

Strategi Programming di Radio Elgangga

Dhefine Armelsa

STMIK Nusa Mandiri Jakarta
e-mail: dhefinearmelsa@gmail.com

Cara Sitasi: Armelsa, D. (2018). Strategi Programming di Radio Elgangga. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 219–223.

Abstract - This research use 2 concept that is strategy programming at radio and radio broadcast program. This research used qualitative research paradigm with post positivis type and descriptive approach. Researcher collected data by conducting interviews with 3 informant practitioners in Elgangga's radio. The result of this research is Elgangga's radio see the positioning of demographic and geographical sides to determine the target audience, understand the characteristics of the target audience and create broadcast program and its schedule accordance with listener's activities. The marketing strategy is he make an offer by 4O strategy that is On Air, Off Air, Online and Out of Home to attract advertisers, ad scheduling is applied at Elgangga's radio based on the division of time : prime time and regular time. To keep up with technological development and public changes, Elgangga's radio do a program development, update current information, and making radio streaming application.

Keywords: Programming Radio, Hearing Activity, Format Clock, Progress and Programming steps

PENDAHULUAN

Memasuki era konvergensi media, radio dikatakan termasuk dalam golongan media konvensional dan masyarakat beralih kepada media yang lebih mudah untuk dikonsumsi, seperti media online, bahkan ada asumsi yang mengatakan bahwa pendengar radio ini akan punah seiring berjalannya waktu (Nielsen, 2016), padahal media konvensional ini nyatanya dapat berkembang bersamaan dengan kemajuan teknologi di sisi lainnya, justru mereka akan saling melengkapi satu sama lain. Tingginya kebutuhan masyarakat ini pun mendorong industri radio untuk menghadirkan produk produk media massa seperti apa yang diharapkan masyarakat, langkah ini harus dilakukan sebagai strategi agar dapat memposisikan diri di pasar dan memenuhi keinginan audiens yang berbeda.

Kemajuan industri radio di Indonesia ini menyebabkan tumbuhnya persaingan antar stasiun radio, setiap stasiun radio harus menghadapi persaingan inidenganmengikutiperkembangan teknologi untuk merebut perhatian khalayak dan tidak ditinggalkan (Kemkominfo, 2018). Tingginya kebutuhan masyarakat ini pun mendorong industri radio untuk menghadirkan produk produk media massa seperti apa yang diharapkan masyarakat,

langkah ini harus dilakukan sebagai strategi agar dapat memposisikan diri di pasar dan memenuhi keinginan audiens yang berbeda.

Strategi *Programming* Radio menurut Pringle, Starr (Pringle, 2013) adalah perencanaan yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan media untuk bersaing seiring dengan perubahan kebijakan publik dan kemajuan teknologi, hal ini dilakukan untuk mempertahankan keberadaan perusahaan. Pemrograman akan menghasilkan format media dan membawa pendengar atau pemirsa ke dalam program tersebut, dan hal ini akan sangat berpengaruh kepada finansial perusahaan.

Keputusan mengenai format stasiun harus mempertimbangkan kebutuhan dan harapan para pendengar. Stasiun yang memilih salah satu format juga harus memutuskan elemen konten lain untuk disertakan dalam program siarannya, selanjutnya stasiun memutuskan bagaimana mengeksekusi pemrograman untuk menarik dan mempertahankan target audiens (Pringle, 2013). Salah satu alat yang digunakan untuk dapat bertahan dan konsisten dengan format adalah *format clock* yang berguna untuk mengidentifikasi elemen program dalam satu jam. Masyarakat mendengarkan radio tidak hanya sebagai *music player* tetapi juga dipengaruhi oleh preferensi terhadap program (25%) dan juga karakter

penyiarannya (24%), kedua hal tersebut menjadi kekuatan unik yang hanya dimiliki radio yaitu kemampuannya untuk berinteraksi dengan pendengar. Beberapa hal dari konten radio yang menarik bagi pendengar antara lain adalah Kualitas Komedi (disebutkan oleh 37% pendengar), Jalan Cerita (12%), dan Informatif (9%) (Nielsen, 2017). Strategi *programming* yang dilakukan oleh pihak media inilah fokus utama penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana Strategi *Programming* yang dilakukan Radio Elgangga, dihadapkan oleh permasalahan kontra yang ada pada masyarakat mengenai musik dangdut. Maka berdasarkan permasalahan yang dipaparkan oleh peneliti, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Strategi *Programming* di Radio Elgangga 100.3 FM.

METODOLOGI PENELITIAN

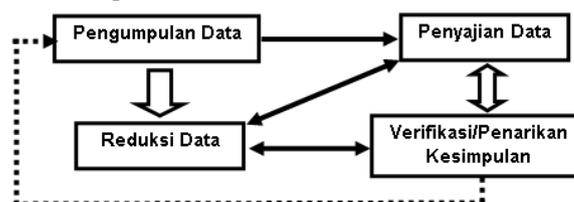
Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma *post positivis* yang merupakan perkembangan dari paradigma *positivis*, paradigma *post positivis* ini berasumsi dasar bahwa sebuah pengetahuan bersifat konjektural dan tidak berlandaskan apapun, dapat dibentuk oleh data, bukti dan pertimbangan logis, bersifat nyata dan sesuai hukum alam namun tidak dapat dipahami sepenuhnya (Creswell, 2010).

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang menekankan pada proses dan pemaknaan atas realitas sosial yang tidak diuji atau diukur secara ketat dari segi kuantitas ataupun frekuensi, melainkan menjelaskan bagaimana gejala sosial dibentuk dan diberi makna (Neuman, 2013). Berdasarkan jenisnya, penelitian ini dikategorikan menurut tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan teknik pengumpulan data digolongkan menjadi jenis penelitian deskriptif, yaitu metode penelitian yang memusatkan perhatian pada masalah atau fenomena yang aktual, kemudian menggambarkan fakta tentang masalah yang diteliti diiringi dengan interpretasi yang rasional dan akurat (Hadari & N, 2005).

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mencari data. Karena ini merupakan penelitian kualitatif maka data data yang akan dikumpulkandisini adalah data data yang bersifat lunak berupa kata-kata, kalimat, foto-foto maupun simbol (Neuman, 2013), kemudian tugas peneliti untuk menjelaskan arti dari data data yang ada dan menginterpretasikannya untuk pembaca data agar dapat dipahami. Jadi untuk mendapatkan data data yang berkaitan dengan strategi *programming* di Radio Elgangga, maka peneliti melakukan wawancara sebagai teknik pengumpulan data penelitian.

Unit analisis adalah satuan yang diteliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial sebagai subjek penelitian (Hamidi,

2004). Objek yang akan dianalisa dalam penelitian ini adalah manajemen Radio Elgangga 100.3 FM yang mana stasiun radio ini terletak di Jln. Serma Marzuki No.30 Bekasi Selatan. Peneliti akan melihat bagaimana manajemen di Radio Elgangga dalam menentukan strategi *programming* yang dilakukan Radio Elgangga dalam menghadapi persaingan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara oleh informan dari Radio Elgangga yang memahami tentang manajemen Radio Elgangga dengan mengumpulkan data wawancara berbentuk penulisan uraian terperinci.



Dengan teknik analisis data Miles dan Huberman ini, peneliti menganalisa data yang sudah dikumpulkan sejak awal. Analisa data dilakukan untuk mendapatkan informasi dan hasil mengenai strategi *programming* di Radio Elgangga dengan melakukan analisis data bersamaan dengan pengambilan data dan dilakukan terus menerus hingga datanya jenuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian didapatkan dari hasil wawancara mendalam dengan pihak pihak terkait. Strategi *Programming* di Radio dan Program Siaran Radio. Dan Peneliti akan menjelaskan mengenai bagaimana strategi yang dilakukan Radio Elgangga terkait dengan perencanaan dan implementasi siaran.

1. Penentuan Posisi Khalayak

Setelah melakukan analisis untuk menentukan target pendengar, Radio Elgangga melihat karakteristik target pendengar yang sudah mereka pilih. Ketiga informan menyebutkan bahwa karakteristik pendengar Radio Elgangga adalah masyarakat kelas menengah kebawah sesuai dengan target pasar di awal perencanaan, mayoritas merupakan warga asli Bekasi yang tinggal di lingkungan budaya betawi. Selain itu mayoritas dari mereka juga kurang mengikuti perkembangan zaman, baik dari segi fashion, gaya hidup, pergaulan maupun penggunaan bahasa yang diucapkan.

Untuk menjalankan siaran dalam perusahaan radio dibutuhkan penyusunan dan penjadwalan program-program siaran, program siaran yang ada di Radio Elgangga didasari oleh karakteristik dan aktivitas pendengar yang sudah diketahui. Terdapat beberapa acara *off air* yang sangat sesuai dengan karakteristik pendengar Radio Elgangga yang senang berkumpul yaitu program acara karaoke setiap hari Minggu dan acara jalan jalan “Ngelancong” yang diadakan sekali dalam 1 tahun. Acara ini bertujuan untuk memberikan wadah bagi para pendengar yang senang berkumpul dan senang tampil.

Aktivitas pendengar Radio Elgangga sangat berperan penting dalam proses penjadwalan program, program yang diletakkan di pagi hari adalah program yang ditujukan untuk pendengar yang sedang berada dalam persiapan berangkat kerja, sedang ada di pasar atau bahkan sedang santai dirumah, maka program di pagi hari memberikan informasi lalu lintas dari setiap daerah yang dijangkauanya, khususnya Bekasi dan musik yang diputar pun adalah musik dangdut *beat* untuk membangun semangat di pagi hari. Program menjelang siang ditujukan untuk pendengar yang memiliki kesibukan dirumah yaitu ibu rumah tangga, informasi yang disampaikan berupa info kesehatan dan hal hal mengenai wanita.

Pada jam jam istirahat, Radio Elgangga menghadirkan tema ringan dan menerima *request* lagu dangdut dari pendengar untuk menemani waktu santai mereka. Memasuki sore hari, lagu yang diputar adalah lagu lagu dangdut yang memiliki nada rendah dan santai, lagu melayu dan lagu india, program ini menyesuaikan dengan keadaan pendengar Radio Elgangga pada jam jam sibuk di perjalanan dan sedang dalam keadaan lelah. *Format Clock* yang berisikan pembagian waktu dari sisi informasi dan jenis musik yang diputar berguna untuk mempermudah penyusunan segmen demi segmen dalam program sesuai dengan target pendengarnya, Hal ini tidak diterapkan secara detail oleh Radio Elgangga. Setiap segmennya berjalan sesuai dengan bagaimana penyiar membawakan program tersebut.

2. Pertimbangan Teknis

Selain Bekasi yang menjadi domisili kantor perusahaan, Radio Elgangga juga menjangkau beberapa daerah lainnya seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Kepulauan Seribu, Cikampek, Karawang dan Purwakarta. Ketinggian *tower* pemancar di sebuah radio dapat menentukan luas sempitnya jangkauan yang dapat menerima gelombang siaran, namun gelombang siaran tidak akan selalu mencapai ke seluruh daerah jangkauan, karena hal itu ditentukan oleh cuaca dan kondisi yang membawa ion ion elektromagnetik yang dihasilkan oleh pemancar ini. Pertimbangan teknis juga dilakukan Radio Elgangga dengan memperbaharui perangkat siaran sesuai dengan teknologi yang berkembang di masyarakat yaitu dengan mengubah penggunaan *tape* secara manual dengan *mixer* siaran. Selain perangkat siaran, Radio Elgangga juga berupaya untuk membuat sebuah aplikasi yang dapat mempermudah untuk mendengarkan melalui *streaming*, selain *streaming* aplikasi ini juga berisi informasi jadwal program acara, penyiar dan beberapa kegiatan *on air* dan *off air* yang diselenggarakan oleh Radio Elgangga.

Perubahan lainnya adalah *feedback* yang diberikan oleh pendengar kini tidak hanya melalui sms namun bisa melalui aplikasi *chat whatsapp*. Ketika ada *talkshow* berlangsung di studio, bagian *sosial media* Radio Elgangga juga melangsungkan acara *live* di media sosial yaitu *Facebook*, hal ini dilakukan untuk mengikuti teknologi bahwa radio tidak hanya bisa didengarkan namun juga dapat dilihat melalui acara

live ini. Berdasarkan temuan penelitian diatas mengenai strategi *programming*, diketahui bahwa Radio Elgangga telah melakukan strategi *programming* dengan perencanaan yang dimulai dari penentuan target pendengar, karakteristik pendengar, penentuan jangkauan luas pendengar, melihat potensi pendapatan, dan pengelolaan keuangan dilakukan untuk menghadapi kompetitor baik radio maupun media lainnya. Dengan *programming* tersebut, perusahaan radio akan dapat dengan mudah membidik pasar dan menciptakan program-program yang sesuai dengan target pendengar Radio Elgangga.

3. Program Siaran Radio

Program acara di Radio Elgangga terdiri dari 3 jenis yaitu Program Musik, Program Informasi dan Program Spesial.

a. Program Musik

Radio Elgangga yang termasuk dalam radio format musik yang memiliki genre musik dangdut sebagai musik utama dengan presentase yaitu sebesar 60%, pembagian genre musik di setiap program ini disesuaikan dengan kegiatan pendengar Radio Elgangga, juga berdasarkan *trend* lagu yang sedang berkembang di masyarakat. Pemutaran lagu saat siaran berlangsung diserahkan kepada operator siaran yang bertugas dibawah bimbingan *Music Director* dan *frame* dari *Program Director*.

Sebagai radio dangdut, Radio Elgangga mengutamakan pembuatan program yang berisikan musik dangdut seperti Bang Jamal, Mudeng, Nyongsong, Termos dan Karaoke. Program yang menjadi program unggulan di Radio Elgangga ini adalah program Bang Jamal, dilihat dari jumlah *feedback* saat siaran berlangsung dan banyaknya pengiklan yang memasang iklan di program ini.

b. Program Informasi

Selain program dengan acara musik, Radio Elgangga juga menghadirkan program informasi yaitu program Bang Jamal dan Okinawa. Informasi yang disajikan dalam acara Bang Jamal adalah informasi berupa info lalu lintas, info mengenai berita berita terbaru, dan info seputar layanan masyarakat yang disediakan oleh Pemerintah Bekasi. Sedangkan informasi yang disajikan di acara Okinawa adalah sesuai dengan namanya yaitu Obrolan terkini mengenai wanita, info seputar wanita seperti fashion, hubungan keluarga, pendidikan anak, dan info kesehatan.

Info kesehatan yang diberikan biasanya berasal dari narasumber yang berasal dari Rumah Sakit dan Klinik. Narasumber melakukan talkshow selama 1 jam dengan memanfaatkan *whatsapp* dan telepon untuk berinteraksi dengan pendengar. Sebagai media massa radio yang hanya dapat didengarkan, informasi dapat terkesan membosankan jika dibacakan secara monoton, terlebih target pendengar Radio Elgangga adalah masyarakat dengan kelas menengah kebawah. Untuk itu strategi yang dilakukan untuk menghilangkan kebosanan tersebut adalah pada pengemasan berita.

c. Program Spesial

Program Acara Spesial yang ada di Radio Elgangga adalah program kebudayaan yang

diangkat dari 4 etnis terpilih yaitu Sroto Banyumasan (Jawa), Merapi Singgalang (Padang), Lenong Somplak (Betawi) dan Tepang Sono (Sunda). Pemilihan keempat etnis ini didasari dari hasil survey yang mengatakan bahwa suku yang mendominasi Kota Bekasi sebagai kota urban adalah 4 etnis tersebut.

Program kebudayaan ini dibawakan menggunakan bahasa daerah masing masing selama jam siaran berlangsung. Para penyiar yang dipilih pun memang penyiar yang asli berasal dari 4 daerah terpilih tersebut.

Radio Elgangga yang sudah berdiri sejak 1986 ini melakukan beberapa strategi sesuai dengan tujuan untuk membangun dan mempertahankan keberadaan media radio. Seperti dalam strategi menghadapi kompetitor, Radio Elgangga mengedepankan 3 hal utama dalam siarannya yaitu pemutaran *insert insert* lucu atau drama mini dalam durasi pendek di sela sela lagu, penyiar yang menggunakan pengucapan yang terbuka dalam pengungkapan dan spontan saat siaran serta pemberian nama program dengan sebutan yang cukup dikenal ketika didengar oleh pendengar Elgangga. Karakteristik pendengar Radio Elgangga yang cenderung tertinggal dalam hal perkembangan zaman, pemberian nama program tersebut diberikan dengan bahasa yang tertinggal oleh zaman seperti Ngelancong, Kepincut dan Menor.

Dengan melakukan *programming*, maka stasiun Radio Elgangga dapat dengan mudah mengenal dan memahami siapa pendengar mereka dan apa saja kebutuhannya seperti yang dikatakan (Oramahi, 2012), Radio Elgangga juga melakukan strategi untuk melihat apa saja yang dibutuhkan pendengar mereka. Strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan observasi yang dilakukan dengan mengadakan diskusi informal bersama pendengar untuk melihat bagaimana aktivitas sehari hari dan menggali kebutuhan mereka dari program siaran radio yang didengarkan, karena stasiun radio harus pandai melihat celah pada masyarakat melalui kebutuhannya (Lister, Mitchell, & O'Shea, 2010). Program acara radio berpijak pada selera masyarakat, maka perubahan pada publik dan kemajuan teknologi mendorong Radio Elgangga untuk terus mengikuti *trend* dan teknologinya, seperti *update* informasi mengenai hal hal yang banyak dibicarakan masyarakat. Radio Elgangga melakukan *live* di media sosial saat adanya talkshow bersama musisi atau narasumber lainnya, lalu pembuatan aplikasi *streaming* Radio Elgangga sehingga dapat menjangkau pendengar diluar wilayah jangkauan Radio Elgangga. Sebuah program siaran dapat berdiri dari sebuah perencanaan, sebagian besar pemrograman dalam Stasiun Radio didominasi oleh salah satu konten utama, jenis programnya terdiri dari 3 yaitu Program Musik, Program Informasi dan program Khusus (*speciality*) (Pringle, 2013). Radio Elgangga memiliki ketiga program ini di dalamnya, namun program musik menjadi program yang mendominasi. Penyusunan playlist lagu yang akan diputar di Radio Elgangga pada dasarnya diatur oleh *Music Director*, namun di Radio

Elgangga hal itu diserahkan kepada operator siaran dibawah bimbingan *Music Director* dan Produser. Hal ini dilakukan karena Radio Elgangga menerapkan kebijakan penyusunan playlist lagu yang masih terikat sebagian oleh *Music Director* dan sebagian lainnya oleh operator. Pada dasarnya *Music Director* lah yang mengerti bagaimana jenis lagu yang disukai oleh target pendengarnya, selain itu jika playlist lagu dipegang oleh *Music Director* dapat menghindari pemutaran beberapa lagu secara berulang dalam satu program.

Melihat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nike Apriyani Gunawan yang dibuat tahun 2014 dengan judul "Strategi Programming Disko Dangdut di Radio CBB Bandar Dangdut Jakarta 105,4 FM Dalam Membangun Citra Positif Musik Dangdut", penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan dalam strategi *programming* yang dilakukan. Radio Elgangga dan Radio CBB sama sama melakukan penyeleksian jam tayang dengan menyesuaikan target pendengar yang ada, promosi di sela sela iklan pada program lain. Untuk membangun citra positif musik dangdut, seorang penyiar Radio CBB ini harus mempunyai air personality yang baik yang terbentuk dari latar belakang emosi, pengalaman, dan kepribadian penyiar. Sedangkan Radio Elgangga membangun citra positif musik dangdut dengan melakukan pengembangan program musik dangdut seperti program Mentas (Karaoke) yang sudah dikembangkan menjadi program perlombaan menyanyi dangdut.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses *programming* oleh Radio Elgangga, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa peneliti mengambil 3 informan dalam penelitian ini yaitu *Program Director*, Direktur Siaran dan Direktur Marketing Radio Elgangga dan untuk menciptakan sebuah radio, harus dilakukan proses *programming* dimana proses ini merencanakan siapa yang akan menjadi target pendengar radio tersebut dan bagaimana prosesnya penjadwalan serta materi programnya.

Radio Elgangga menonjolkan 3 elemen utama yang menjadi ciri khas Radio Elgangga untuk menghadapi kompetitor, yaitu pemutaran *insert-insert* lucu, pengucapan dari para penyiar yang terbuka dan spontan saat siaran, dan pemberian nama program dengan nama nama yang tertinggal oleh zaman sesuai dengan karakteristik pendengar Radio Elgangga. Sedangkan strategi marketing yang dilakukan oleh Radio Elgangga adalah startegi 4O yaitu *On air*, *Off Air*, *Online* dan *Out of Home*. Untuk menggali kebutuhan pendengar, Radio Elgangga melakukan perkumpulan *non-formal* yang berisi perbincangan bersama para pendengar yang datang ke Radio Elgangga untuk menggali kebutuhan mereka serta melibatkan pendengar dalam perencanaan program

program tertentu.

Terdapat 3 jenis program di Radio Elgangga yaitu Informasi, Musik dan Spesial. Program musik merupakan program yang mendominasi, Pemutaran musik siaran diserahkan kepada operator siaran dibawah bimbingan Music Director dan Produser karena kebijakan pemilihan lagu siaran di Radio Elgangga masih dipegang sebagian oleh music director dan sebagian lagi oleh operator siaran. Sumber informasi didapatkan dari narasumber yang melakukan *talkshow* di studio. Pada program informasi, sumber informasi didapatkan dari hasil kerjasama dengan beberapa pihak di Bekasi dan hasil dari pencarian di *website* terpercaya. Dan yang terakhir adalah program spesial yang merupakan program kebudayaan, mengangkat 4 etnis terpilih sebagai suku yang mendominasi penduduk pendatang di Bekasi yaitu Jawa, Padang, Betawi, dan Sunda dengan menggunakan bahasa daerah masing masing di proses siarannya.

REFERENSI

- Belanja Iklan Tumbuh Perlahan* (2017, 13 September). Dalam <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/BELANJA-IKLAN-TUMBUH-PERLAHAN.html> 20 Mei 2018, diakses pada 20 Juli 2018).
- Creswell, J. K. (2010). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gunawan, Nike Apriyani. *Strategi Programming Disko Dangdut di Radio CBB Bandar Dangdut Jakarta 105.4 FM Dalam Membangun Citra*

Positif Musik Dangdut.

- Hadari, & N. (2005). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada.
- Hamidi, M. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif : Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*.
- Lister, B., Mitchell, C., & O'Shea, T. (2010). *Managing radio*. Sound Concepts.
- Masa Depan Konten, Keminfo Minta KPI Perkuat Pengawasan* (2018, 01 April) Dalam https://kominfo.go.id/content/detail/12836/masa-depan-di-konten-menkominfo-minta-kpi-perkuat-pengawasan/0/berita_satker, diakses pada 24 April 2018).
- Neuman, W. L. (2013). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Pearson education.
- Oramahi, H. A. (2012). *Jurnalistik Radio: Kiat menulis berita radio*. Jakarta: Erlangga.
- Pringle, P. S. (2013). *Electronic Media Management, Revised*. Focal Press.

PROFIL PENULIS

Dhefine Armelsa, latar belakang akademik sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan tamat Program Pascasarjana dengan konsentrasi Management Pemasaran di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selain masih aktif sebagai penyiar di Radio Elgangga Bekasi, saat ini tercatat sebagai DLB Akademi Komunikasi BSI Jakarta untuk mata kuliah Pengantar Dunia Penyiaran serta produksi Radio Non Berita.