KH. Abdullah Gymnastiar dan melekat pada sejumlah unit perusahaan.

MQ FM Yogyakarta ini kan radio berjaringan (*frenchise*) radio ini kan awal mula nya di populerkan oleh Aa Gym di Bandung pada radio pusat, kemudian Aa Gym membuat bisnis media dan MQFM itu sudah mendaji merk dagang kemudian itu melekat pada sejumlah unit perusahaan, ada radio MQ dan TV MQ yang di beri oleh Aa Gym yang akhirnya nama itu yang ada dan kita pakai sekarang”. (Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi, Direktur Operasional MQ FM Yogyakarta, 6 Juni 2017)

## 2) Slogan

Penciptaan *positioning* yang dilakukan oleh Radio 92,3 MQFM Yogyakarta adalah memposisikan dirinya sebagai radio Keluarga Muslim dengan slogan “Inspirasi Keluarga Indonesia” slogan tersebut sebagai suatu upaya radio 92,3 MQFM Yogyakarta dalam melakukan *positioning* kepada khalayak pendengar. Slogan radio 92,3 MQFM Yogyakarta adalah “Inspirasi Keluarga Indonesia” sesuai dengan tujuan radio MQFM Yogyakarta agar dapat diterima oleh seluruh masyarakat Indonesia yang terdiri dari berbagai umur, pekerjaan, dan etnis. Pada saat berdirinya Radio 92,3 MQFM Yogyakarta agar bisa diterima oleh semua kalangan.

Awal nya tagline MQ FM itu “Radio Keluarga Muslim” namun sejak tahun 2012 kita berubah tagline nya menjadi “ Radio Inspirasi Keluarga Indonesia” karena disini agar pendengar nya Mq itu gak Cuma keluarga muslim aja tapi seluruh masyarakat Indonesia juga menjadi pendengar radio Mq fm. (Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi, Direktur Operasional MQ FM Yogyakarta, 6 Juni 2017)

Berdasarkan informasi diatas dijelaskan bawah tagline radio 92,3 MQFM Yogyakarta pernah mengalami perubahan yang awal mulanya adalah “Radio Keluarga Muslim” sekarang menjadi “Inspirasi Keluarga Indonesia” agar pendengar MQFM tidak hanya untuk keluarga muslim namun seluruh masyarakat indonesia menjadi pendengar MQ FM

## 3) Logo

Logo dari radio 92,3 MQFM Yogyakarta *simple* dan mudah diingat. Terdapat corak warna hijau pada huruf M sebagai penggambaran warna Islam

yang sejuk dan menentramkan hati, sesuai dengan karakter 92,3 MQFM Yogyakarta sebagai radio dakwah yang dapat menentramkan hati, kemudian corak warna emas pada Q menggambarkan kualitas, prestasi dan tujuan perusahaan yang gemilang, dan pada huruf M dan Q sebagai penggambar belalai yang dimiliki oleh binatang gajah besar, kuat, pintar dan saling tolong menolong.

Sedikit ada perubahan logo yang lama dengan logo yang baru, dulu positioning awal radio 92,3 MQFM jogja merupakan Radio Keluarga Muslim dan mengalami perubahan *tagline*, sejak tahun 2012 yang sekarang menjadi Inspirasi Keluarga Indonesia, kemudian seiring berjalannya waktu logo Jogja juga mengalami perubahan bentuk, maka logo radio 92,3 MQ FM Jogja menyesuaikan bentuk logo Yogyakarta seperti yang sekarang ini. (Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi, Direktur Operasional MQFM Yogyakarta, 6 Juni 2017)

Berdasarkan informasi diatas dijelaskan bahwa radio 92,3 MQ FM Yogyakarta pernah mengalami sedikit perubahan logo dikarenakan tagline radio yang berubah membuat sedikit perubahan juga pada logo, tagline awal radio 92,3 MQFM Yogyakarta adalah “Radio Keluarga Muslim” dan sekarang berubah menjadi “Inspirasi Keluarga Indonesia” dan diikuti juga dengan perubahan logo Jogja sehingga radio 92,3 MQFM Yogyakarta juga harus menyesuaikan dengan logo Jogja seperti sekarang ini.



**Gambar 3.1** Logo Radio Manajemen Qolbu 92,3 FM Yogyakarta

4) *Air Personality* dan Bahasa siaran

*Air personality* merupakan identitas sebuah stasiun radio *air personality* yang digunakan radio 92,3 MQFM Yogyakarta yaitu dewasa, cerdas, berukiyah, dan menyejukkan, kemudian bahasa siaran yang digunakan Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta adalah menggunakan bahasa Indonesia formal.

Bahasa Indonesia, jadi gak ada jawa, karena radio ini menggunakan bahasa Indonesia dan formal. Karena kalo siaran penyiar MQ punya *air personality* yang dewasa, cerdas, berukiah dan menyejukkan, 4 poin ini bahasanya yang tercermin dengan cara biasa yang dewasa berarti yang diksinya harus yang formal, cerdas berarti pemilihan diksi juga yang kekinian, dewasa berukiah berarti menghilangkan kata yang sia-sia. Mencerminkan pribadi muslim menyejukkan berarti membuat bahasa yang tidak profokatif. Yang membuat bahasa yang menjadi penengah diantara berbagai konflik yang ada. (Hasil wawancara dengan Rizki Nurismarini, Program Director MQ FM Yogyakarta, 30 Mei 2017)

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa dalam penentuan bahasa siaran yang gunanakan MQ FM adalah bahasa Indonesia formal dan tidak mengunakan bahasa jawa karena MQFM Yogyakarta segemntasinya tidak hanya untuk orang jawa, melainkan Yogyakarta yang sudah Multikultural

seperti yang diketahui banyak pendatang yang tinggal di Yogyakarta, dan untuk *air personality* yang digunakan radio MQFM adalah dewasa, cerdas, berukhiyah dan menyejukan, jadi bahasa yang di gunakan radio MQFM adalah bahasa baku dimana intonasi berbicara tidak yang tertalu cepat mudah di menegerti oleh pendengar khususnya orang tua.

#### 5) Pemilihan Penyiar

Pemilihan penyiar di radio 92,3 MQFM Yogyakarta memiliki bebrapa kriteria yaitu pengetahuan teknik vocalnya dan attitude, karena penyiar yang cerdas dapat mengatur kelancaran program acara yang disiarkan, jika terjadi masalah pada saat program acara sedang berlangsung, maka penyiar yang cerdas dapat dengan cepat memikirkan solusi agar siaran acara tetap berjalan, kemudian tidak berlebihan dan menjaga tutur katanya.

Kriteria dalam pemilihan penyiar, ada tiga kriteria dalam memilih penyiar yang pertama adalah untuk pengetahuannya kemudian teknik vokalnya, yang ketiga adalah attitudenya. Itu tiga point yang harus kita pegang untuk kenapa mau menjadi penyiar MQ FM. (Hasil wawancara dengan Rizki Nurismarini, Program Director MQ FM Yogyakarta, 30 Mei 2017)

Berdasarkan infomasi dijelaskan bahwa dalam pemilihan penyiar radio 92,3 MQFM Yogyakarta memiliki tiga kriteria dimana penyiar dilihat dari pengetahuanya tentang tata cara siaran, karena menjadi sorang penyiar harus cerdas dan dapat memikirkan solusi dengan cepat ketika saat siaran berlangsung dan terjadi masalah, kemudian penyiar dilihat dari teknik vocalnnya untuk menjadi penyiar dituntut untuk memiliki *air personality* sesuai dengan radio yang akan disiarkannya, dan dalam pemelihan penyiar

dihat dari attitudenya dalam bermasyarakat dan dalam kehidupannya di sosial media ketika dimasyarakat dan di sosial media seorang penyiar memiliki attitude yang tidak baik itu akan membuat *image* radio menjadi tidak baik juga dihadapan khalayak pendengar.

6) Panggilan Pendengar dan Komunitasnya

Radio MQ 92,3 FM Yogyakarta memilih “ Sahabat MQ” sebagai nama panggilan untuk pendengarnya, dengan panggilan “Sahabat MQ” membuat Radio Manajemen Qolbu 92,3 FM Yogyakarta menjadi lebih akrab dengan pendengarnya. Kemudian radio MQ FM juga memiliki komunitas pendengar yaitu orang-orang salimah (organisasi masa persaudaraan muslimah).

kita coba mengakrabkan diri dengan pendengar dan membuat mereka merasa radio mq sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka. ( Hasil wawancara dengan Haura, Penyiar Radio MQ FM, 31 Mei 2017)

b. Pelaksanaan *Positioning* Radio dalam Program Acara

Saat ini stasiun radio telah menjadi sebuah industri yang menempatkan diri dalam persaingan bisnis demi memperoleh keuntungan dan demi kelanjutan hidupnya, semakin banyak program acara yang didengar maka akan terlihat *rating* program acara yang tinggi, maka semakin banyak pula pengiklan yang akan mempromosikan produknya dalam program acara tersebut, karena program acara merupakan upaya terpenting sebagai daya tarik dalam memperoleh pendengar dan merupakan bagian dari strategi *positioning*. Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta melakukannya dengan program *on air* dan *off air* sebagai Strategi *positioning* yang digunakan radio 92,3 MQ FM Yogyakarta untuk memberikan ciri khas terhadap sebuah stasiun radio,

dimana ciri khas tersebut menjadi keunggulan radio 92,3 MQ FM Yogyakarta dari stasiun radio lainnya. Selain itu radio 92,3 MQ FM Yogyakarta melakukan *positioning* ke setiap komponen stasiun yaitu melalui program acara *on air* dan *off air*, materi siaran, pemilihan penyiar dan kegiatan promosi.

#### 1) Program *On Air*

Program siaran yang ada di radio 92,3 MQ FM Yogyakarta yang diciptakan beragam dan memprioritaskan Informasi dan hiburan. Hal ini dilakukan oleh MQ FM untuk menyesuaikan dengan segmentasi audien yang dimiliki oleh radio 92,3 MQ FM Yogyakarta yaitu keluarga yang terdiri dari berbagai tingkat usia dan pekerjaan.

##### a) Program Acara Khas

Program acara khas yang dimiliki radio 92,3 MQ FM merupakan sebuah identitas radio, seperti program “MQ Pagi” yang di siarkan setiap hari di radio Manajemen Qolbu 92,3 FM Yogyakarta pada pukul 05.00-06.00 pagi, MQ Pagi merupakan Program acara yang menghadirkan kajian tauhiid bersama Aa Gym langsung dari masjid Daarut Tauhiid Bandung, dan narasumber lainnya diantaranya KH. Syaiful Islam Mubarak,Lc, KH. Hilman Rosyad Lc, KH.Miftah Faridh. MQ Pagi merupakan salah satu program di radio 92,3 MQ FM Yogyakarta menjadi program yang ditunggu-tunggu oleh pendengar

## b) Program Acara Unggulan

Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta memiliki beberapa program yang menjadi program unggulan. Program unggulan dilihat dari respon pendengar pada acara-acara tersebut. Respon pendengar dilihat dari banyaknya telpon dan SMS yang masuk. Program acara unggulan radio 92,3 MQ FM adalah MUPOS (Musik Positif), Rumahku Surgaku, dan Inspirasi Malam (Bincang Malam)

Kalo program unggulan, sebenarnya untuk semuanya berusaha kita unggul, karena setiap program itu punya karakteristik masing-masing dan punya segmentasi masing-masing. Tapi kalau kita lihat *feedback* dari pendengar yang paling banyak itu dari program mupos (musik positif) yang request salam silaturrahi itu yang paling tinggi. Kemudian ada program rumahku surgaku itu program untuk remaja putri dan ibu-ibu rumah tangga muda, dan satu lagi kita punya program inspirasi malam. Kalo sebelum bulan ramadhan berbagai macam segmen ada, ada segmen psikologi, motivasi, bisnis, ada juga tentang keluarga rosululloh, ada juga yang muda menginspirasi, itu yang lagi *update*. (Hasil wawancara dengan Rizki Nurismarini, Program Director MQ FM Yogyakarta, 30 Mei 2017)

Berdasarkan informasi diatas di jelaskan bahwa radio 92,3 MQFM Yogyakarta memiliki beberapa program acara unggulan. Program unggulan ini dilihat dari respon pendengar terhadap program acara tersebut respon pendengar dari seberapa banyak interaktif pendengar melalui SMS dan telepon yang masuk ke radio selama program acara berlangsung.

### (a) Musik Positif (Mupos)

Program acara musik positif di radio 92,3 MQ FM Yogyakarta diadakan setiap hari yaitu pada hari Senin sampai Minggu pukul

20.30-22.00 wib, program acara musik positif merupakan Program acara yang menghadirkan musik-musik positif, dan pendengar bisa memilih dan berkirim salam silaturahmi melalui sms dan telepon, yang bertujuan sebagai sarana menikmati musik positif, Sebagai sarana memilih musik positif favorit dan sebagai sarana berkirim salam silaturahmi.

(b) Rumahku Surgaku

Program acara rumahku surgaku disiarkan hari senin sampai sabtu pada pukul 10.00 – 11.30 wib, Rumahku Surgaku merupakan program acara yang Membentuk keluarga sakinah mawaddah warahmah adalah harapan setiap orang yang menikah. Namun cita-cita tersebut tidak bisa dicapai tanpa ilmu. Oleh karena itu RUMAHKU SYURGAKU hadir sebagai acara yang akan menambah pengetahuan kita tentang seluk beluk rumah tangga yang sesuai dengan yang dicontohkan Rasulullah, kemudian tujuan dari program Rumahku Surgaku adalah untuk memberikan edukasi kepada pendengar dalam membangun dan membina keluarga, sebagai sarana konsultasi permasalahan keluarga agar terwujud keluarga bahagia yang penuh dengan kedamaian dan cinta.

(c) Bincang Malam (Inpirasi Malam)

Program acara Bincang Malam di radio 92,3 MQ FM Yogyakarta disirakan setiap hari selama tujuh hari dalam satu minggu

pada pukul 19.30 – 20.30 wib. Program acara Bincang Malam adalah Program acara yang menghadirkan perbincangan inspiratif di malam hari dengan beragam materi sehingga malam menjadi lebih bermakna.

## 2) Program *Off Air*

Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta melakukan kegiatan *off air* seperti stasiun radio lainnya baik yang dilakukan secara rutin maupun pada saat event-event tertentu saja. Kegiatan *off air* radio 92,3 MQ FM Yogyakarta yang dilakukan secara rutin yaitu setahun dua kali yakni pada saat milad radio 92,3 MQ FM Yogyakarta dan pada saat menyambut bulan Ramadhan.

kalo kegiatan *off air* nya ada, kemarin waktu milad mq fm itu kita punya kegiatan *off air* itu kan kita punya tema besar watu itu”lebih dekat dan menginspirasi bersama alquran,” jadi kemarin kita punya program hafiz quran hafiz untuk anak-anak sd, itu kita *road show* dari sd to sd kemudian kita ada finalnya juga, terus kita ada program ke panti asuhan kita kasih bantuan berupa kado untuk sahabat, yaitu berasal dari pendengar mq. Kemudian kita juga ada program donor darah juga, kemaren waktu milad dan insyallah pada bulan ramadhan ini kita juga program *off air*, Kemaren waktu *offair* itu *schoolzone* namanya. Kita bekerjasama dengan amikom juga, kita untuk tujuannya menggaet pendengar muda mq fm Yogyakarta, dan ini akan dilaksanakan pekan ini. Di smk insan cendikia dan sma 11. (Hasil wawancara dengan Rizki Nurismarini, Program Director MQ FM Yogyakarta, 30 Mei 2017)

Kegiatan *off air* Radio 92,3MQ FM Yogyakarta dilakukan dengan bekerjasama dengan pihak lain dalam mempromosikan suatu produk dimana Radio 92,3 MQFM Yogyakarta sebagai media pendukung dalam program acara tersebut. Program *off air* juga mempererat dan memperkenalkan Radio 92,3 MQFM Yogyakarta secara langsung kepada khalayak pendengar. Selain

itu, kegiatan *off air* Radio 92,3MQFM Yogyakarta juga bekerjasama dengan sekolah-sekolah islam.

Kegiatan *off air* diwujudkan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta agar melalui kegiatan *off air* ini secara tidak langsung mengajak masyarakat untuk untuk mendengarkan radio 92,3 MQFM Yogyakarta dan bisa lebih respon dalam kegiatan yang di adakan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta

a) Road Show Hafiz Qur'an

Kegiatan *off air* ini dilakukan dalam rangka memeriahkan milad Radio 92,3 MQFM Yogyakarta yang ke 11 pada bulan April 2017, kerjasama antara sekolah dasar islam terpadu syuhada yogyakarta dan sekolah dasar salman al-farisi 2 Yogyakarta, acara tersebut diisi dengan lomba menghafal Al-Qur'an tingkat sekolah dasar kemudian di akhir kegiatan *grand final* penentuan siapa yang menjadi pemenang dalam acara *road show* hafiz qur'an tersebut.

**Gambar 3.2** Roadshow Hafidz Qur'an SDIT Syuhada



(Sumber : Dokumentasi Radio 92,3 MQFM Yogyakarta tahun 2017)

**Gambar 3.3** Roadshow Hafidz Qur'an SDIT Salman Al-Farisi2



(Sumber : Dokumentasi Radio 92,3 MQFM Yogyakarta tahun 2017)

b) *School Zone*

Kegiatan *off air* ini dilakukan Radio 92,3 MQFM Yogyakarta dengan kampus Amikom pada bulan juni 2017 dengan menghadirkan motivator Errik Hadi Saputra, kerjasama dengan sekolah SMA 11 Yogyakarta dan SMK Insan Cendekia Yogyakarta, kegiatan tersebut dalam rangka mengajak anak-anak SMA untuk Melanjutkan sekolah Perguruan Tinggi mereka di Amikom dan secara tidak langsung memperkenalkan Radio 92,3 MQFM Yogyakarta terhadap mereka sebagai calon mahasiswa, dimana target terbesar pendengar Radio 92,3 MQFM

Yogyakarta ada Mahasiswa. Kemudian acara tersebut dimulai dengan hadroh, diisi dengan motivasi dan diselingi dengan band Javas dan tarian daerah.

**Gambar 3.4** Acara School Zone bersama SMA 11 Yogyakarta



*(Sumber : Dokumentasi Radio 92,3 MQFM Yogyakarta tahun 2017)*

**Gambar 3.5** Acara School Zone SMK Insan Cendekia Yogyakarta



*(Sumber: Dokumentasi Radio 92,3 MQFM Yogyakarta 2017)*

**Gambar 3.6** Acara *School Zone* SMK Insan Cendekia Yogyakarta



*(Sumber: Dokumentasi Radio 92,3 MQFM Yogyakarta tahun 2017)*

c) Berbagi Kado

kegiatan *off air* berbagi kado dari sahabat MQFM Yogyakarta untuk anak-anak yatim Wiwin Muslimah yang dilakukan pada bulan april 2017 dalam rangka milad radio 92,3 MQFM Yogyakarta yang ke 11 tahun dimana pada acara tersebut diisi dengan dongeng - dongeng untuk anak - anak yatim Wiwin Muslimah

**Gambar 3.7** Berbagi Kado Sahabat



(Sumber :Dokumentasi Radio 92,3 MQFM tahun 2017)

d) Memperinganti Ulang Tahun Kabupaten Sleman

Kegiatan *off air* ini dilakukan dalam rangka memperingati ulang tahun Kabupaten Sleman yang ke 101 pada bulan Mei 2017, dalam kegiatan ini radio 92,3 MQFM Yogyakarta menjadi media patner Kabupaten Sleman dalam acara tersebut.

**Gambar 3.8** Kegiatan MQFM sebagai media patner Kabupaten Sleman

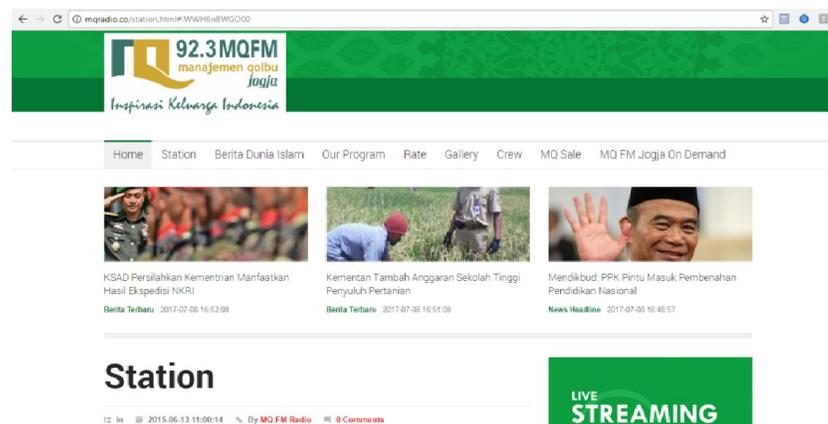


(Sumber : Dokumentasi Radio 92,3 MQFM Yogyakarta tahun 2017)

c) Penerapan *Positioning* Radio dalam Kegiatan Promosi

Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta dalam melakukan kegiatan promosinya dengan menggunakan beberapa media promosi yang mendukung dalam kegiatan *positioning* radio 92,3 MQ FM Yogyakarta antara lain *official website*, jejaring sosial, dan kerja sama dengan pihak lain. Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta menggunakan berbagai cara dalam mempromosikan radionya yaitu dengan cara memperluas jaringan mulai dari pengusaha, bisnis, dan sekolah-sekolah Islam, kemudian radio Manajemen Qolbu 92,3 FM Yogyakarta juga memiliki *official website* yaitu [www.mqradio.co](http://www.mqradio.co) yang dilengkapi juga dengan *streaming* langsung siaran radio 92,3 MQ FM Yogyakarta. Pada akun *facebook* ketika *streaming* Aa Gym sedang melakukan siaran *on air* jumlah *viewer* nya mencapai 50 ribu pendengar. Selain itu radio 92,3 MQFM juga memiliki akun *twitter* dan *instragam* sebagai media promosinya.

**Gambar 3.9** Tampilan Official Website Radio 92,3MQ FM Yogyakarta



(sumber : [www.mqradio.co](http://www.mqradio.co))

Dari gambar di atas pada tampilan jendela *website* radio 92,3 MQFM Yogyakarta terlihat isi konten dari *website* radio 92,3 MQFM Yogyakarta, dimana pada konten home terdapat jadwal siaran dan terdapat *station live streaming* ketika

membuka website MQFM pendengar langsung bisa mendengarkan siaran apa yang sedang *live* saat itu juga, kemudian pada konten *station* berisikan sejarah dan profil radio, pada konten berita dunia Islam berisikan berita *up to date* mengenai Islam di dunia, kemudian pada konten *gallery* berisikan kegiatan-kegiatan mengenai MQFM. Dengan memiliki *website* radio 92,3MQ FM akan selalu terhubung dengan pelanggan dan bisa diakses kapanpun.

**Gambar 3.10** Tampilan Facebook Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta



( sumber : [https://web.facebook.com/MQFMJogja?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/MQFMJogja?_rdc=1&_rdr) )

Dari gambar diatas menunjukan akun *facebook* radio 92,3 MQFM Yogyakarta dengan alamat akun @mqfmjogja, berisikan infomasi jadwal siaran. Akun *facebook* milik MQFM Yogyakarta ini memiliki 3438 pertemanan. Oleh karena itu dalam media ini penglolaan media sosial dinilai efektif untuk mendukung promosi program acara yang dimiliki oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta, karena setiap harinya ada jutaan orang yang beraktifitas di *facebook*, dan *facebook* sangat potensial untuk dijadikan media pemasaran yang efektif.

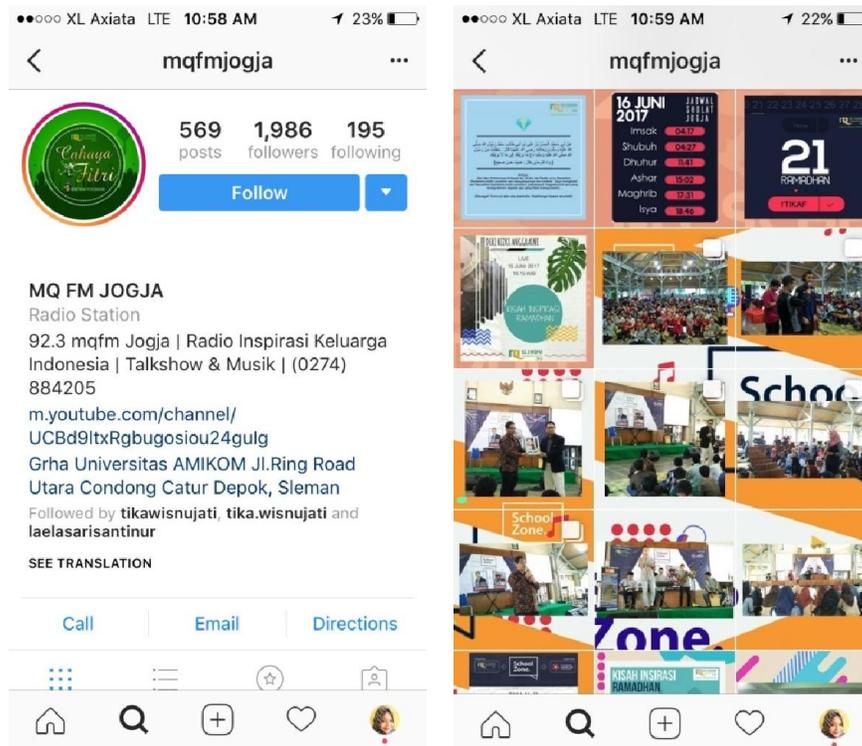
**Gambar 3.11** Tampilan Twitter Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta



(sumber : <https://twitter.com/radiomqfmjogja?lang=en>)

Dari gambar diatas menunjukkan akun twitter radio 92,3 MQFM Yogyakarta dengan alamat akun @mqfmjogja, berisikan infomasi jadwal siaran, dimana yang terlihat dari gambar diatas akun @mqfmjogja mengajak sahabat MQ untuk berinteraksi dengan meyuruh sabahat MQ untuk memilih Murottal apa yang akan disiarkan pada hari itu. Akun twitter milik MQFM Yogyakarta ini memiliki 369 *followers*. Oleh karena itu dalam media ini penglolaan media sosial dinilai efektif untuk mendukung promosi program acara yang dimiliki oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta.

**Gambar 3.12** Tampilan Instagram Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta



(sumber: <http://www.thepicta.com/user/mqfmjogja/2927421919> )

Dari gambar diatas menunjukkan akun *instagram* radio 92,3 MQFM Yogyakarta dengan alamat akun @mqfmjogja, berisikan postingan gambar beupa kalimat-kalimat motivasi dan foto-foto kegiatan yang dilakukan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta. Akun *instragram* milik radio 92,3 MQFM Yogyakarta ini memiliki 1986 *followers* dan 569 postingan foto. Oleh karena itu dalam media ini pengelolaan media sosial dinilai efektif untuk mendukung promosi program acara yang dimiliki oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta.

### **3. Evaluasi *Positioning* Radio 92,3 MQFM Yogyakarta**

#### **a. Evaluasi**

Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta selalu mengadakan evaluasi setelah melakukan tahapan demi tahapan proses perencanaan guna membahas mengenai perencanaan dan pelaksanaan program yang telah dilakukan oleh Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta, evaluasi dilakukan dengan beberapa divisi tergantung yang menjadi bahan evaluasi, untuk bagian program acara evaluasi dilakukan oleh Direktur Operasional dengan manajer program, kemudian untuk keseluruhan dilakukan pada evaluasi besar pada saat evaluasi tahunan bersama MQFM Bandung.

Evaluasi bertujuan untuk mengetahui adanya terjadi kesalahan baik untuk program acara, penyiar dan di bagian marketing, kemudian juga menjadi introspeksi bagi radio 92,3 MQ FM Yogyakarta agar kedepannya bisa lebih baik dari sebelumnya. Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta mengadakan evaluasi setiap akhir tahun, yaitu evaluasi yang dilakukan pada saat rapat besar dengan radio MQ FM Bandung karena radio 92,3 MQ FM Yogyakarta merupakan radio yang berjaringan jadi ketika melakukan evaluasi harus dengan rapat besar bersama radio MQ di Bandung. Rapat besar dilakukan untuk membahas seluruh divisi yang ada radio MQ FM Yogyakarta. Rapat ini dihadiri tidak hanya oleh karyawan MQ FM Yogyakarta tetapi MQ FM Bandung yang memiliki tanggung jawab di setiap divisi tetapi juga oleh pemegang saham radio MQ FM.

Setiap akhir tahun pengurus dari radio 92,3 MQ FM Yogyakarta melakukan rapat dengan radio pusat yakni radio Manajemen Qolbu Bandung melakukan rapat

tentang program acara yang disiarkan oleh radio 92,3 MQ FM Yogyakarta, pada rapat tersebut apakah ada program acara yang layak dan tidaknya untuk dilanjutkan, kemudian terdapat kriteria program yaitu dilihat dari respon pendengar baik atau buruk yang dapat terlihat dari respon pendengar melalui telepon atau SMS yang masuk ke radio 92,3 MQ FM Yogyakarta.

Evaluasi yang dilakukan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta dalam bidang siaran yakni program acara biasanya dilakukan 3 bulan sekali namun lebih ke teknisnya guna membahas kendala-kendala yang terjadi ketika produksi program acara tersebut dilaksanakan. Kendala yang terjadi misalkan daya pancar radio 92,3 MQFM Yogyakarta mengalami kerusakan selama sebulan MQFM tidak bisa siaran. Untuk rapat setiap tiga bulan sekali dilakukan rapat mengenai evaluasi program acara rapat intim yaitu yang hanya di hadiri oleh bagian internal radio 92,3 MQ FM Yogyakarta, kemudian untuk evaluasi kinerja karyawan dilakukan setiap satu bulan sekali

Kita kalo rapat intim Radio MQFM jogja itu untuk evaluasi kinerjanya itu sebulan sekali, kemudian kalo untuk evaluasi programnya kita tiga bulan sekali dan evaluasi program itu lebih ke operasionalnya ya, dan untuk evaluasi dengan radio pusat di Bandung itu kita setiap akhir tahun, jadi di awal tahunnya kita sudah punya program-program yang siap untuk disiarkan, karena kita untuk rapat mengenai program itu disetiap programnya kita sudahantisipasi layak tidaknya jadi selama setahun itu kita tidak pernah sampai ganti program acara karena diawal pembuatan program kita sudah pikirkan program yang diinginkan pendengaran dan untuk solusinya juga sudah kita pikirkan jika terjadi sesuatu. Hasil wawancara dengan Rahmi Arifiana Dewi, Direktur Operasional MQ FM Yogyakarta, 6 Juni 2017)

Oleh karena itu dalam melakukan kegiatan *positioning* sebuah stasiun radio pasti terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankannya. Dengan adanya pendengar setia pada setiap program acara yang disiarkan di radio Manajemen

Qolbu 92,3 FM Yogyakarta baik kritik dan saran serta dukungan dari pendengar program acara di radio manajemn Qolbu 92,3 FM Yogyakarta tidak akan bertahan lama tanpa adanya dukungan dari pendengar

#### b. Faktor Pendukung dan Penghambat

Dalam melakukan *postioning* radio tentunya akan mendapatkan faktor pendukung dan penghambat, begitu juga dengan yang dilakukan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta dalam melakukan *postioningnya* yaitu faktor pendukung dengan bekerja sama dengan pihak Amikom dan radio MQFM Bandung, hal ini bisa mempromosikan kegiatan program apa saja yang akan dilaksanakan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta. Kemudian faktor pendukung juga terletak pada kegiatan *off air* yang dilakukan oleh radio 92,3 MQ FM Yogyakarta, kegiatan *off air* yang dilakukan akan mengakibatkan kedekatan antara radio 92,3 MQFM Yogyakarta dengan pendengarnya dan khalayak akan lebih mengenal radio 92,3 MQFM Yogyakarta dengan acara berinteraksi langsung dengan khalayak.

Selain faktor pendukung radio 92,3 MQ FM Yogyakarta juga mengalami hambatan yang dirasakan oleh Radio Manajemen Qolbu 92,3 FM Yogyakarta, faktor utama yang paling menghambat yaitu SMD (sumber daya Manusia) dan *Financial* dari radio harus berebut iklan (Produk Halal) tetap beroperasi dan terus mengudara.

Selain itu respon pendengar saat ini terhadap *positioning* yang disampaikan ke khalayak pendengar radio 92,3 MQFM Yogyakarta sudah jelas dan dimengerti oleh audien dan program acaranya yang disajikan radio 92,3 MQFM Yogyakarta sudah bagus bagi pendengar yang ingin belajar tentang agama islam, terlihat dari program-

program acara yang disajikan banyak di senangi oleh pendengar yaitu program acara MQ Pagi kajian tauhiid bersama Aa Gym langsung siaran dari Daarut Tauhiid bandung, kemudian Musik Positif, dan Inspirasi Malam, hal tersebut terlihat dalam wawancara oleh beberapa pendengar mengenai radio 92,3 MQ FM Yogyakarta, sebagai berikut :

Program acaranya bagus, maksudnya itu ya kalo misalkan buat kita yang ingin memperdalam agama kita ya bagus disana banyak, materinya banyak terus kita lebih kenal para tokoh-tokoh islam, kan disana juga ada yang menceritakan sahabat-sahabat nabi. Kayak habis itu ada pertanyaan, yang pertanyaan-pertanyaan yang membuat kita penasaran memberikan pengetahuan baru. yang paling saya suka yaitu manajemen qolbu itu, itu kan dakhwah Aa gym. Kalo Aa gym kan dakwahnya suka bener bagi saya kena gitu Aa gym, terus yang inspirasi pagi, biasanya disana kan diceriain juga kayak orang yang memotivasi, yang munculnya dari sahabat, terus juga apa sih kayak pagi mengaji kalo ndak salah, nah itu biasanya para pendengar nelpun terus ngaji, dan dikoreksi sama ustad yang lagi siaran. Kan disitu kan ada pembelajaran gitu. Tapi kalo yang paling saya suka itu manajemen qolbu pagi. kalau untuk saran itu jaringan coba diperluas lagi, soalnya radionya ya lumayan bagus buat keluarga jadi panutan keluarga, terus kalo yang manajemen qolbunya pagi nya ditambah lagi, biasanya cuma satu jam sih (Hasil wawancara audien MQ FM, Santi Nurlaelasari, mahasiswi UIN jogja pada tanggal 23 Mei 2017).

Berdasarkan informasi diatas dijelaskan bahwa radio 92,3 MQ FM Yogyakarta pada program acara yang disajikan sudah bagus bagi pendengar yang ingin memperdalam ilmu agamanya, kemauan *positioning* yang disampaikan radio 92,3 MQFM Yogyakarta sudah cukup jelas dan dimengerti oleh audien bahwa radio ini adalah radio keluarga, bisa menjadi panutan dalam berkeluarga, kemudian saran yang diberikan oleh audien yaitu untuk jaringan dan frekuensinya diperluas karena pendengar kurang puas ketika ingin mendengarkan radio 92,3 MQFM Yogyakarta harus susah mencari suara yang jernih.

Hal senada juga diungkapkan oleh audien radio 92,3 MQFM Yogyakarta, sebagai berikut :

Radio 92,3 MQFM Yogyakarta ini memberikan informasi tentang keluarga tapi ya ada unsur dakwah didalam nya. untuk program sebenarnya informatif banget sih, cuma mungkin jargonnya itu untuk keluarga, identik dengan orang dewasa, kalo untuk anak muda ya itu lebih ke musik nya, kebanyakan tema nya tentang keluarga, tentang bagaimana menjadi keluarga yang baik, gimana cara ngatur proses keluarga, jadi emang lebih banyak untuk yang dewasa, untuk yang anak muda nya sedikit. Kalau untuk saran jaringan nya sih ya, radio ini kan bagus informatif banget, dan info-infonya meskipun lebih banyak untuk orang dewasa, kan intinya isinya bagus, tapi sayang nya itu jaringan susah, harus nyari posisi kabel headset, berbeda dengan radio lain tinggal pencet langsung lancar. (Hasil wawancara dengan audien MQ MF, Tika Wisnujati, mahasiswi UIN jogja pada tanggal 23 Mei 2017).

Berdasarkan informasi diatas dijelaskan *positioning* yang disampaikan radio 92,3 MQFM Yogyakarta sudah cukup jelas dan dimengerti oleh audien bahwa radio ini adalah radio keluarga yang memberikan informasi mengenai keluarga yang terdapat unsur dakwah didalam setiap programnya, kemudian saran yang diberikan oleh audien yaitu mengenai frekuensi nya yang kurang diperluas sehingga audien sedikit kesulitan ketikan ingin mendengarkan radio 92,3 MQFM Yogyakarta.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Perencanaan *Positioning* Radio 92,3 MQFM Yogyakarta**

Sebuah stasiun radio dikatakan berhasil tentu tidak lepas dari loyalitas pendengarnya. Sebuah stasiun radio dikatakan baik apabila khalayak pendengarnya mampu bertahan dalam mendengarkan program-program yang disiarkan, maka perlu adanya sebuah strategi. *Positioning* merupakan strategi sebuah stasiun radio yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan sebuah stasiun radio dan menciptakan citra kepada pendengar. *Positioning* sebuah stasiun radio dapat diwujudkan melalui beberapa tahapan konsep S-T-P-F-P.

#### **a. Segmentasi Radio 92,3 MQFM Yogyakarta**

Sebuah stasiun radio perlu melakukan segmentasi pendengar agar dapat mengetahui kelompok apa saja yang akan menjadi sasaran. Segmentasi dilakukan agar dapat memberikan sajian sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh khalayak pendengarnya, dengan memahami pendengarnya maka stasiun radio dapat menentukan bagaimana menjangkau pendengarnya, program acara apa saja yang dibutuhkan, dan bagaimana mempertahankan pendengar dari program pesaing. Segmentasi merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan, dengan adanya segmentasi maka stasiun radio dapat dengan mudah membidik pangsa pendengarnya.

Menurut Warter Agustim (2016) *Positioning* melalui program siaran Radio Mitra 97,0 FM “membagi segmen pendengar berdasarkan variabel geografis, demografis, psikografis dan tingkah laku. Tahapan ini digunakan untuk membentuk segmen yang tajam untuk bisa melakukan *targeting* iklan

produk melalui program siaran”. Selanjutnya dalam bukunya Morissan (2008: 181-189) segmentasi dibagi dalam beberapa variabel, diantaranya demografis, geografis, geodemografis dan psikografis.

#### 1) Demografis

Segmentasi demografi adalah segmentasi yang didasarkan pada peta kependudukan misalnya: usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan, dan suku. Dari sisi demografinya, segmentasi yang dilakukan oleh Radio 92,3 MQFM Yogyakarta meliputi jenis kelamin dengan persentase 32% untuk laki-laki dan 68% untuk perempuan. Dilihat dari jenis kelamin radio MQFM lebih ditargetkan kepada perempuan, karena perempuan dikenal lebih konsumtif dibandingkan dengan laki-laki. Ini sudah sesuai karena radio 92,3 MQFM Yogyakarta merupakan radio komersial yang bertujuan untuk menarik keuntungan.

Dilihat dari usianya radio 92,3 MQFM Yogyakarta menentukan usia dibawah 15 tahun 1%, usia antara 15 tahun sampai 19 tahun mendapatkan persentase sebesar 20%, untuk usia 20 tahun sampai 35 tahun merupakan sasaran terbanyak sebesar 70%, sedangkan usia diatas 35 tahun sebesar 9%.

Untuk pembagian jenis pekerjaan, radio 92,3 MQFM Yogyakarta menentukan 8% untuk PNS, TNI dan Polri, untuk pegawai swasta sebesar 15%, untuk pelajar dan ibu rumah tangga masing-masing mendapatkan persentasi sebesar 10%, untuk pensiunan dan buruh tani mendapatkan

persentase 1%, dan untuk mahasiswa mendapatkan persentase terbesar sebanyak 35%.

Adapun klasifikasi berdasarkan jenis tingkat pendidikan untuk tingkat belum tamat SMA mendapatkan persentase 12%, dan untuk tinggkat tamat SMA mendapatkan persentase sebanyak 39%, sedangkan tamat perguruan tinggi mendapatkan persentase sebanyak 49%.

Kemudian klasifikasi berdasarkan status sosial ekonominya. Untuk kelas A (menengah keatas) mendapatkan persentase sebesar 25%, kelas B (menengah) mendapatkan persentase sebesar 15%, dan kelas C (menengah kebawah) mendapatkan persentase terbesar sebanyak 48%, sedangkan kelas D (kebawah) mendapatkan 12%. Segmentasi pendengar yang dilakukan dari segi status ekonomi sosial radio 92,3 MQFM Yogyakarta merupakan radio kelas A (menengah keatas) namun pada kenyataannya dilihat dari persentase terbanyak adalah kelas C (menengah kebawah). hal ini tidak sesuai karena menurut Eric Berkowitz dkk ( dalam Morissan, 2008 :178-179) membagi suatu segmen pasar haruslah kedalam kelompok-kelompok yang jelas dan memiliki kebutuhan yang sama dan juga memberikan respon yang sama terhadap suatu tindakan pemasaran. Oleh karena itu segmentasi radio 92,3 MQFM Yogyakarta dengan klasifikasi S.E.S yang dibuat sekarang kurang memuaskan karena konten yang disampaikan kurang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat menengah keatas.

## 2) Geografis

Dilihat dari segmentasi geografisnya radio 92,3 MQFM Yogyakarta menjangkau daerah yang meliputi wilayah Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman. Hal ini sudah tepat yang dilakukan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta karena menurut Kasali adalah segmentasi yang mencakup suatu wilayah baik itu negara, provinsi, kota, kabupaten dan lingkungan (kasali, 2007: 78).

### 3) Geodemografis

Segmentasi geodemografi yaitu gabungan dari segmentasi geografi dan segmentasi demografis. Untuk radio 92,3 MQFM Yogyakarta segmentasi yang dituju adalah yang berusia 20 – 35 tahun. Karakter khalayak yang usia 20 -35 tahun adalah yang usia perkawinannya dibawah 15 tahun dan yang bertempat tinggal di kabupaten Sleman dan kota Yogyakarta cenderung memiliki kesamaan, hal ini akan memberikan kemudahan bagi radio 92,3 MQFM Yogyakarta dalam menciptakan program acara. Hal ini tepat dilakukan oleh radio 92,3 MQ FM Yogyakarta karena menurut Morissan, khalayak yang tinggal disuatu wilayah geografi yang sama, diyakini memiliki karakter demografis yang sejenis (Morissan, 2008:189) .

### 4) Psikografis

Segmentasi psikografis yang dilakukan radio 92,3 MQFM Yogyakarta adalah pendengar pria dan wanita yang mempunyai gaya hidup yang modern. Hal ini tidak sesuai dengan segmentasi yang dilakukan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta karena jika dilihat dari kelas S.E.S radio 92,3

MQFM Yogyakarta memiliki pendengar terbanyak yakni pada kelas C (menengah kebawah) dengan persentase 48 % menurut Morissan Segmentasi psikografis mengacu pada tingkah laku dan gaya hidup yang di anut masyarakat (Morissan, 2008:189)

**b. Targeting Radio 92,3 MQFM Yogyakarta**

*Targeting* merupakan langkah kedua yang dilakukan Radio 92,3MQFM Yogyakarta dalam menentukan *positioning*. *Targeting* radio 92,3 MQFM Yogyakarta merupakan pembentukan klasifikasi pendengar yang ingin dijangkau. Target pendengar Radio 92,3 MQFM Yogyakarta menjangkau remaja, dewasa dan orang tua dengan menyajikan program-program islami dan pendidikan karakter.

Menurut Clancy dan Ahulman berdasarkan kutipan dari Morissan (2008:194-195), ada empat kriteria yang harus dipenuhi pengelola media penyiaran untuk mendapatkan audien, sasaran yang optimal adalah :

a) Responsif

Radio 92,3 MQFM Yogyakarta selalu berinteraksi dengan pendengar baik itu melalui SMS, telepon, *facebook*, dan silaturahmi langsung dengan pendengar, hal ini akan mengetahui respon yang terjadi dari khalayak seperti apa, baik itu respon positif ataupun negatif. Respon pendengar sangat penting, karena jika respon yang diterima baik, maka program acara yang dimiliki radio 92,3MQFM Yogyakarta akan bertahan. Sedangkan yang di terima adalah respon yang buruk maka dengan kata lain program acara tersebut tidak dapat diteruskan siarannya. Radio 92,3 MQFM Yogyakarta

berinteraksi dengan pendengar terbilang sudah menjalin komunikasi yang baik dengan mengadakan acara *off air* dan terbentuknya komunitas pendengar MQ FM Yogyakarta serta telah membangun interaksi sosial media yang baik, kerana mengetahui respon dari khalayak akan bisa mendapatkan pasar secara optimal (Clancy & Shulman dalam Kasali 2007: 375)

b) Potensi penjualan

Radio 92,3 MQFM Yogyakarta berusaha untuk memiliki nilai jual, dalam hal ini konsep acara yang dibuat seunik dan semenarik mungkin sehingga bisa menarik pelanggan. Semakin besar pasar sasaran akan semakin besar pula nilainya. Oleh karena itu dalam setiap program acara dan iklan yang disiarkan di radio 92,3 MQFM Yogyakarta selalu memperlihatkan ciri khas kesopanan baik dalam berbahasa maupun gaya siaran yang digunakan. Disini memperlihatkan bahwa MQ FM tetap menggunakan asas islami sebagai landasan setiap program acara, dalam hal ini menjadikan nilai jual tersendiri. Menurut Clancy & Shulman setiap program acara yang disiarkan harus memiliki potensi penjualan yang cukup luas, semakin besar pasar sasaran akan semakin besar nilainya. (Kasali 2007 : 375)

c) Pertumbuhan Memadai

Audien tidak dapat dengan segera bereaksi, kerana audien akan bertambah secara perlahan-lahan sampai akhirnya meningkat dengan pesat.

Kalau pertambahan audien lambat, tentu akan dipikirkan langkah-langkah agar program bisa diterima oleh audien. Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta selalu mengadakan evaluasi mengenai program acara yang mereka buat, evaluasi program dilakukan setiap 3 bulan sekali, radio 92,3 MQ FM Yogyakarta tidak langsung begitu saja mengganti program acara yang tidak diminati pendengar, melainkan menunggu hingga rapat besar yang dilaksanakan dengan radio MQ FM Bandung yang diadakan setiap akhir tahun. Jika pendengar terus mengalami penurunan yang bisa dilihat melalui jumlah SMS dan telepon yang masuk ke radio 92,3 MQ FM Yogyakarta, maka program tersebut akan diganti sesuai yang diinginkan pendengar dan dikombinasikan dengan inovasi hasil rapat.

d) Jangkauan iklan

Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta sedikit mengalami kesulitan dalam mendapatkan pengiklan, karena radio 92,3 MQ FM memiliki prinsip yaitu tidak menerima produk yang tidak halal, misalkan produk rokok, bar dan diskotik maupun bank konvensional atau produk- produk yang dinilai MQ FM dalam kategori “Subhat” (ragu/belum jelas) dalam hal ini MQ FM cukup selektif menerima iklan yang masuk, 92,3 MQ FM Yogyakarta tidak melakukan secara optimal dalam mendapatkan pengiklan karena menurut Clancy & Shulman, Pemasang iklan akan sangat memikirkan media penyiaran yang paling tepat untuk memasarkan produknya. Audien sasaran akan dapat dicapai dengan optimal jika pemasang iklan dapat dengan tepat

memilih media untuk mempromosikan dan memperkenalkan produknya  
(Kasali 2007:376)

**c. *Positioning* Radio 92,3 MQFM Yogyakarta**

*Positioning* dilakukan dalam beberapa tindakan dalam radio itu sendiri. Sama halnya dengan pemberian nama Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta yang *mempositioning* kan bahwa radio 92,3 MQ FM Yogyakarta berkepemilikan PT. Manajemen Qolbul Corporation. Kehadiran radio 92,3 MQFM Yogyakarta sebagai radio *franchise* memberikan dampak yang positif terhadap *postioning* yang dilakukan, karena radio MQ FM Bandung dan MQTV sudah diketahui oleh masyarakat luas, sehingga dalam hal ini dapat mempermudah radio 92,3MQ FM Yogyakarta dapat dengan mudah memperkenalkan radionya seperti yang dijelaskan oleh Morissan (2008:197) bahwa “*positioning* adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merk atau perusahaan di dalam otaknya, di dalam alam khayalnya sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu”. *Postioning* harus bisa mewakili citra yang hendak ditanam oleh radio 92,3 MQ FM Yogyakarta kepada pendengar yakni sebagai radio Keluarga Muslim. *Image* radio 92,3 MQ FM Yogyakarta sebagai radio Keluarga Muslim tercerminkan dalam *station identity* berupa *station call*, slogan bahasa siaran, dan program acara *on air* serta didukung dengan kegiatan promosi dan kegiatan *off air*.

Stasiun *call* yang digunakan oleh radio 92,3 MQ FM Yogyakarta sudah tepat dengan nama MQ (Majamen Qolbu) yang mengisyaratkan bahwa radio tersebut merupakan radio yang membawa kedamaian dan menata jiwa

khalayak pendengar. Kemudian slogan yang dibuat radio 92,3 MQFM Yogyakarta yaitu “Inspirasi Keluarga Indonesia” yang mempunyai arti bahwa radio 92,3MQ FM Yogyakarta juga sudah meluas diseluruh wilayah dengan menjadi radio berjarangan yang ada di Bandung dan Dabo Singkep.

**d. Formatting Radio 92,3 MQFM Yogyakarta**

Format acara yang diterapkan dalam Radio 92,3MQ FM Yogyakarta sesuai dengan segmentasi yang dibuat agar bisa mencapai sasaran yang diinginkan. Penerapan format stasiun Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta sangat erat kaitannya dengan kebijakan yang cenderung *segmented* karena setiap stasiun radio memiliki karakter. Format yang ditentukan harus sesuai dengan segmentasi yang dibuat agar dapat menjangkau sasaran yang tepat.

*Formatting* merupakan citra perusahaan yang akan membedakan stasiun radio satu dengan lainnya. Format acara harus bisa menyampaikan pesan yang dibuat untuk memenuhi khalayak pendengar secara spesifik dan kesiapan radio untuk berkompetisi dengan radio lainnya.

Menurut Joseph Dominick (2001) dalam Morison (2008:231) format stasiun penyiaran radio harus siap tampil dalam beberapa wilayah, yaitu:

1) Kepribadian (*personality*) penyiar dan reporter

Radio 92,3 MQFM Yogyakarta sangat memperhatikan dalam hal *air personality* penyiarnya. Seperti halnya menggunakan bahasa Indonesia formal yang dewasa dalam arti dewasa dalam menyampaikan siaran, cerdas dalam siaran, berukhiyah yaitu mampu menyadarkan pendengar dengan bahasa yang sopan formal dan menyejukkan.

Hal ini dapat dibuktikan bahwa radio 92,3 MQ FM Yogyakarta merupakan salah satu radio yang menjaga *positioning* stasiun radionya. Radio MQ FM merupakan radio berjaringan yang ada di Bandung, Yogyakarta dan Dabo Singkep jadi pemilihan bahasa yang digunakan juga disesuaikan dengan brand mereka sebagai radio *franchise* yaitu bahasa Indonesia sebagai bahasa pemersatu untuk mereka karena berada di wilayah yang berbeda.

## 2) Pilihan musik dan lagu

Pemilihan musik atau lagu MQ FM memilih *musik hot adult contemporary* yang *soft* seperti jazz dan pop dan musik positif dalam arti, lagu yang memiliki nilai positif yang terkandung dalam lirik dan aransmen nya. jenis musik ini adalah salah satu format stasiun penyiaran yang mengudarakan musik populer dan *easy listening* jenis musik ini ringan dan mudah didengar, musiknya cenderung *slow* dan tidak menampilkan komposisi yang rumit dengan aransmen sederhana dan enak didengarkan. Untuk lagu MQ FM juga selektif dimana dalam memilih lagu juga melihat *track record* penyanyinya. Contoh lagu yang disiarkan yaitu, Citra Scholastika dll.

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

Iklan yang masuk di MQ FM sebagian sudah siap dari pemasang iklan, sebagian mereka menyerahkan semuanya kepada MQFM atau penggarapan iklan secara bersamaan. Hal ini menunjukkan komitmen MQFM terhadap setiap pemasang iklan untuk ikut terlibat dan bertanggung jawab atas iklan yang disampaikan kepada khalayak.

### e. **Programming Radio 92,3 MQFM Yogyakarta**

*Programming* pada radio 92,3 MQFM Yogyakarta erat kaitannya dengan *positioning* yang dilakukan. *Programming* menentukan pemilihan dan selera pendengar kepada program siaran yang disajikan. Radio 92,3 MQFM Yogyakarta melakukan pemetaan dan riset kepada para pendengar. Tindakan ini dilakukan untuk mengetahui kondisi demografis terhadap pendengar yang ada, sehingga akan mengetahui kapan program acara yang akan disiarkan dan apa saja konten, sajian serta materi yang akan disiarkan. Setiap program acara harus dapat menyesuaikan dengan *positioning* stasiun radio, dalam hal ini terdapat rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar yang lebih besar, sedangkan program yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar.

Dalam sebuah stasiun radio persaingan sangatlah ketat dan membuat setiap stasiun radio saling berlomba-lomba untuk mendapatkan pendengar dan pengiklan yang banyak. Program acara yang dimiliki radio 92,3 MQ FM Yogyakarta sedikit berbeda dengan radio lainnya, dengan menanamkan citra dibenak pendengar karena program yang dimiliki radio 92,3 MQ FM Yogyakarta tidak sama dengan radio lainnya, yaitu berbasis islami.

Program acara merupakan faktor penting yang akan membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang disuguhkan. Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta membagi kedalam dua bentuk program acara yaitu program acara *on air* dan program acara *off air*. Program acara *on air* sendiri adalah program acara yang langsung disiarkan atau dapat direkam terlebih dahulu kemudian disiarkan oleh penyiar radio 92,3 MQ FM Yogyakarta. Sedangkan kegiatan program *off air*

kegiatan yang dilakukan diluar studio, dimana pengurus radio 92,3 MQFM Yogyakarta bertatap muka secara langsung dengan pendengarnya, seperti pada kegiatan *Hafizd Qur'an*, berbagi kado ke panti asuhan, dan acara *shcool zone*.

Setiap program acara yang kurang menarik tentunya akan ditinggalkan dan tidak diminati oleh pendengarnya, dalam hal ini akan menghambat *positioning* yang dilakukan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta dan akan kesulitan dalam menarik pendengarnya.

Menurut Sydney W Head dalam (Purwatomo, 2007:35) terdapat lima elemen penting dalam *programming*, yaitu:

1. *Compability* ( kesesuaian)

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

Program di radio 92,3 MQ FM Yogyakarta dimulai pukul 04.00-24.00 wib dari hari senin hingga minggu.jam siaran sudah disiarkan sesuai dengan kebiasaan dari pendengar yang beragama muslim yang sambil menunggu azan subuh dan akan memulai aktifitasnya dipagi hari, oleh karena itu jadwal siaran radio 92,3 MQ FM Yogyakarta dimulai pada pukul 04.00 pagi sebagai teman untuk menunggu azan subuh dan untuk memulai aktifitasnya dipagi hari kemudian berakhir pada pukul 24.00 wib.

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 di tayangkan.

Radio 92,3 MQFM Yogyakarta menyiarkan program acara MQ Pagi setiap hari selama satu jam pada pukul 05.00-06.00 wib program acara ini adalah program acara khas milik MQ FM dimana program acara ini mengadirkan kajian Tauhiid bersama Aa Gym langsung dari masjid Darut Tauhiid Bandung, ketika mendengar program acara khas MQ Pagi khalayak pendengar langsung bisa mengetahui bahwa ini radio adalah radio 92,3 MQFM Yogyakarta *brand* milik Aa Gym.

### 3. *Control of Audience Flow* ( mengontrol aliran pendengar)

Pendengar dimanjakan dengan program acara yang disiarkan. jika suatu program selesai, langsung diganti dengan program acara lain. Program acara yang disiarkan tentunya tidak jauh dengan yang diinginkan oleh khalayak.

Program acara yang ada di radio 92,3 MQFM Yogyakarta di buat berdasarkan hasil riset terhadap pendengar, program seperti apa yang dibutuhkan dan diminati oleh khalayak pendengar kemudian pihak radio mencari ide dengan tim kreatif atau pun ketika rapat besar dengan radio pusat di Bandung sehingga radio 92,3 MQFM Yogyakarta bisa membuat program yang diinginkan oleh pendengar setianya dan komunitas pendengar radio 92,3 MQFM Yogyakarta.

## 2. Strategi *positioning* radio 92,3 MQFM Yogyakarta

Radio 92,3 MQFM Yogyakarta sangat perlu melakukan *positioning* agar pendengar dapat menanamkan citra perusahaannya didalam otak dan didalam alam khayalan audien yang menjadi target sasaran, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu terhadap radio 92,3 MQFM Yogyakarta. Persaingan di industri media yang sangat ketat pada saat ini, diperlukan perencanaan *positioning* yang matang dan langkah yang tepat untuk menanamkan *image* perusahaan yang kuat terhadap target audien. Pengelola radio 92,3 MQ FM Yogyakarta melakukan berbagai upaya dalam melakukan *positioning* radio dengan cara membuat program acara yang berbeda dari stasiun radio lainnya.

*Positioning* merupakan identitas sebagai pembeda dengan stasiun radio lainnya dan dapat mengingatkan audien kepada stasiun radio. Menurut Siregar (2000:101) ada beberapa cara dalam menyampaikan *positioning* radio kepada audien :

a) *Be Creatif*

Radio 92,3 MQFM Yogyakarta dalam mengkomunikasikan *positioningnya* yaitu berupa program acara, slogan, logo ataupun kegiatan *off air* yang harus dilaksanakan dengan kreatif dan memiliki nilai pembeda dengan kompetitor nya, misalkan pada program acara *off air school zone* , radio 92,3 MQ FM Yogyakarta sudah melakukan kreatifitas yang berbeda dengan kompetitornya, yaitu dalam program acara *off air Shcool zone* MQ FM Yogyakarta mengadakan program acara tersebut dari sekolah satu ke sekolah lainnya dengan tujuan untuk memperkenalkan radio MQ FM Yogyakarta kepada siswa dan siswi sekaligus untuk mengajak siswa dan siswi tersebut untuk melanjutkan perguruan tingginya di kampus Amikom. Dalam hal ini radio 92,3 MQ FM Yogyakarta sudah

menerapkan kreatifitasnya karena menurut Siregar apapun yang berhubungan dengan *positioning* hendaknya dikomunikasikan secara sekreatif mungkin guna untuk mencuri perhatian khalayak

serta khalayak tidak akan berpindah ke stasiun radio lainya ( Siregar, 2000:101)

b) *Simplicity*

*Positioning* dilakukan sesederhana dan sejelas mungkin sehingga khalayak tidak kerepotan menangkap esensi *positioning* tersebut. *Positioning* yang dilakukan oleh radio 92,3 MQ FM Yogyakarta dalam perwujudanya MQ FM Yogyakarta sudah jelas dan sederhana. Terlihat pada slogan yang digunakan oleh radio 92,3 MQ FM Yogyakarta adalah “Inspirasi Keluarga Indonesia” kalimat tersebut sudah menjelaskan bahwa radio 92,3 MQFM Yogyakarta adala radio keluarga yang disuguhkan untuk seluruh masyarakat Indonesia siapa pun bisa mendengarkan radio 92,3 MQ FM Yogyakarta tanpa harus terhalang oleh bahasa daerah. Pemilihan kalimat tersebut sangat sederhana sehingga mudah dipahami dan dicerna oleh khalayak pendengar. Sesuai yang dikatakan Siregar yakni *positioning* yang dilakukan hendaknya dengan menggunakan kalimat yang sederhana dan mudah untuk dipahami pendengar agar pendengar tidak kesulitan dalam menangkap esensi dari *positioning* tersebut (Siregar, 2000: 101).

c) *Consisten yet flexible*

Radio 92,3 MQFM Yogyakarta sangat memeplihatkan konsistensinya sebagai radio frenchise dari tahun 2006 hingga saat ini. Konsistensi MQ FM dalam membangun *positioning* dalam benak konsumen secara umum adalah radio Keluarga Muslim yang berdakwah secara kontemporer akan lebih tepat jika

dilihat dari konten dan semangat yang dibangun oleh radio 92,3 MQ FM Yogyakarta. Dalam hal ini radio 92,3 MQFM Yogyakarta konsisten dalam membangun *positioning* radionya, karena menurut Siregar setiap pemasaran akan menghadapi *positioning* paradox dimana disatu sisi harus selalu konsisten dalam membangun *positioning* sehingga bisa menghujam dalam benak konsumen (Siregar, 2000: 101)

*d) Own, dominate, protect*

Memiliki satu kata atau satu kalimat yang ampuh dibenak konsumen. Setiap stasiun radio harus memiliki satu kata atau satu kalimat ampuh yang di bisa dingat oleh pendengar radio 92,3 MQ FM Yogyakarta. *positioning* yang dilakukan radio 92,3 MQFM Yogyakarta dengan *slogan* radio “Inspirasi Keluarga Indonesia” harus bisa melekat dihati pendengar. Slogan tersebut adalah kata-kata ampuh yang bisa membuat pendengar ingat terhadap sebuah produk apabila mendengarkannya, maka kalimat itu haruslah kalimat yang jelas dan sederhana. (Siregar, 2000:101). Penggunaan dan pemilihan kata slogan yang digunakan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta tersebut sudah tepat dimana yang kita ketahui bahwa masyarakat Yogyakarta yang sekarang ini sudah menjadi masyarakat yang multikultural banyak pendatang dari beragam suku dan agama yang ada di Indonesia ini berkumpul di Yogyakarta. Karena slogan merupakan kata atau kalimat yang seharusnya bisa mempresentasikan *positioning* yang dipilih sebagai radio Keluarga Muslim.

*e) User the language*

Radio 92,3 MQFM Yogyakarta dalam mengkomunikasikan *positioning* melakukan pendekatan-pendekatan dalam kegiatan *off air*. Misalnya dalam kegiatan *off air* Hafidz Qur'an, berbagi kado sahabat atau pun *School Zone* dalam kegiatan tersebut tentunya untuk mendekati khalayak konsumen. Kegiatan tersebut diadakan setiap setahun sekali oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta. Respon yang diterima oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta cukup baik sehingga dapat menambah jumlah pendengar agar dapat merespon kegiatan *on air* nya. Pendekatan ini dikemukakan oleh Siregar dalam mengkomunikasikan *positioning* hendaknya menggunakan pendekatan kepada konsumen secara langsung (Siregar, 2000:101).

*Positioning* yang ingin dimunculkan dibenak khalayak oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta yaitu menjadi Radio Keluarga Muslim di Yogyakarta. Dalam hal ini diwujudkan melalui kreatifitas program unggulan yang mengangkat ajaran agama Islam yang berlandaskan Al-qur'an dan sunnah. Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta mem-*positioning* kan dirinya sebagai radio Keluarga Muslim yang dapat menyajikan program acara keluarga berlandaskan ajaran agama islam, dan disampaikan secara kontemporer.

Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta merupakan salah satu stasiun radio swasta menggunakan beberapa strategi untuk mengenalkan dirinya sebagai radio keluarga muslim, adapun beberapa bagian dalam melakukan *positioning* seperti yang di sebutkan oleh Darmanto (2000:13) diantaranya :

a. Slogan

Slogan merupakan pesan singkat yang dinyatakan sebagai simbol sebuah stasiun radio, yang bersifat mudah diingat dan berbeda dengan stasiun radio

lainnya yang menggambarkan filosofi dari perusahaan untuk tujuan pendekatan kepada audien. Slogan radio 92,3 MQFM Yogyakarta adalah “Inspirai Keluarga Indonesia” merupakan pesan singkat yang hanya terdiri dari 3 kata dengan tujuan radio 92,3 MQFM Yogyakarta menjadi inspirasi keluarga Indonesia dan dapat diterima oleh seluruh masyarakat Indonesia dengan berbagi kalangan pekerjaan, suku, umur, dan pendidikan.

*b. Station image*

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

Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta memiliki media promosi online seperti *official website, facebook, twitter, instagram* dan juga *youtube*. Hingga sekarang ini radio 92, 3 MQ FM Yogyakarta masih menggunakan media online untuk meng *update* program acara *on air* dan *off air* yang mereka lakukan. Pada akun *facebook* radio 92, 3 MQ FM Yogyakarta menggunakan kalimat “ Dengan Berkorban Jadikan Hidup Lebih Berarti” pada sampul berandanya. Dalam kalimat tersebut radio 92,3 MQFM FM yogyakarta ingin menampilkan sebagai radio yang membawa kebaikan dan perubahan bagi masyarakat, hal ini sudah sesuai dengan visi yang dimiliki oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta yaitu menjadi media perubahan diri, keluarga, dan masyarakat menuju akhlak mulia.

Oleh karena itu dengan menggunakan media *online* seperti *website, facebook, twitter, instagram*, dan *youtube* sebagai upaya dalam pembentukan stasiun *image* dirasa sudah cukup efektif , karena dari segmen radio 92,3 MQFM

Yogyakarta sendiri adalah pendengar yang berusia 20 sampai dengan 35 tahun dengan golongan menengah ke atas, dan golongan tersebut sangat familiar akan penggunaan internet dan media sosial.

c. *Monitoring* stasiun

*Monitoring* stasiun meliputi melihat percakapan radio lain, mencatat tingkah laku dan kebutuhan pendengar menghimpun data yang akan diamati dan dipelajari. Oleh karena itu dengan mengamati dan melihat pergerakan yang dilakukan oleh kompetitor akan memberikan manfaat bagi radio 92,3 MQFM Yogyakarta agar dapat menciptakan program yang lebih baik dari stasiun radio yang lain, namun radio 92,3 MQFM Yogyakarta tidak menganggap stasiun radio lain itu sebagai pesaing melainkan sebagai partner dalam memberikan informasi dan menghibur masyarakat Indonesia.

Radio 92,3 MQFM Yogyakarta melihat dari respon pendengar terhadap program acara yang disiarkan seperti SMS dan telepon yang masuk ataupun bertemu langsung dengan pendengar yang sering berkunjung ke radio 92,3 MQFM Yogyakarta, ketika ada masukan atau ide dari pendengar pihak radio mencoba menyaring masukan tersebut kemudian dibahas ketika rapat dan digunakan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta dalam pembuatan program acara yang baru sehingga tidak membuat pendengar merasa bosan dan jenuh terhadap program acara yang disiarkan oleh radio 92,3 MQFM Yogyakarta. Dalam hal ini radio 92,3 MQFM Yogyakarta melakukan kegiatan *monitoring* dengan baik sehingga bisa menumbuhkan kreatifitas dalam melakukan pembuatan program

acara terbaru yang kreatif dan tidak monoton dan berbeda dengan stasiun radio lainnya.

d. Stasiun *Identity*

Bagaimana radio mengatakan *who am I* dan menunjukkan eksistensi stasiun dan bersifat mengingatkan. Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta membangun *positioning* dengan stasiun *call, jingle, tagline*, bahasa siaran, logo dan program *off air*. Adapaun logo yang memberikan sebuah identitas radio, bahwa dengan logo, radio 92,3 MQ FM Yogyakarta bisa menyampaikan apa yang ingin disampaikan kepada khalayak pendengar, dari semua makna yang ditulis dalam logo tersebut tujuan dari radio 92,3 MQ FM Yogyakarta ingin masyarakat Indonesia, benar-benar terpresepsi dengan radio 92,3 MQFM Yogyakarta sebagai radio Keluarga Muslim yang kontemporer dan menginspirasi bagi pendengarnya.

Selain itu Jingle yang digunakan tergolong formal. Ini menggambarkan bahwa MQ FM memang radio yang formal ditambah dengan bahasa siaran yang digunakan yaitu bahasa indonesia yang formal, yang lebih mengedepankan etika sopan santun dalam bertutur kata. Dengan cara ini memang MQ FM membangun sebuah identitas yang formal dikarenakan konten yang berbasis islami lebih cocok dan pas jika dibawakan dalam bentuk formal. Dengan adanya identitas ini bisa menunjukkan eksistensi dari stasiun radio tersebut serta mengingatkan khalayak terhadap stasiun radio tersebut (Darmanto,2000:13).

e. Kreativitas acara unggulan

Dilakukan dengan cara menciptakan USP (*Unit Selling Point*) dan menampilkan program unggulan yang tak terkalahkan. Acara unggulan merupakan acara yang menarik perhatian pengiklan dan pendengar. Radio 92,3 MQ FM Yogyakarta membuat program acara yang beragam dan lebih memprioritaskan program edukasi dan hiburan. Program unggulan yang diminati oleh banyak pendengar untuk program edukasi yaitu Rumahku Surgaku, Bincang Malam dan Musik Positif. Untuk program acara Rumahku Surgaku yang disiarkan setiap hari senin sampai sabtu pada pukul 10-11.30 wib, program ini hadir sebagai acara yang akan menambah pengetahuan kita tentang seluk beluk rumah tangga yang sesuai dengan yang di contohkan Rasulullah dan tujuan dari program acara rumahku surgaku adalah untuk memberikan edukasi kepada pendengar dalam membangun dan membina keluarga, sebagai sara konsultasi permasalahan keluarga agar terwujud keluarga yang penuh dengan damai dan cinta.

Selain itu ada program unggulan hiburan radio 92,3 MQ FM Yogyakarta menyuguhkan program acara yaitu MUPOS (Musik Positif) yang disiarkan setiap hari senin sampai minggu pada pukul 20.30-22.00 wib. Dimana radio 92,3 MQ FM Yogyakarta menghadirkan musik-musik positif dan berinteraksi dengan pendengar kemudian pendengar bisa memilih dan berkirim salam silaturahmi melalui sms dan telepon. Musik positif disini adalah musik-musik yang memiliki energi dan nilai positif yang terkandung di dalam lirik dan lagunya, sehingga mampu memberikan energi positif kepada pendengar dan yang terakhir yaitu

Bincang Malam atau Inspirasi Malam yang disiarkan setiap malam pada pukul 19.30-20.30 wib. Program acara bincang malam adalah program acara yang menghadirkan perbincangan yang inspiratif pada malam hari dengan beragam materi dan narasumber sehingga malam menjadi lebih bermakna dan inspiratif, dan yang semua itu tetap berasaskan syar islam atau tuntunan sesuai dengan Al-quran dan Alhadist hal inilah yang menjadi nilai tambah dan sekaligus pembeda dengan program acara di radio lain pada umumnya.