

BAB III

PEMBAHASAN

A. Sajian Data

Bab ini akan menjelaskan tentang pemaparan data yang sudah didapatkan peneliti dari tempat penelitian dan pembahasan mengenai bagaimana strategi *positioning* yang telah dilakukan radio Muara Jakarta 69,3 AM dalam mempertahankan pendengarnya serta menjaga eksistensinya di dunia penyiaran hingga saat ini. Di tengah persaingan yang semakin kompetitif di dunia penyiaran saat ini sebuah stasiun radio tentunya ingin menarik sebanyak-banyaknya pengiklan serta pendengar. Oleh sebab itu sebuah strategi sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan tersebut.

1. Proses Perencanaan *Positioning* Radio Muara Jakarta 69,3 AM

Sebuah perencanaan atau strategi sangatlah penting untuk mencapai sesuatu. Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya pada bab pertama bahwa strategi merupakan definisi suatu cara untuk mencapai tujuan, Strategi sendiri bersifat terus-menerus dan cenderung selalu meningkat selain itu juga merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Untuk menjadi radio yang selalu diminati oleh para pendengarnya sebuah radio harus mengetahui kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan oleh

pendengarnya, dengan cara memberikan suguhan-suguhan program yang menarik, menghibur dan sesuai dengan target serta segmentasi yang dituju.

Berbicara tentang strategi atau perencanaan, radio Muara Jakarta 69,3 AM sendiri juga memiliki strategi-strategi yang diterapkan untuk mempertahankan eksistensinya. Strategi yang diterapkan juga merupakan strategi yang bisa dibilang cukup modern dan mudah diakses oleh para pendengar setianya. Strategi yang diterapkan oleh radio Muara Jakarta sendiri merupakan strategi *positioning live streaming*. *Positioning* sendiri merupakan suatu penempatan, memposisikan atau *branding* suatu produk agar masyarakat atau target tertarik dan semakin mengenal dengan produk kita.

Dalam melakukan *positioning* sendiri radio harus melakukan perencanaan dan tahapan-tahapan yang benar-benar matang agar target yang diinginkan oleh radio Muara Jakarta tercapai. Radio Muara Jakarta sendiri secara keseluruhan ingin menunjukkan kepada para pendengarnya bahwa radio Muara Jakarta merupakan radio dangdut yang memberikan hiburan dengan menyuguhkan musik-musik dangdut, radio yang dapat memberikan informasi dan edukasi. Radio Muara Jakarta pun juga ingin selalu menjaga kedekatan dengan para pendengar dengan cara menyapa para pendengar melalui program acara *on-air* maupun acara *off-air*.

Adapun proses perencanaan radio Muara Jakarta dalam menentukan *positioning*nya yang didapat saat wawancara dengan bapak Ajat selaku Direktur Operasional pada tanggal 25 Maret 2018 ialah sebagai berikut :

FlowChart 3.1 Proses perencanaan *positioning* radio Muara Jakarta



a. Menentukan Visi dan Misi sebagai pegangan seluruh komponen radio

Visi dan Misi yang telah ditetapkan oleh radio Muara Jakarta bertujuan agar dapat berjalan dengan fungsi dari radio Muara Jakarta itu sendiri, dimana visi dan misi tersebut ialah

Visi :

- 1) Menjadi station Radio dangdut No. 1 di Indonesia.
- 2) Menjadi Top Of Mind brand radio baik bagi pendengar maupun bagi pengiklan di Jabodetabek.

Misi :

- 1) Menjadi barometer musik dangdut di Jabodetabek.

2) Menjadi radio yang memiliki peran sebagai pusat perkembangan trend dan informasi dengan excellent service quality.

3) Menggunakan radio sebagai media utama dan didukung oleh internet, events, dan lainnya.

4) Memberikan layanan dan solusi optimal bagi mitra usaha untuk berbarengan dengan Radio Muara Jakarta mencapai tujuann serta keuntungan bersama.

b. Menentukan segmentasi pasar

Untuk segmentasi pasar yang telah ditentukan oleh radio Muara Jakarta sendiri.

1) Usia	:	20-24 tahun	: 20%
		25-40 tahun	: 70%
		41-45 tahun	: 10%
2) Jenis Kelamin	:	Laki-Laki	: 70 %
		Perempuan	: 30%
3) Pendidikan dan Pekerjaan	:	Mahasiswa	: 10 %
		Pekerja	: 60%
		Ibu Rumah tangga	: 20 %
		Lain-lain	: 10 %
4) S.E.S	:	A	: 20%
		B	: 50%
		C	: 30%

5) *Behavioristic* : Menyukai musik dangdut Indonesia dan

mengakses Internet.

c. Menentukan bahasa siaran

Salah satu hal yang sangat penting diperhatikan oleh penyiar yaitu bahasa siaran, di radio Muara Jakarta penyiar menggunakan bahasa siaran yang menyesuaikan dengan bahasa sehari-hari yang tidak terlalu baku, menggunakan kosakata yang jelas santai dan teratur namun terkadang juga menyelipkan candaan-candaan khas Betawi atau Jakarta.

“supaya suasana yang dirasakan oleh pendengar tidak terlalu serius dan monoton, untuk bahasa siaran sendiri kami menggunakan bahasa siaran yang santai dan mudah dipahami oleh Sobat Muara bahkan para penyiar juga menyelipkan candaan-candaan khas betawi supaya terdengar lebih friendly dan fun.” (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018).

d. Mengamati radio pesaing.

Pada tahap ini radio Muara Jakarta melakukan tahap pemantauan stasiun radio pesaing, fungsinya sendiri adalah untuk memberikan gambaran dan memacu radio Muara Jakarta untuk membuat program yang memiliki karakter tersendiri dan ciri khas berbeda dengan program radio pesaingnya.

“untuk radio dangdut sendiri di Jakarta tidak hanya dua atau tiga radio tapi banyak sekali radio dangdut. Itu dia yang membuat banyaknya kompetitor untuk radio muara sendiri apalagi radio muara yang notabenenya radio berfrekuensi AM namun ada dua radio yang benar-benar menjadi kompetitor muara yaitu Radio Ergangga Bekasi 100,3 FM dan Radio HBS AM 547 yang memiliki beberapa program yang hampir sama dengan radio Muara Jakarta” (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018).

e. Melakukan kerjasama dengan beberapa pihak

Radio Muara Jakarta 69,3 AM bisa berdiri hingga sekarang tentu saja karena ada bantuan dari beberapa pihak yang mendukung semua program-program dan keberlangsungan radio tersebut.

“kita akui radio muara tidak mungkin bisa bertahan hingga sejauh ini kalau bukan karna adanya bantuan dari beberapa pihak seperti pengiklan, label-label musik dan pemerintah yang mengizinkan kita tetap mengudara.” (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018).

f. Menggunakan *live streaming*

Seiring dengan berkembangnya jaman dan teknologi yang semakin maju membuat persaingan antar radio juga semakin ketat. Kebanyakan pendengar lebih memilih mendengarkan radio berfrekuensi FM yang dapat diakses dengan mudah. Selain radio berfrekuensi FM dapat diakses dengan mudah kebanyakan pendengar juga lebih tertarik dengan radio yang memiliki program acara yang menarik dan modern. Melihat kondisi tersebut membuat radio Muara menyiasati menerapkan strategi *positioning* melalui program *live streaming* yang tidak semua radio menyediakan fasilitas tersebut serta mengikuti perkembangan teknologi dimasyarakat saat ini. Dengan menggunakan strategi *positioning live streaming* para sobat muara dapat dengan mudah mengakses radio Muara Jakarta selama ada jaringan *internet*. Dengan *live streaming* jangkauan frekuensi tidak hanya dapat dirasakan oleh masyarakat Jabodetabek saja namun sampai luar Jabodetabek bahkan seluruh dunia.

“Radio muara memanfaatkan salah satu teknologi yang mudah diakses oleh pendengar yaitu *streaming*, Radio Muara Jakarta AM mengeluarkan suatu program siaran *streaming* yang berisi acara *Talkshow* yang menghadirkan penyanyi-penyanyi dangdut Indonesia baik yang sudah populer ataupun pendatang baru yang dapat disaksikan langsung menggunakan *media*

online seperti *facebook*, strategi ini dilakukan untuk mempertahankan serta memperluas para pendengar radio Muara Jakarta sendiri.” (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018).

Beberapa program yang terbentuk didalam strategi *positioning* melalui *live streaming* radio Muara Jakarta ialah :

- 1) *Video live streaming* : BBM (Bincang-Bincang Muara)
Warung Gaul Muara
Pojoek Sutra
- 2) *Audio live streaming* : Dosqi Disqo Muara
Ceramah Agama
Muara Tarling

Positioning menjadi penting untuk pembeda antara suatu stasiun radio dengan yang lainnya, ditambah dengan situasi kompetitif dunia penyiaran saat ini. *Positioning* yang baik akan meningkatkan pendengar serta pengiklan terhadap radio tersebut. Untuk mencapai hal tersebut sebuah stasiun radio harus memiliki konsep strategi yang tepat.

Adapun konsep STPPFP dalam pembentukan *positioning* radio Muara Jakarta 69,3 AM yang didapat saat wawancara dengan bapak Ajat selaku Direktur Operasional pada tanggal 25 Maret 2018 diantaranya adalah :

a. Segmentasi

Masing-masing stasiun radio pasti memiliki siapa yang menjadi segmen pendengarnya. Dengan demikian pengelola radio bisa lebih mudah menentukan dan memahami pendengarnya serta program acara yang dibutuhkan untuk mempertahankan para pendengar dan pengiklan demi keberlangsungan hidupnya

sebuah radio.

Radio Muara Jakarta 69,3 AM melakukan segmentasi audiensi dan membidik pasar pendengar anak muda dan keluarga berusia 20-45 tahun dengan SES: A, B, C serta berlatar belakang pendidikan, tamatan SMA/Universitas dan berlatar belakang pekerjaan, Pekerja kantor, Ibu Rumah Tangga, Pengusaha, Mahasiswa dan Wiraswasta.

“Untuk segmentasi pendengar dari radio kita ini, kita memfokuskan ke anak kuliah, para pekerja kantoran ibu-ibu rumah tangga bahkan sampai pengusaha bisa dibilang lebih pada segmentasi yang mengarah pada keluarga. Mayoritas pendengar kita itu masyarakat di Jabodetabek tapi juga ada dari daerah-daerah luar jakarta yang sangat menyukai genre musik dangdut”. (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018)

b. Targetting

Targetting merupakan bagian yang penting dalam melakukan strategi dalam menentukan program serta berkaitan langsung dengan kegiatan iklan dan promosi. *Targetting* juga begitu erat kaitannya dengan pasar yang dituju oleh sebuah stasiun penyiaran untuk menyampaikan informasi serta program-programnya.

Berdasarkan informasi yang didapat dari *website* resmi juga wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Ajat selaku Direktur Operasional didapat data target *audiens* radio Muara Jakarta ialah kalangan anak muda dan keluarga berusia 20-45 tahun (target utama: 25-40 tahun) yang berasal dari Status Ekonomi Sosial (SES) A (20%)-B (50%)-C (30%).

Berikut merupakan informasi mengenai *targetting* dari radio Muara Jakarta 69,3 AM :

Tabel 3.1 Targetting radio Muara Jakarta

Target Pendengar	Usia 20-45 th, SES: A, B, C Status/Pekerjaan: Mahasiswa, Pekerja Kantoran, Ibu rumah tangga dan Pengusaha
Sex Profil	Laki-laki : 60% Perempuan :40%
Distribusi SES	SES A : 45 % SES B : 35 % SES C : 20 %
Jangkauan Siaran	Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi dan sekitarnya
Jangkauan Siaran <i>cyberworld</i>	<i>Live streaming</i> keseluruhan dunia

Sumber: *Webside* radio Muara Jakarta dan wawancara bersama bapak Ajat selaku Direktur Operasional radio Muara Jakarta.

c. *Positioning*

Positioning merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh setiap stasiun radio untuk membedakan satu radio dengan radio yang lain. Setiap radio memiliki teknik *positioning* yang berbeda-beda berdasarkan segmen yang dituju dan juga dari karakter radio tersebut. Radio Muara Jakarta sendiri selalu berusaha untuk menjadi radio yang selalu dapat menemani para pendengar setianya atau para pecinta musik dangdut di Indonesia.

Radio Muara Jakarta sendiri berusaha menyajikan suatu program yang dapat dengan mudah diakses oleh para pendengar setianya dengan mengenalkan *live streaming* dimana dengan *streaming* menggunakan *internet* maka untuk para pendengar di Indonesia tidak kesulitan untuk mendengarkan musik-musik dangdut *favorite* para pendengar di seluruh Indonesia.

“*positioning* untuk radio muara sendiri sangat penting, apalagi radio muara sendiri merupakan radio yang sebaian besar jam tayangnya menyajikan musik

dangdut. Jadi kami harus bisa membuat perbedaan antara radio Muara Jakarta dengan radio dangdut yang lainnya. Kami ingin pendengar familiar dengan gaya siaran, guraun serta lagu-lagu yang dipilih sehingga pendengar langsung tahu bahwa itu adalah radio Muara. Kami juga menyajikan program acara yang berbeda dengan berdasarkan kegiatan para pendengarnya. Untuk acara pagi kami cenderung menyajikan musik-musik yang *up beat* dengan *jokes-jokes* yang menghibur supaya para pendengar yang sedang berangkat bekerja atau sekolah mendapatkan *mood* yang baik dan jadi semangat. Sedangkan untuk siang hari kita cenderung memutar musik-musik yang enak didengar atau medium serta berita-berita yang aktual. Sore hari kita menyajikan musik *upbeat* agar para pendengar tetap bersemangat, dan tidak lupa juga kami menyajikan siraman rohani setiap sebelum magrib.” (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018)

d. *Formating*

Format station atau yang biasa kita sebut dengan format siaran merupakan bentuk kepribadian atau bentuk identitas suatu stasiun radio serta memiliki acuan pada penyajian suatu program yang didasari isi materi siarannya yang nantinya akan menjadi pembeda dengan radio lainnya. Untuk format acara yang ditawarkan oleh radio Muara Jakarta sendiri berupa hiburan, edukasi, dan informasi.

Format acara hiburan berisikan acara musik, kuis dan bincang-bincang seputar dunia musik di Indonesia. Untuk format acara edukasi radio Muara Jakarta juga memiliki beberapa program acara yang berisikan tentang edukasi jasmani rohani maupun edukasi yang ada di sekitar kita serta tidak jarang juga radio Muara Jakarta memberikan tips-tips kesehatan dan tips-tips lainnya. Sedangkan untuk format acara informasi radio Muara Jakarta senantiasa memberikan berita-berita *ter-update* mengenai informasi lalu lintas maupun isu-isu sosial yang sedang panas.

“radio muara sebisa mungkin memberikan format acara yang lengkap untuk pendengarnya ada hiburan, ada edukasi dan ada informasi. Dan ketiga format acara tersebut kita kemas dengan suasana yang fun dan ngga bikin bosen.” (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional

dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018)

e. Programing

Programing merupakan kegiatan yang dilakukan oleh *Department Program*, yang memiliki tugas mengatur program siaran yang dibuat sesuai dengan karakteristik target pendengar radio Muara Jakarta, mulai dari jadwal siaran, jenis program, dan hubungannya dengan pengiklan. Untuk menentukan program siaran, sebuah stasiun radio harus mempertimbangkan siapa yang menjadi segmen pendengar. Program acara juga harus merupakan acara yang menarik para *audien* agar dapat mengikuti acara yang disiarkan oleh radio Muara Jakarta dan sesuai dengan kegiatan dan kebiasaan para pendengar radio muara.

“program radio muara kita buat semenarik mungkin dengan suguhan musik dangdut dan pop yang fresh tentunya, tapi kita juga menyesuaikan kegiatan dan rutinitas para pendengarnya. untuk program pagi dan sore hari menjelang jam pulang kerja kami menyajikan program musik yang memiliki tempo *up-beat* yang dapat memberikan efek semangat kepada para pendengarnya. Dimana biasanya untuk jam-jam berangkat kerja dan pulang kerja merupakan waktu disaat kita membutuhkan spirit untuk membangun *mood* yang *fun*. Sedangkan untuk malam hari program cenderung disajikan dengan *mood* yang santai dengan jenis musik yang dapat direquest langsung oleh para pendengar setia radio Muara Jakarta”. (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018)

2. Implementasi *Positioning* Radio Muara Jakarta 69,3 AM

Radio Muara Jakarta menggunakan beberapa cara dalam upaya mewujudkan *positioning* dengan tujuan agar lebih dikenal radio dangdut oleh masyarakat khususnya di Jabodetabek diantaranya adalah

a. Musik

Untuk format musik di radio Muara Jakarta sendiri hampir didominasi dengan musik dengan genre dangdut, dimana di dalam genre musik dangdut yang diputar di radio Muara Jakarta ini memiliki beberapa spesifikasi diantaranya adalah musik dangdut pantura yang khas dengan dangdut koplonya, selain itu ada musik dangdut lawas dimana untuk musik dangdut lawas sendiri memiliki ciri khas yang cenderung melow dan yang terakhir adalah musik dangdut masa kini dimana biasanya terdapat aransemen dari jenis musik yang berbeda seperti *Electronic Dance Music*. Hal tersebut tidak lain mengacu pada visi dari radio Muara sendiri yaitu menjadi stasiun radio dangdut No. 1 di Indonesia.

“Sebelum menggunakan strategi *positioning* saat ini yang berupa *live streaming* kami memposisikan sesuai dengan visi radio Muara Jakarta yaitu ingin menjadi radio nomor 1 di Indonesia. Nah makanya kita memosisikan musik kita ini bergenre dangdut yang mana hampir setiap program yang ada di radio Muara ini memutar musik-musik dangdut baik lagu dangdut lama maupun yang terkini.” (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018).

b. Program

Untuk program yang ditawarkan oleh radio Muara Jakarta selalu berusaha untuk menyesuaikan rutinitas para pendengar seperti yang sudah dijelaskan pada sub bab “Program Radio” bahwa untuk acara pagi hingga sore hari menyesuaikan dengan kegiatan para pendengar setianya.

“untuk program radio Muara Jakarta sendiri selalu mengikuti pola-pola kebiasaan dari masyarakat Jabodetabek. Contohnya apabila di pagi hari bagaimana kita membuat program dengan *mood* yang *fun* dan memberikan spirit di pagi hari untuk para pekerja maupun mahasiswa yang menjalankan aktifitas. Kita membatasi berita-berita yang yang agak berat tapi lebih memunculkan musik-musik dan jokes-jokes lucu selain itu kita juga membuat program-program yang *uptodate*. Begitu juga pada sore hari kita

lebih mngedepankan program-program yang dinamis *uptodate* dan dengan komen-komen yang seru karena pada sore hari sebagian besar masyarakat sudah selesai beraktifitas. Selain itu untuk malam hari kami membuat konten yang tidak terlalu menggebu-gebu seperti acara *talk show* dan acara untuk saling *sharing* seputar permasalahan yang sedang terjadi.” (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018).

Berikut merupakan program acara harian radio Muara Jakarta:

1) Muara Bollywood

Program Bollywood disiarkan setiap hari Sabtu pukul 19.00 sampai 21.00 WIB, program tersebut menyajikan musik-musik bollywood untuk menghibur para sobat muara pecinta lagu India. Pada program ini dibawakan secara bergantian oleh penyiar muara dan di bawakan dengan santai.

2) Gado-Gado Muara

Acara ini menyuguhkan keceriaan pada Minggu siang menjelang sore. Menemani pendengar yang sedang libur akhir pekan dengan informasi ringan dari daerah-daerah di Indonesia, banyol-banyol dan humor ringan tapi mengundang gelak tawa. Pendengar juga bisa berinteraksi dengan penyiar bertukar informasi/berita/tren dari daerah masing-masing pendengar yang diselingi obrolan ringan di acara ini.

3) Tamba Kangen Banyumasan (TBA)

Program ini memberikan hiburan musik untuk para pendengarnya pada minggu malam pukul 21.00-24.00 WIB. Acara ini menyuguhkan musik-musik Banyumasan dimana banyak sekali komunitas-komunitas Banyumasan yang ada

di Jakarta sendiri. Para pendengar dapat merequest lagu maupun menyampaikan salam baik via telfon maupun via sms.

4) Bincang Bintang Muara (BBM)

Setiap hari Rabu radio Muara slalu menghadirkan artis-artis yang lagi promo album ataupun artis-artis yang lagi *hits* saat ini. Pendengar juga bisa bertanya seputar artis yang hadir di acara temu artis tentang kegiatannya atau profile sang artis tersebut, dan artis tersebut akan memberikan hadiah buat pendengar yang bisa menjawab pertanyaan artis.

5) Ceramah Agama

Nah untuk acara ini di siarkan setiap hari dari jam 17.00-18.00 WIB atau menjelang adzan magrib. Aksi acara berisikan Tausyiah dari Ustad dan bertujuan untuk menebarkan siraman Rohani kepada pendengar, serta menambah pengetahuan tentang agama Islam.

6) Syiar Muslimah

Terkadang kita ingin mengetahui tentang pengetahuan Agama Islam . Dan Muara Jakarta menghadirkannya dalam acara ini dengan mengundang nara sumber seorang pakarnya. Para Sobat Muara diajak untuk menyimak dan mendengar Ustadzah dalam memberikan materi pembahasan, yakni mengenai ; Fiqih, Tauhid, Akhlaq, ataupun Tarikh/Sejarah Islam dari masa silam hingga kini. Pendengar bisa berinteraksi dengan Ustadzah melalui layanan Tlp. 4702552-53 sms 081212884693 acara ini khusus kaum hawa.

7) Campursari Show

Buat pencinta lagu-lagu campursari seperti lagu-lagu didi Kempot, Sony Joss, Manthous dll. Pendengar bisa merequest lagu campursari melalui layanan tlp. 021 4702552 – 021 4702553 dan sms 081212884693. Pendengar juga bisa berinteraksi dengan penyiar dengan menggunakan bahasa Jawa. Acara ini disiarkan setiap hari minggu pukul 10.00-13.00 untuk menemani para pendengar setia.

8) Kenang Kuno Muara

Untuk para pendengar yang kangen dengan lagu-lagu dangdut tahun 80-90 an radio Muara memiliki program Kenang Kuno Muara yang di siarkan pada setiap hari sabtu malam pukul 19.00-21.00. Dalam acara ini para pendengaran juga dapat merequest lagu favorit dengan cara sms maupun telfon.

9) Muara Tarling

Untuk para pecinta musik-musik pantura radio Muara juga memiliki program muara tarling yang disiarkan pada setiap hari senin sampai sabtu pukul 21.00-24.00 WIB. Acara ini terbentuk karena banyak sekali komunitas-komunitas yang suka lagu-lagu tarling di daerah Jabodetabek. Para pendengar juga dapat merequest lagu-lagu dangdut favorit khas pantura dan dapat juga mengirim salam mealui telfon maupun sms.

10) Doski Disco Muara

Untuk acara Doski Disco Muara memutarakan lagu dangdut bernuansa

Dangdut Disco untuk menghibur pendengar dan memunculkan semangat pendengar di sore hari. Acara ini disiarkan pada pukul 15.00-17.00 selain itu pendengar bisa ikut berpartisipasi melaporkan informasi-informasi Lalulintas, cuaca , kebakaran, atau Informasi terhangat dilingkungan pendengar sendiri. lewat sms di 0813 821 5555 6

11) Muara Pop Indonesia

Untuk para pendengar yang suka dengan lagu-lagu pop Indonesia dapat mendengarkan lagu pop Indonesia sambil beristirahat dari pekerjaannya sambil menikmati makan siangnya, selain itu bisa juga mendengarkan pengetahuan tentang Tips-Tips apapun yang ada disekitar pendengar, Tips yang di suguhkan slalu berbeda setiap harinya oleh penyiar yang energik. untuk acara muara pop Indonesia sendiri disiarkan setiap hari jum'at pukul 13.00-15.00. Pendengar bisa berkomentar melalui SMS 081212884693 atau melalu *Facebook* dan *Twitter*.

12) You Minta I Kasih

Acara You Minta I Kasih ini sendiri lebih ditujukan untuk para pendengar yang ingin merequest lagu dangdut favoritnya, dalam acara ini penyiar akan langsung memutar musik dangdut yang telah di request oleh para pendengar melalui telepon ke 4702552 ataupun SMS ke 53081212884693. Selain merequest lagu para pendengar juga dapat megirim salam untuk teman, saudara maupun pacar. Acara You Minta I Kasih sendiri di siarkan pada setiap hari kecuali hari jum'at dan hari minggu pada jam : Siang jam 10.00 - 13.00 Malam :Jam 19.00 - 22.00 (kecuali Selasa& Sabtu).

13) *Good Morning* Jakarta

Acara *GoodMorning* Jakarta ini merupakan acara yang ada beberapa paket yang memiliki beragam materi. Acara ini disiarkan pada setiap hari Senin sampai Minggu pada pukul 06.00-10.00 WIB

Berikut merupakan beberapa paket acara *GoodMorning* Jakarta yang materinya sangat bervariasi:

a) Opini (Obrolan Pagi Ini)

Membahas permasalahan yang lagi hangat di media, parasobat /pendengar bisa memberikan komentar melalui layanan Tlp. Di 4702552 dan 4702553 sms 0813 821 55556

b) Mas Koki (Masalah Kota Kita)

Buat parasobat yang merasa dilingkungannya ada permasalahan Jalan, PAM, PLN, Sering kemalingan dilingkungan parasobat muara. pokoknya buat masyarakat punya keluhan atau ucapan terimakasih kepada para instansi terkait disini tempat di acara Mas Koki (Masalah Kota Kita) dan radio Muara akan menyampaikan keluhan pendengar kepada instansi yang terkait.

c) Pasar Senggol

Penyiar seperti tukang obat yang sedang membaca iklan baris di koran-koran. Paket ini merupakan bantuan kepada para "pengusaha terlalu lemah" yang kepingin pasang iklan tapi tidak punya dana banyak, sehingga dagangannya

bisa didengar orang banyak. Misalnya : sepeda bekas, motor bekas, warung tegal, rumah kos, oper rumah BTN, dan sejenisnya.

d) Hadiah Ulang Tahun

Berdasarkan data tanggal kelahiran pendengar yang telah masuk dalam data base Radio Muara 69,3 AM, maka yang berulang tahun secara otomatis akan dibacakan. Baik ucapan dari Muara 69,3 AM maupun ucapan dari pendengar lainnya. Tak terkecuali itu, sosok kondang atau tokoh populer yang juga berulang tahun pun akan dihubungi via telepon yang disiarkan secara langsung kepada pendengar yang berulang tahun.

Yang paling banyak mendapatkan ucapan dari teman-temannya via telepon, maka ia berhak mendapatkan hadiah khusus. Bonusnya, penyiar akan memberi ramalan gratis kepada mereka yang lahir pada tanggal tersebut.

c. Slogan

Untuk slogan sendiri radio Muara Jakarta menggunakan slogan “Musik Asyik Nusantara” radio Muara Jakarta berharap para pendengar tidak memandang musik bergenre asli Indonesia yakni “Dangdut” sesuatu yang membosankan untuk didengar tapi musik yang asik untuk menemani segala aktivitas para pendengar dikala suka dan duka, dan diharapkan juga masyarakat Indonesia juga lebih mencintai musik-musik asli nusantara seperti musik dangdut. (Sumber: www.radiomuara.com)

d. Visual atau logo



Gambar 3.1 Logo Perusahaan

Makna Logo

Secara keseluruhan logo radio Muara Jakarta berbentuk sebuah lingkaran dengan tulisan “Radio Muara 69,3 AM Jakarta” dimana dalam tulisan tersebut menggunakan *source sans pro black* yang terkesan menarik, serta tulisan tersebut didesign dengan warna hitam putih yang memiliki arti atau tujuan bahwa tidak hanya kalangan tertentu yang dapat mendengarkan radio ini melainkan semua kalangan atau universal.

Tanda Lingkaran

Diharapkan radio Muara Jakarta dapat menjadi lingkaran radio para pendengar, tetap eksis dan mampu menghibur pendengar.

Warna Hitam Putih

Menunjukkan bahwa radio Muara Jakarta dapat didengar oleh semua kalangan.

e. Penyiar

Penyiar sendiri merupakan penyampai pesan melalui radio sekaligus menjadi identitas dari radio, oleh karena itu sebaik mungkin penyiar harus dapat menjadi perwakilan radio dalam menyampaikan serta memberikan apa yang diinginkan oleh audiens. Di radio Muara Jakarta sendiri terdapat 10 orang penyiar yang masing-masing diambil melalui proses seleksi. (Sumber : www.radiomuara.com)

f. Bahasa siaran

Salah satu hal yang sangat penting diperhatikan oleh penyiar yaitu bahasa siaran, di radio Muara Jakarta penyiar menggunakan bahasa siaran yang menyesuaikan dengan bahasa sehari-hari yang tidak terlalu baku, menggunakan kosa-kata yang jelas santai dan teratur.

g. *Gift*

Selain memutar lagu-lagu dangdut yang asyik radio dan siaran seperti pada umumnya, radio Muara Jakarta juga rutin melakukan kegiatan melakukan hadiah atau *gift* kepada para sobat Muara Jakarta yang sedang berulang tahun dan untuk para sobat Muara Jakarta yang telah memenangkan beberapa kuis yang diberikan pada program-program tertentu.

“untuk tetap mempertahankan pendengar setia kami, kami selalu berinovasi untuk memberikan *reward-reward* untuk para sobat muara. Disini kami memberikan hadiah berupa uang tunai, voucher pulsa dan bahkan voucher belanja di beberapa supermarket yang telah ditentukan dari kami. Kuisnya pun tidak terlalu susah hanya seputar pertanyaan-pertanyaan dari segmen-segmen yang sedang disiarkan”. (Hasil wawancara dengan bapak

Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018).

h. Air Pesonallity

Para penyiar radio Muara Jakarta membangun *Air pesonallity* selama siaran dengan pembawaan yang santai, *fun*, berwawasan luas terhadap dangdut serta *friendly*.

“Sebenarnya *Air Pesonallity* setiap penyiar itu ada ciri khasnya masing-masing dalam membawakan sebuah program tetapi bagaimanapun itu setiap penyiar di radio Muara Jakarta harus memunculkan karakter seperti *fun* dan *friendly*”. (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018).

i. Kegiatan Off Air

Radio Muara Jakarta melakukan kegiatan *off air* sama halnya dengan radio lain, baik yang dilakukan secara rutin atau dalam event-event tertentu saja. Kegiatan *off air* radio Muara Jakarta yang dilakukan secara rutin ialah *tour* panggung Muara Jakarta ke beberapa daerah di sekitaran Jabodetabek, ini dilakukan untuk tetap menjaga silaturahmi kepada para Sobat Muara maupun sebaliknya.

Selain *tour* panggung Muara Jakarta, juga ada kegiatan *off air* lainnya yang dilakukan yaitu bekerjasama dengan pihak-pihak acara live konser dangdut di Jabodetabek.

“Kita juga memiliki kegiatan *off air* seperti bakti sosial terus event-event untuk live konser kaya kemarin kami baru saja mengundang Ridho Rhoma, Iyet Bustami, Irma Darmawangsa dan masih banyak lagi.” (Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018).

Gambar 3.2 Crew Radio Muara Jakarta melakukan Tour Panggung Muara



Sumber : wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018

Gambar 3.3 Foto bersama Sobat Muara saat Tour Panggung Muara



Sumber : wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018

j. Implementasi *positioning* dalam program *live streaming*

Pada era yang sangat modern ini radio sama halnya dengan industri pertelevisian maupun media-media *Entertainment* seperti *Youtube* dimana terdapat persaingan bisnis yang sangat ketat untuk mendapatkan pendengar maupun *viewer*.

Dengan didapatkannya *viewer* maupun pendengar yang banyak maka semakin banyak pula pengiklan yang berlomba-lomba untuk memasang iklannya. Hal ini berlaku juga untuk radio Muara Jakarta semakin banyak produk yang mensponsori atau mengiklankan produknya di radio Muara Jakarta maka semakin banyak pula pemasukan untuk radio Muara Jakarta.

Maka dari itu untuk menarik banyak pendengar dan menaikkan *rating* radio Muara Jakarta membutuhkan strategi *positioning* yang tepat. Strategi *positioning* yang dimaksudkan adalah *live streaming*. Di dalam *live streaming* ini terdapat dua program acara yaitu *video streaming* dan *audio streaming*. Dimana kedua program acara tersebut dapat dengan mudah diakses oleh para pendengar hanya dengan menggunakan jaringan internet.

1) Program Acara *Video Live Streaming*

a) BBM (Bincang Bintang Muara)

Selain menjadi program unggulan dari radio Muara Jakarta, BBM juga masuk di dalam program *video live streaming* radio Muara Jakarta. Tidak banyak perbedaan yang terlihat saat *video live streaming* dan saat penyiaran radio berlangsung. Konsep acara sendiri masih terbilang sama yaitu dengan menyajikan perbincangan dengan artis-artis dangdut yang sedang mempromosikan album ataupun artis-artis yang lagi *Hits* saat ini. Pendengar juga bisa bertanya seputar artis yang hadir diacara temu artis tentang kegiatannya atau profil sang artis tersebut, dan artis tersebut akan memberikan hadiah buat pendengar yang bisa menjawab pertanyaan artis. Di dalam *live streaming* acara ini juga masih sama

ditayangkan pada hari Selasa pukul 13.00-15.00 dan Rabu pukul 20.00-22.00 WIB.

Di dalam acara BBM ini dipandu oleh seorang *host* yaitu Andre Yahya dan adapun beberapa bintang tamu dari kalangan artis-artis dangdut yang sudah ternama ataupun yang baru memulai karir salah satu artis yang pernah mengisi BBM adalah Ridho Rhoma dan Irma Darmawangsa. Dalam program ini host memberi kesempatan kepada para Sobat Muara untuk berinteraksi langsung dengan bintang tamu melalui telepon interaktif. Dimana maksimal ada tiga kali penelfon dalam setiap segmen. Untuk telepon interaktif sendiri pun ada di segmen satu dan segmen dua. Hal tersebut dibuat untuk mengetahui respon para pendengar radio Muara Jakarta terhadap acara yang sedang berlangsung. Biasanya para pendengar yang menelfon akan menanyakan mengenai lagu baru artis tersebut atau cerita mengenai lagu tersebut. Sebenarnya untuk telepon interaktif ini tidak melulu harus tiga penelfon setiap segmen kadang ada yang hanya dua penelfon di satu segmen.

Tabel 3.2 Rundown program acara Bincang Bintang Muara

SEGMENT 1	Durasi	Keterangan
	00'00"-01'00"	<i>Opening Bumper</i> "Bincang Bintang Muara" (BBM)
	01'00"-19'00"	Pembukaan <i>Host</i> , Menyapa para pemirsa, Menyambut Bintang Tamu dan wawancara.
	19'00"-20'00"	<i>Time Signal</i>
	20'00"-30'00"	<i>Live Performance</i> Bintang tamu, Spot Iklan
	30'00"-39'00"	Membuka telepon interaktif
	39'00"-40'00"	<i>Time Signal</i>
	40'00"-45'00"	Melanjutkan pembahasan tentang kesibukan bintang tamu, Spot iklan
	45'00"-49'00"	Membuka telepon interaktif

	59'00-60'00''	<i>Time signal</i>
SEGMENT 2		
	60'00''-75'00''	Pemutaran video klip bintang tamu dan Spot iklan
	75'00''-89'00''	Membuka telefon interaktif
	89'00''-90'00''	<i>Time signal</i>
	90'00''-100'00''	<i>Live Performance</i> dan Spot iklan
SEGMENT 3		
	100'00''-110'00''	Memberi sesi tanya jawab untuk pemirsa yang hadir distudio seputar bintang tamu
	110'00''-117'00''	<i>Live Performance</i> bintang tamu
	117'00''-119'00''	Penutup
	199'00-12-'00''	<i>Time signal</i>

Sumber: Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018.

Gambar 3.4 Tayangan *Live Streaming* Bincang Bintang Muara di *account Facebook* Radio Muara Jakarta



Sumber : Account Facebook Radio Muara Jakarta

b) Warung Gaul Muara

Warung Gaul Muara sendiri merupakan program acara baru yang terbentuk setelah adanya *live streaming*. Acara ini sendiri mengusung konsep acara *talkshow* yang hampir sama dengan program acara BBM namun dalam acara Warung Galau Muara dibawakan dengan lebih santai dengan konsep

panggung seperti di warung kopi dan dibawakan oleh dua orang *host*. Untuk para pemirsa *video live streaming* dapat merequest lagu maupun mengirim salam dengan via *live Instagram*. Untuk acara Warung Gaul Muara sendiri disiarkan secara *live streaming* setiap hari Senin pukul 15.00-17.00 WIB.

Untuk warung Gaul Muara dipandu oleh seorang *host* Andre Yahya dan *co-hostnya* Angga Pram. Untuk acara Warung Gaul Muara hampir sama dengan acara BBM yaitu untuk bintang tamu sendiri diisi oleh para artis-artis dangdut ternama Ibukota maupun artis-artis pendatang baru yang akan mempromosikan *single* mereka seperti Duo Srigala dan Eli Sugigi. Dalam acara Warung Gaul Muara juga membuka sesi telepon interaktif dimana para Sobat Muara dapat langsung berinteraksi dengan para bintang tamu. Untuk acara Warung Gaul Muara telepon interaktif di buka pada segmen satu dan dua. Dimana dalam segmen dua membahas lebih dalam tentang lagu dan bintang tamu. Dalam segmen ini penelfon juga dapat merequest video klip dari bintang tamu yang bersangkutan.

Tabel 3.3 Rundown program acara Warung Gaul Muara

SEGMENT 1	Durasi	Keterangan
	00'00"-01'00"	<i>Opening Bumper</i> "Warung Gaul Muara"
	01'00"-19'00"	Pembukaan <i>Host</i> , Menyapa para pemirsa, Menyambut Bintang Tamu dan wawancara.
	19'00"-20'00"	<i>Time Signal</i>
	20'00"-30'00"	<i>Live Performance</i> Bintang tamu, Spot Iklan
	30'00"-39'00"	Membuka telepon interaktif
	39'00"-40'00"	<i>Time Signal</i>
	40'00"-45'00"	Melanjutkan pembahasan tentang kesibukan bintang tamu, Spot iklan
	45'00"-49'00"	Membuka telfon interaktif
	59'00-60'00"	<i>Time signal, Bumper out</i>
SEGMENT 2		

	60'00"-75'00"	Pemutaran video klip bintang tamu dan Spot iklan, <i>Bumper in</i>
	75'00"-89'00"	Membahas sms para Sobat Muara, membuka telfon interaktif pemutaran lagu
	89'00"-90'00"	<i>Time signal, Bumper Out</i>
	90'00"-100'00"	<i>Live Performance</i> dan Spot iklan
SEGMENT 3		
	100'00"-110'00"	Memberi sesi tanya jawab untuk pemirsa yang hadir di studio seputar bintang tamu
	110'00"-117'00"	<i>Live Performance</i> bintang tamu
	117'00"-119'00"	Penutup
	199'00-12-'00"	<i>Time signal</i>

Sumber: Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018.

Gambar 3.5 Tayangan *Live Streaming* Warung Gaul Muara di *website* Radio Muara Jakarta 69,3 AM



Sumber : website Radio Muara Jakarta

c) **Pojok Sutra**

Acara **Pojok Sutra** merupakan acara yang disponsori oleh produk alat kontrasepsi dimana acara ini merupakan satu-satunya acara yang memiliki

Sponsor yang langsung menjadi bagian dari nama programnya. Acara ini menyuguhkan bincang-bincang santai dengan para artis dangdut. Untuk acara ini sendiri cenderung ditujukan untuk para pemirsa *video live streaming* kategori dewasa karena selain menyajikan perbincangan yang agak vulgar sedangkan untuk artisnya juga cenderung menggunakan pakaian yang sedikit terbuka.

Acara pojok sutra juga menyajikan lagu-lagu yang dapat direquest oleh para pemirsanya, selain itu para pemirsa acara ini juga dapat melakukan tanya jawab dengan bintang tamu dengan via telepon. Acara Pojok Putra sendiri disiarkan pada hari Kamis pukul 22.00-23.00 dan Jumat pukul 22.00-23.00 WIB. Acara ini dipandu oleh Duo Biduan (Kiki Syahra dan Elsa Tya Marselina) dan Andre Yahya. Untuk acara Pojok Sutra diisi oleh bintang tamu penyanyi dangdut ternama ibu kota seperti Silvi DA 4 dan Ovi Ratu Srigala eks personil Duo Srigala. kebanyakan untuk acara Pojok Sutra sendiri lebih ke bincang-bincang membahas tentang kehidupan para artis.

Dalam acara Pojok Sutra juga membuka sesi telepon interaktif dimana dalam acara Pojok Sutra telepon interaktif dibuka pada segmen kedua dan ketiga. Untuk acara ini para penelfon kebanyakan menanyakan tentang cerita kehidupan para bintang tamu. banyak para Sobat Muara yang penasaran dengan cerita para bintang tamu sehingga bisa sampai pada posisi sekarang ini.

Tabel 3.4 Rundown program acara Pojok Sutra

SEGMEN 1	Durasi	Keterangan
	00'00"-01'00"	<i>Opening Bumper</i> "Pojok Sutra"
	01'00"-19'00"	Pembukaan <i>Host</i> , Menyapa para pemirsa,

		Menyambut Bintang Tamu dan wawancara.
	19'00"-20'00"	<i>Time Signal, Bumper out</i>
SEGMENT 2	20'00"-30'00"	<i>Bumper in, Live Performance</i> Bintang tamu, Spot Iklan
	30'00"-39'00"	Membuka telefon interaktif
	39'00"-40'00"	<i>Time Signal, Bumper Out</i>
SEGMENT 3	40'00"-45'00"	<i>Bumper in,</i> Melanjutkan pembahasan tentang kesibukan bintang tamu, Spot iklan
	45'00"-49'00"	Membuka telfon interaktif seputar bintang tamu dan Penutup
	59'00-60'00"	<i>Time signal</i>

Sumber: Hasil wawancara dengan bapak Ajat, selaku Direktur Operasional dari Radio Muara Jakarta, tanggal 25 Maret 2018.

Gambar 3.6 Promosi jadwal *Live Streaming* Radio Muara Jakarta 69,3 AM via Instagram



Sumber : Account Instagram Radio Muara Jakarta

2) Program *Audio Live Streaming*

a) Doski Disqo Muara

Untuk acara Doski Disqo Muara sebenarnya sudah ada pada program

wajib radio Muara sendiri, namun karena banyaknya pendengar yang berada di luar Jabodetabek mengeluhkan jaringan frekuensi yang buruk sehingga dari radio Muara sendiri pun membuat acara Doski Disqo Muara menjadi salah satu program *audio streaming*. Untuk isi dari acara ini sendiri masih sama dengan acara Doski Disko yang terdapat dalam program radio Muara Jakarta yaitu memutar lagu dangdut bernuansa Dangdut Disko untuk menghibur pendengar dan memunculkan semangat pendengar di sore hari. Acara ini disiarkan pada pukul 15.00-17.00 WIB, selain itu pendengar bisa ikut berpartisipasi melaporkan informasi-informasi Lalu lintas, cuaca, kebakaran, atau Informasi terhangat dilingkungan melalui sms maupun via telepon. Doski Disqo Muara dipandu oleh dua *host* yaitu Raul dan Arya BK.

b) Ceramah agama

Program acara Ceramah Agama juga sebenarnya sudah ada dalam program wajib radio Muara, namun mengingat bagaimana pentingnya siraman rohani untuk para pendengar maka radio muara juga menambahkan acara ceramah agama dalam daftar *audio streaming*. Masih sama dengan program acara wajib muara ceramah agama ini berisikan siraman rohani serta pengetahuan tentang agama. Untuk jam siar sendiri juga masih sama yaitu disiarkan setiap hari pada pukul 17.00-18.00 WIB menjelang azan magrib.

c) Muara tarling

Seperti pada dua acara sebelumnya Doski Disko Muara dan Ceramah Agama, Muara Tarling juga merupakan program acara wajib di radio Muara.

Muara Tarling merupakan acara yang khusus memutar musik-musik pantura. Untuk acara Muara Tarling sendiri di pandu oleh dua orang *host* yaitu Astrid dan Maria. Acara Muara Tarling disiarkan pada setiap hari Senin sampai Sabtu pukul 19.00-20.00 WIB. Banyak sekali penikmat musik ini terutama di Jabodetabek yang juga memiliki banyak komunitas-komunitas musik ini. Selain di Jabodetabek banyak juga penikmat musik tarling ini dari luar Jabodetabek bahkan sampai luar pulau Jawa. Banyak keluhan yang datang melalui via SMS bahwa untuk jaringan frekuensi di luar pulau Jawa sangat susah, bahkan kadang hilang. Sehingga radio Muara juga memasukkan Muara Tarling ke dalam daftar *audio live streaming* supaya para pendengar dapat dengan mudah mengakses program acara ini.

B. Analisis Data

1. Penerapan Konsep STPPF oleh Radio Muara Jakarta 69,3 AM

Keberhasilan sebuah radio diukur melalui kecintaan dan *suport* dari para pendengarnya. Apabila sebuah stasiun radio mampu mempertahankan pendengar dengan apa yang disuguhkan oleh radio itu sendiri maka bisa dikatakan radio tersebut berhasil. Keberhasilan tersebut tidak semata-mata terjadi begitu saja tetapi membutuhkan sebuah strategi untuk mewujudkannya. Salah satu strategi yang diterapkan oleh radio Muara merupakan strategi *positioning*. Dimana telah dijabarkan pada bab I bahwa *positioning* sendiri merupakan tindakan perusahaan untuk memosisikan sebuah merek (*Brand*) dan menciptakan *image* dalam ingatan pendengar yang ditargetkan dan memperkenalkan serta mempromosikan sebuah radio agar terciptanya suatu kesan terhadap produk yang ditawarkan. *Positioning*

sendiri dapat tercipta dengan adanya konsep STPPF.

a. Segmentasi Radio Muara Jakarta 69,3 AM

Sebuah radio perlu membagi pasar menjadi beberapa kelompok pendengar yang menjadi sasaran segmentasi sendiri dibedakan berdasarkan karakteristik, kebutuhan, atau tingkah laku dari pendengar agar radio lebih mudah untuk menyuguhkan program acaranya. Segmentasi perlu dilakukan supaya media lebih mudah dalam memahami pendengar yang dirasa memiliki karakter maupun respons yang sama. Dengan memahami keinginan dari pendengar radio akan menentukan tema dan program yang diminati, serta bagaimana cara menjangkau penggemar dan bagaimana cara mempertahankan dari kompetitor.

1) Mengidentifikasi Segmentasi Demografis

Seperti yang telah dijelaskan pada bab I Segmentasi *audiens* berdasarkan demografis pada dasarnya adalah segmentasi yang didasarkan pada peta kependudukan, misalnya usia, jenis kelamin, besarnya anggota keluarga, pendidikan tertinggi yang dicapai, jenis pekerjaan konsumen, tingkat penghasilan, agama, suku, dan sebagainya. Menurut penuturan bapak Ajat selaku Direktur Operasional Segmentasi yang dilakukan radio Muara meliputi jenis kelamin dengan persentase sebanyak 60% laki-laki dan 40% perempuan. Dari jenis kelamin lebih ditargetkan kepada kaum laki-laki karena kaum laki-laki biasanya lebih menggemari musik dangdut terlihat dari para penelfon yang merequest pada setiap program acara di radio Muara Jakarta. sedangkan dilihat segi usia yang ditargetkan oleh

radio Muara yaitu rentang usia 25- 40 tahun. Biasanya untuk para pendengar di usia 25 tahunan ini lebih menyukai musik-musik dangdut koplo atau pantura serta musik-musik dangdut jaman sekarang yang biasanya diberikan sentuhan aransemen seperti *EDM*. Sedangkan untuk rentang usia 40 tahun ke atas lebih menyukai musik-musik dangdut lama yang benar-benar pure musik dangdut seperti musik dangdut ala Roma Irama.

Sedangkan untuk SES sendiri untuk radio Muara Jakarta dibagi menjadi SES A 45%, SES B 35% dan SES C 20%. Selain itu ada juga persentase berdasarkan pendidikan dan pekerjaan, dimulai dari pekerja sebanyak 50%, pelajar dan mahasiswa 25%, ibu rumah tangga sebesar 20% selanjutnya pengangguran 3% dan yang lain-lain sebanyak 2%. Dari uraian tersebut peneliti menganalisis bahwa radio Muara Jakarta sudah melaksanakan bagaimana membidik pasar dengan cara mengelompokkan data pendengar atau segmentasi dengan cukup baik.

2) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan psikografis

Untuk segmentasi psikografis sendiri mengacu pada tingkah laku masyarakat dan gaya hidup yang dianut. Segmentasi yang dilakukan oleh radio Muara adalah pendengar wanita dan pria atau penduduk Jabodetabek khususnya yang masih sangat menggemari musik dangdut. Seperti yang kita tahu bahwa pada era yang modern ini musik-musik barat semakin mendominasi dunia musik di Indonesia jadi radio Muara Jakarta menyasar masyarakat Jabodetabek yang masih menggemari musik dangdut dan

dapat melestarikan musik khas nusantara ini.

3) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan geografi

Segmentasi geografis dikelompokkan berdasarkan faktor lingkup pasar, termasuk pertimbangan dimana operasi jasa akan dilakukan dan pengukuran besar geografis, dimana termasuk didalamnya pengujian tingkat kepadatan penduduk dan faktor iklim. Untuk radio Muara Jakarta sendiri lebih mengutamakan daerah Jabodetabek namun dirasa penggemar yang semakin meningkat untuk daerahnya diperluas hingga luar provinsi, luar pulau bahkan di seluruh Indonesia. Untuk pendapatan sendiri masyarakat Jabodetabek kebanyakan dari berbagai sektor industri.

Untuk seluruh penghuninya diperkirakan sebesar 17,9 juta penduduk. Untuk luas wilayah keseluruhan 7.604,6 km². Jangkauan siaran tersebut menjadi keuntungan bagi radio Muara Jakarta untuk lebih mengenalkan radionya kepada masyarakat luas juga dapat memperluas area pemasaran sehingga dapat meningkatkan keuntungan bagi radio Muara Jakarta serta dapat menarik para pengiklan untuk mengiklankan produknya.

Dari uraian diatas peneliti menyimpulkan bahwa radio Muara Jakarta sudah menerapkan bagaimana cara membidik pasar segmentasi dengan mengelompokkan data pendengar dengan baik walaupun belum terlalu sempurna. Untuk pengelompokan data berdasarkan pekerjaan dan pendidikan radio Muara Jakarta sendiri telah melakukan pengolahan data secara terperinci dimulai dari pekerja sebanyak 50%, pelajar dan mahasiswa 25%, ibu rumah tangga sebesar 20% selanjutnya pengangguran

3% dan yang lain-lain sebanyak 2%.

b. *Targeting* Radio Muara Jakarta 69,3 AM

Targeting merupakan hal kedua yang dilakukan radio Muara Jakarta setelah dilakukannya segmentasi. *Targeting* sendiri memiliki tujuan untuk menentukan *positioning* nantinya. *Targeting* memiliki tujuan untuk menentukan fokus perhatian kegiatan pemasaran radio. Untuk target radio Muara Jakarta sendiri yaitu target masyarakat menengah dan menengah ke bawah. Ada empat kriteria yang harus dipenuhi pengelola media penyiaran untuk mendapatkan *audiens* sasaran yang optimal menurut Clancy dan Shulman (1991:375-377) :

1) Responsif

Audiens sasaran harus responsif terhadap program-program yang ditayangkan. Apabila *audiens* tidak merespons, maka pengelola media penyiaran yang harus mencari tahu mengapa hal ini bisa terjadi. Hal ini harus dimulai dengan segmentasi yang jelas. Radio Muara banyak program acara yang melibatkan pendengar melalui interaksi dan penyiar secara langsung. Interaksi tersebut bisa melalui SMS, telepon, *Twitter* maupun *Facebook*. Respons *audiens* bisa dibilang sangat penting bagi sebuah radio, apabila suatu program acara minim dari pendengar dapat dipastikan bahwa acara tersebut tidak akan bertahan lama. Namun apabila program acara tersebut memiliki respons yang baik maka acara tersebut akan dipertahankan. Radio Muara Jakarta memiliki pendengar yang sangat responsif terhadap radionya baik untuk program acara atau yang lainnya, hal ini sangat berguna untuk

berlangsungnya hidup dari radio Muara Jakarta sendiri.

2) Potensi penjualan

Umumnya setiap program yang akan disiarkan harus memiliki potensi penjualan yang cukup bagus. Semakin besar kemungkinan program mendapatkan *audiens* sasaran maka nilai yang didapat juga semakin besar. Radio Muara Jakarta mewujudkan nilai jualnya dengan cara membuat program acara dan iklan yang dikemas secara ringan dan menyenangkan. Radio Muara Jakarta sendiri cenderung lebih menonjolkan gaya siaran yang *easy going* dan dengan bahasa yang mudah diterima oleh anak muda jaman sekarang. Serta radio Muara Jakarta tidak hanya menyajikan lagu-lagu dangdut lawas, tapi juga lagu-lagu dangdut masa kini yang berbagai variasi musik dangdut.

3) Pertumbuhan memadai

Pada umumnya *audiens* tidak akan langsung memberikan respons dengan apa yang ditawarkan oleh pihak radio, namun *audiens* akan bertambah secara bertahap sampai akhirnya akan meningkat dengan pesat. Apabila radio sendiri telah memberikan tawaran berupa program-program yang telah dipilih namun penambahan *audiens* dirasa terlalu lambat maka langkah-langkah agar program dapat diterima oleh *audiens* maka harus difikirkan kembali. Banyak kemungkinan program yang dibuat oleh pihak radio kurang sesuai dengan target sasaran. Untuk itu radio Muara Jakarta selalu melakukan evaluasi untuk membahas dan meninjau ulang program yang mereka

buat setiap 3 bulan sekali. Patokannya adalah apabila program yang mereka buat mendapatkan jumlah pendengar di bawah 20% maka radio Muara akan mengganti program tersebut dengan program yang baru. Biasanya hal tersebut terlihat dari respons pendengar melalui telepon interaktif, SMS dan kunjungan di *Facebook* maupun *Twitter*.

4) Jangkauan iklan

Para pengiklan cenderung lebih memikirkan media penyiaran yang paling tepat dan sesuai untuk memasarkan produknya supaya mendapatkan profit yang bagus juga. *Audiens* sasaran bisa di capai dengan optimal apabila pemasang iklan dapat dengan tepat memilih media untuk melakukan promosi dan memperkenalkan produknya. Radio Muara Jakarta sendiri memiliki keuntungan dalam hal luas jangkauan wilayah, dimana jangkauan wilayah sendiri meliputi Jabodetabek, dan hampir seluruh pulau Jawa, bahkan sampai luar pulau Jawa. Dimana dengan adanya hal tersebut membuat pengiklan tidak ragu untuk mengiklankan produknya di radio Muara Jakarta. Apalagi target pendengar radio Muara Jakarta kebanyakan merupakan para karyawan atau pekerja yang pada umumnya telah memiliki penghasilan dan memiliki kemampuan daya beli. Biasanya pengiklan akan memikirkan media penyiaran yang paling efektif untuk mempromosikan dan memasarkan produknya dan radio Muara Jakarta sendiri memiliki faktor-faktor yang bisa mendukung keberhasilan pemasaran bagi para pengiklan.

c. *Positioning* Radio Muara Jakarta 69,3 AM

Menurut Kasali yang ia sampaikan di dalam bukunya membidik pasar Indonesia bahwasanya “*positioning* bukanlah strategi produk, tetapi strategi komunikasi, *positioning* berhubungan dengan bagaimana konsumen menempatkan produk ke dalam otaknya, di dalam alam khayalnya, sehingga calon konsumen memiliki penilaian tertentu dan mengidentifikasikan dirinya dengan produk lain”. *Positioning* harus memiliki hubungan erat dengan strategi merebut konsumen dan harus bisa mewakili persepsi yang hendak dicetak dalam benak pendengar radio Muara Jakarta, yakni sebagai radio dangdut nomor 1 di Indonesia.

Citra radio Muara Jakarta sebagai salah satu musik dangdut di Indonesia dapat dilihat dari program-program acara *on air* seperti pada program BBM, Warung Gaul Muara, Muara Tarling, Kenang Kuno Muara dan beberapa program acara lainnya sedangkan untuk *stationidentity* berupa slogan, dan bahasa siaran yang digunakan. Untuk slogan radio Muara Jakarta dirasa sudah sangat tepat dengan pemilihan kata-kata “Musik Asyik Nusantara” dimana di dalam slogan tersebut memiliki makna bahwa radio Muara Jakarta akan selalu menjaga musik asli nusantara atau musik asli Indonesia yang sudah ada sejak lama, yaitu musik dangdut. Bukan hanya musik dangdut tapi di dalam salah satu program acara juga menyelipkan musik campur sari, seperti yang kita tahu bahwa campur sari sendiri merupakan musik daerah kebudayaan Jawa.

d. *Formating* Radio Muara Jakarta 69,3 AM

Format siaran atau format *station* dapat di artikan sebagai sebuah bentuk kepribadian suatu stasiun penyiaran radio yang dapat di dengarkan dari program siarannya. *Formating* sendiri memiliki tujuan untuk membedakan dan menyasar konsumen yang lebih spesifik kemudian juga untuk menyiapkan radio agar mampu berkompetisi dengan stasiun radio lainnya. Format sendiri terbilang sangat penting karena menjadikan karakteristik tersendiri dari stasiun radio untuk menarik para pendengarnya secara maksimal.

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

1) Kepribadian (*personality*) penyiar dan *Host*

Penyiar merupakan ujung tombak dari sebuah stasiun radio. Penyiar adalah orang yang langsung berhubungan dengan pendengar, bahkan dengan klien (pemasang iklan). Suara kata-kata dan sikap penyiar disaat mengudara mencerminkan identitas radio. Sedangkan nama baik atau citra suatu radio ditentukan juga oleh kepribadian penyiarnya. Untuk radio Muara Jakarta sendiri memilih penyiarnya berdasarkan seleksi, dimana untuk menjadi seorang penyiar radio Muara Jakarta harus *smart*, ramah, bersahabat, dan penyiar yang tidak boleh menyinggung sara dalam ucapannya saat siaran. Radio Muara Jakarta seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya

menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh para pendengar dan dengan dibumbui dengan *jokes-jokes* khas anak Jakarta.

2) Pilihan musik dan lagu

Untuk jenis format musik yang dipilih oleh radio Muara Jakarta sendiri merupakan jenis musik dangdut. Dimana musik dangdut merupakan musik khas Indonesia yang sampai sekarang masih banyak peminatnya. Apalagi jenis musik dangdut pada masa sekarang ini semakin kreatif dengan berbagai macam genre. Selain didominasi dengan musik dangdut radio Muara Jakarta juga menyajikan berbagai jenis musik lainnya walaupun tidak banyak jam siarnya contohnya adalah musik campur sari, musik pop.

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

Dalam pembuatan iklan radio Muara Jakarta memilih membuat sendiri iklan untuk produk-produk yang akan ditampilkan, Hal itu dilakukan oleh radio Muara Jakarta agar para pendengar dapat dengan mudah menerima informasi tentang produk tersebut melalui bahasa siaran yang dimiliki oleh radio Muara Jakarta dengan gaya bahasa yang sangat mudah diterima dan jelas seperti karakteristik gaya siaran radio Muara Jakarta.

e. *Programing* Radio Muara Jakarta 69,3 AM

Dalam radio Muara Jakarta *programing* sangatlah erat hubungannya dengan *positioning*, terlihat dari beberapa program yang diperbarui demi meningkatkan jumlah pendengar. Untuk meningkatkan jumlah pendengar

radio Muara Jakarta, maka dibuatlah strategi *positioning* berupa *livestreaming* dimana didalam program *livestreaming* sendiri terdapat beberapa program-program acara.

Program *livestreaming* sendiri pada awalnya tercipta karena persaingan di dunia penyiaran yang semakin ketat sehingga membuat radio Muara mencari cara untuk mempertahankan eksistensinya di dunia penyiaran. Program acara *livestreaming* sendiri bertujuan untuk meningkatkan jumlah pendengar. Sasaran yang dituju bukan hanya masyarakat Jabodetabek tapi juga untuk masyarakat daerah-daerah lain di luar Jabodetabek. Dengan program *live streaming* diharapkan para pendengar dapat dengan mudah mengakses radio Muara Jakarta.

Program acara yang disajikan adalah salah satu faktor yang bisa membuat pendengar tertarik untuk mengikuti program siaran radio Muara Jakarta. Untuk program acara yang dimiliki oleh radio Muara Jakarta sendiri ada program *onair* dan program *off air*. Untuk program acara *on air* sendiri memiliki strategi *positioning live streaming* yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat Indonesia. Program acara *on air* sendiri merupakan program acara yang penayangannya dilakukan dengan mengudara pada gelombang radio, baik langsung disiarkan oleh radio Muara Jakarta secara *live* dimana penyiar bisa berinteraksi dengan pendengar maupun siaran yang ditayangkan dari hasil rekaman atau *tapping*.

Sedangkan untuk program *offair* merupakan program yang tidak

mengudara atau tidak disiarkan pada gelombang radio. dimana program acara *offair* biasanya terjun langsung ke lapangan. Dengan diadakannya program *offair* dapat menabuh banyaknya pendengar dan menunjang program *on air* yang ada. Program acara *off air* lebih memperlihatkan kedekatan kepada para pendengar dan dapat memper erat hubungan antara *crew* radio, penyiar dan para pendengar setianya. Salah satu bentuk acara *offair* yang di buat oleh radio Muara Jakarta sendiri adalah acara musik dimana dalam acara musik tersebut biasanya menampilkan penyanyi dangdut yang sedang naik daun namun kadang kala tidak hanya penyanyi dangdut kadang juga penyanyi pop. Beberapa artis dangdut yang pernah mengisi acara tersebut adalah Siti Badriah, Duo Srigala, Ridho Rhoma dan Irma D.

Setiap program acara yang akan dibuat melahirkan peraturan-peraturan atau kebijakan umum tentang bagaimana mengatur alokasi waktu dan materi siaran dalam kurun waktu sehari, seminggu hingga setahun serta menentukan waktu atau jam penayangan program. Program acara yang kurang menarik otomatis para pendengar akan malas untuk mendengarkan dan itu membuat *rating* menurun, perlahan-lahan radio juga akan ditinggalkan oleh pendengarnya. Selain pendengar akan semakin berkurang hal tersebut juga akan menghambat *positioning* yang ingin dicapai oleh radio Muara Jakarta dan juga akan menghambat dalam menarik para pengiklan.

2. Strategi *positioning* Radio Muara Jakarta 69,3 AM

Dalam era modern seperti saat ini, Radio Muara Jakarta 69,3 AM sangat membutuhkan strategi *positioning* yang baik untuk menempatkan *image* atau citra demi mencapai target yang diinginkan, mengingat persaingan yang ketat di industri media saat ini. Untuk menciptakan sebuah strategi *positioning* yang tepat diperlukan perencanaan yang matang dan langkah yang tepat untuk menanamkan *brand image* yang kuat kepada *audiens* dan pengiklan. Dalam pelaksanaannya Radio Muara Jakarta melakukan berbagai upaya agar mencapai target yang diinginkan mulai dari penerapan konsep STPPF, Program acara, *stasiun identity*, promosi *on air* dan *off air* dan yang terbaru yakni penerapan *live streaming* di beberapa program unggulan.

Menurut Siregar (2010: 101), ada beberapa cara dalam *positioning* radio kepada *audiens*:

a. *Be Creative*

Dalam pelaksanaan strategi *positioning* sebuah radio harus kreatif demi mendapatkan perhatian dari pendengarnya. Dalam hal ini, Radio Muara Jakarta 69,3 AM menggunakan program acara dan *stasiun identity* yang kreatif dan memiliki unsur pembeda dengan radio lain. Terlihat dari program acara yang menggunakan teknologi terbaru yakni *live streaming* yang mana pada era saat ini, mayoritas masyarakat Indonesia sangat dekat dengan media *online* dalam beraktifitas sehari-hari.

Keuntungan dari program acara yang menggunakan *live streaming*

yakni sangat menambah jumlah pendengar radio Muara Jakarta tidak hanya di sekitar Jabodetabek tapi sampai ke luar kota bahkan luar negeri selama masih terhubung dengan internet. Penerapan *Be creative* radio Muara Jakarta dengan memiliki program acara *live streaming* seperti ini sangat mendapat antusias dan respons yang baik dari pendengar ditambah sangat jarangunya radio berformat dangdut dan berfrekuensi AM yang sudah menggunakan teknologi *live streaming* pada saat ini.

Radio muara Jakarta 69,3 AM sudah melakukan penerapan *Be creative* dengan sangat baik dan tepat melihat perkembangan zaman pada saat ini. dalam pembuatan program acara di radio Muara Jakarta semua dilakukan melalui *brainstorming* antar sesama *crew* dan dikerjakan secara kreatif terlihat dari *playlist* yang diputar di radio Muara Jakarta ialah genre dangdut yang beragam tidak hanya lagu dangdut lawas tapi juga kekinian. Tidak ada program yang meniru radio kompetitor malah sebaliknya dengan keunggulan yang dimiliki radio Muara Jakarta saat ini radio lain yang berusaha untuk meniru. Ini tentu saja akan menguatkan *positioning* yang hendak disampaikan oleh radio Muara Jakarta.

b. *Simplycity*

Implementasi strategi *positioning* yang dilakukan oleh radio Muara Jakarta sangat tidak menyulitkan pendengar radio Muara Jakarta dan dilakukan dengan sangat jelas dan *simple* demi mempermudah Sobat Muara dalam memahami *positioning* tersebut. Misalkan dengan

slogan yang dimiliki oleh radio Muara Jakarta yakni “Musik Asyik Nusantara” kalimat tersebut sangat menjelaskan bahwa radio Muara Jakarta adalah radio yang diperuntukkan untuk masyarakat yang menggemari musik nusantara yang mana kita ketahui musik asli nusantara ialah musik dengan genre dangdut. Slogan yang dimiliki oleh radio Muara Jakarta sangat mudah dipahami dan dicerna oleh para pendengar radio.

c. *Consistent yet flexible*

Dalam membangun *positioning* yang baik agar dapat selalu diingat oleh konsumen atau target pasar ialah melakukannya dengan konsisten. Dalam hal ini radio Muara Jakarta sangat memperlihatkan konsistensinya dalam hal program acara maupun evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui strategi berjalan sesuai yang diinginkan. Dari sisi program acara hampir 90% acara yang ada di radio Muara Jakarta menyiarkan program dangdut mulai dari hanya memutar lagu dangdut, mengulas cerita di lagu dangdut sampai mengundang para penyanyi atau pembuat dari lagu dangdut tersebut. Untuk lebih memanjakan para Sobat Muara yang berada di luar Jabodetabek tapi ingin mendengarkan musik dangdut terbentuklah program *live streaming* agar bisa mendengarkan radio Muara Jakarta ini adalah bukti konsistensi dari radio Muara Jakarta dalam implementasi *positioning*-nya.

Selain itu radio Muara Jakarta 69,3 AM juga memiliki program

off air bertemu dengan Sobat Muara di beberapa daerah tujuannya adalah selain menjalin silaturahmi juga untuk mengetahui secara langsung apakah program di radio Muara Jakarta sesuai dengan sobat muara atau kurang diminati. Radio Muara Jakarta tidak segan melakukan perbaruan terhadap program atau bahkan mengganti program yang sudah tidak diminati para khalayaknya. Sebuah *positioning* harus memiliki konsisten agar tidak ditinggalkan pendengarnya dan bisa menghadapi situasi yang tidak diinginkan serta konsisten dalam membangun *positioning* sehingga bisa menghujam dalam benak konsumen. (Darmanto, 2002: 13)

d. *Own, dominate, protect*

Memiliki satu kata atau ciri khas yang sangat jelas untuk bisa melekat dibenak konsumen. *Positioning* dengan menggunakan slogan “Musik Asyik Nusantara” dan program menggunakan *live streaming* harus bisa melekat dengan khalayak. Karna itulah hal dasar dan sederhana yang bisa membuat para pendengar ingat saat melihat atau mendengarnya maka harus dilakukan dengan sederhana dan jelas. *Positioning* yang dilakukan oleh radio Muara Jakarta dengan slogan dan program tersebut sangat tepat karena melihat era saat ini masyarakat sangat dekat media *online* dan dengan slogan yang sangat jelas mempresentasikan *positioning* bahwa radio Muara Jakarta ialah radio dangdut.

e. *Use their language*

Pendekatan langsung dengan para pendengar ialah salah satu cara yang sangat tepat dalam mengkomunikasikan *positioning*. Radio Muara Jakarta 69,3 AM memiliki agenda tetap yakni program *off air*, promosi dan *sponsorship* ini semua dilakukan untuk membangun hubungan pendekatan dengan konsumen untuk mewujudkan *positioning*-nya. Terbukti hal ini cukup efektif dan mendapat respons yang baik sehingga dapat menambah jumlah pendengar dan pengiklan dari radio Muara Jakarta.

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

a. Slogan

Sebuah pesan singkat berupa kalimat yang mudah diingat dan menjadi pembeda dengan radio lain dengan maksud sebagai simbol radio untuk pendekatan kepada khalayak. Slogan dari radio Muara Jakarta sendiri ialah “Musik Asyik Nusantara” 3 rangkaian kata untuk mempresentasikan bahwa radio Muara Jakarta adalah radio yang memutar lagu-lagu bergenre dangdut yang merupakan musik asli nusantara yang ditujukan terhadap penggemar musik bergenre dangdut atau dengan kata lain radio Muara Jakarta adalah radio dangdut.

Peneliti melihat dengan slogan yang sudah dimiliki oleh radio Muara Jakarta sudah cukup sesuai dengan *positioning* yang ingin disampaikan kepada *audiens*, juga dengan program-program yang disajikan tidak

monoton, sesuai dengan selera dan perkembangan zaman dari para pendengar radio Muara Jakarta.

b. *Station Image*

Station image dapat dilakukan melalui publikasi meluas, *product knowledge*, gerak publik *relations*, humas *salesmanship*, membangun loyalitas *audience* & *sense of belonging* yang tepat dan baik agar sesuai dengan *positioning* yang diinginkan. Dalam hal ini peneliti melihat dari sisi *product knowledge* radio Muara Jakarta cukup beragam, mulai dari bekerja sama dengan banyak pihak, logo, *banner* dan poster radio Muara Jakarta 69,3 AM yang bisa ditemukan saat berada di ruang publik seperti *cafe*, supermarket, mall, restoran, juga di beberapa media cetak, *website* dan sosial media seperti *Instagram* dan *Facebook*.

Dengan diterapkannya *product knowledge* sangat berdampak *positive* terhadap *brand* radio agar semakin menciptakan hubungan yang dekat dan *familiar* dengan pendengar juga erat kaitannya dengan *salesmanship* karena bisa menjaring berbagai klien dengan produk yang berbeda-beda untuk bisa bekerja sama. selain itu melakukan interaksi antara penyiar dan pendengar seperti request lagu, kirim-kirim salam ataupun kuis sangat membangun *audience loyalty* dan *sense of belonging* khalayak.

c. *Monitoring Station*

Monitoring station meliputi melihat pergerakan radio lain, mencatat tingkah laku dan kebutuhan pendengar serta menghimpun data untuk nantinya diamati serta dipelajari. Tujuan dilakukannya *monitoring station* oleh radio Muara Jakarta selain untuk melihat pergerakan kompetitor juga untuk mengetahui peluang dan memanfaatkannya untuk tetap bisa menjaga eksistensinya dari kompetitor.

Untuk kritik dan saran, radio Muara Jakarta sangat terbuka kepada para pendengar yang ingin memberi ide atau seke dar tanggapan untuk program yang disajikan oleh radio Muara Jakarta, semua respons dari pendengar ditanggapi melalui interaksi di media sosial, telepon interaktif juga SMS dan terkadang ketika sedang melakukan program *offair*. Dengan hal ini dapat membantu radio Muara Jakarta untuk melakukan evaluasi terhadap semua agenda yang sudah dijalankan dan menjadi lebih kreatif.

d. *Station Identity*

Bagaimana radio menjelaskan dirinya dan menunjukkan eksistensinya dengan bersifat mengingatkan. radio Muara Jakarta memiliki logo, *Jingle*, *station call*, *tagline* dan *program* yang khas dan berbeda dari radio lainnya. Untuk logo radio Muara sendiri berbentuk sebuah lingkaran dengan tulisan “Radio Muara 69,3 AM Jakarta” dimana dalam tulisan tersebut menggunakan *source sans pro black* yang terkesan menarik, serta tulisan tersebut didesign dengan warna hitam putih yang memiliki arti atau

tujuan bahwa tidak hanya kalangan tertentu yang dapat mendengarkan radio ini melainkan semua kalangan atau universal. Bentuk lingkaran juga memiliki makna harapan dari radio Muara Jakarta yaitu diharapkan radio Muara Jakarta dapat menjadi lingkaran radio para pendengar, tetap eksis dan mampu menghibur para pendengar.

Jingle radio Muara dibuat semenarik mungkin yaitu “*radio...muara...Jakarta !! musik asyik nusantara*” jingle tersebut diiringi dengan aransemen alunan musik dangdut yang dapat membuat para pendengar familiar dengan jingle tersebut. Makna dari jingle radio Muara Jakarta sendiri yaitu radio Muara Jakarta berharap para pendengar tidak memandang musik bergenre asli Indonesia yakni “Dangdut” sesuatu yang membosankan untuk didengar tapi musik yang asik untuk menemani segala aktivitas para pendengar dikala suka dan duka, dan diharapkan juga masyarakat Indonesia juga lebih mencintai musik-musik asli nusantara seperti musik dangdut.

Sedangkan untuk programnya radio Muara Jakarta memiliki ciri khas yang mana tidak banyak stasiun radio miliki yaitu *live streaming*. *Live streaming* membuat para pendengar semakin mudah untuk mengakses acara-acara yang ada di radio Muara Jakarta. Dimana pun berada para pendengar dapat dengan mudah melihat maupun mendengarkan radio Muara Jakarta asalkan ada jaringan internet.

Tentu dengan itu semua para pendengar radio Muara Jakarta bisa

dengan mudah membedakan dengan radio lainnya. Dan menurut penulis dengan adanya beberapa hal tersebut sudah sangat sesuai dengan teori dari Darmanto yaitu *stationidentity* akan berhasil dengan adanya logo, *Jingle*, *station call*, *tagline* dan *program* digunakan oleh radio Muara Jakarta dalam menciptakan program-program acara yang kreatif dan inovatif. Dengan adanya logo, *jingle*, *stationcall* dan program yang kreatif maka akan sangat mudah bagi para pendengar untuk mengenal dan familiar terhadap radio Muara Jakarta dengan kata lain *station identity* akan sangat mudah melekat dibenak para pendengar setia radio Muara Jakarta.

e. Kreativitas acara unggulan

Radio Muara Jakarta membuat program acara yang beragam namun tetap memprioritaskan musik dangdut dalam setiap program acaranya. Banyak program acara yang sangat diminati oleh para pendengar contohnya seperti Bincang Bintang Muara, Pojok Sutra dan Warung Gaul Muara. Untuk kreativitas acara radio Muara sendiri cenderung sangat kreatif dalam menampilkan program acaranya, hal itu dapat dilihat dari program-program yang dibuat sendiri tanpa meniru dari radio lain. Contohnya dalam acara Pojok Sutra dimana dalam acara tersebut ada satu segmen yang mengupas tuntas cerita dibalik suksesnya para bintang tamu, dimana mereka mengawali karier benar-benar dari bawah seperti sebagai penyanyi dangdut keliling, dari satu hajatan ke hajatan dan lain sebagainya.

Selain itu bentuk kreatifitas dari radio Muara Jakarta dapat dilihat

dari program *live streaming* dimana jarang stasiun radio yang menggunakan *live streaming*. Untuk acara di program *live streaming* sendiri yaitu Warung Gaul Muara, BBM, Pojok Sutra, Muara tarling, Doski Disko Muara dan Ceramah Agama. Dimana dengan menggunakan program *live streaming* para pendengar dapat dengan mudah mengakses radio Muara Jakarta dimanapun berada. Hanya dengan bekal *smartphone* dan jaringan internet maka para pendengar setia radio Muara Jakarta dapat langsung mendengarkan acara-acara kesayangan yang ada di radio Muara Jakarta. Penulis menyimpulkan bahwa kreatifitas acara unggulan di radio Muara Jakarta terbilang sudah sangat tepat dimana dengan adanya acara-acara yang kreatif dan memotivasi yang beda dari radio lain dapat menarik minat para pendengar untuk mengikuti dan mendengarkan program acara tersebut.