

**STRATEGI PROGRAM DIRECTOR RADIO PRAMBORS 102.2 FM
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PENDENGAR**

Laili Zamlatul Faoziyah

lailizamila@gmail.com

Geri Suratno

geri.suratno@budiluhur.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

This study to find out how Program Director Strategy Of 102.2 FM Prambors Radio in Maintaining Listener Loyalty. The researcher uses the Program strategy theory from Peter Pringle which consists of 4 stages, program planning, program production and purchasing, program execution, and program supervision and evaluation. this study uses a post-positivist paradigm. The method of this research is qualitative and approach of The research is descriptive. Data validity used triangulasi resouces. Subjects is the prambors radio with the object of the research program director. program strategy theory in program planning, program director develops strategies such as developing vision and mission of prambors radio, identifying external threats, looking for alternative strategies, setting long-term goals, create program formats and content, set target audiences, select announcer, promote program. In the production and purchase of programs, the program director conducts briefings, prepares a budget so that programs are made able to maintain the loyalty of prambors listeners. In the execution of the program, the program director makes policies, manages and packages the program in accordance with the schedule that has been arranged. At the program monitoring and evaluation stage, the program director routinely evaluates and evaluating resource performance. The conclusion of this research is that to maintain the loyalty of listener radio, a program director must be open to the issues relating to young people, good communication and teamwork, create interesting content, be friendly to listeners, and conduct routine and evaluations.

Keyword : Strategy Program director, Programmes Radio, loyalty

Pendahuluan

Kebutuhan akan informasi, hiburan, maupun pendidikan membuat media massa menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keseharian masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, masyarakat bebas memilih media manapun yang menurutnya mampu memenuhi selera dan kebutuhannya.

Media massa sendiri terbagi menjadi 2 jenis, yaitu media elektronik, media cetak. Media massa adalah teknologi yang membawa pesan kepada sejumlah besar orang, seperti surat kabar membawa kata-kata yang tercetak serta radio membawa suara musik dan berita-berita (Baran,2012:6).

Dalam undang undang Republik Indonesia No 31 Tahun 2002 tentang penyiaran, (Pasal 1) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Media massa sendiri adalah sarana penyampaian pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas melalui misalnya radio, televisi dan surat kabar.

Di tengah dominasi televisi dan internet, radio masih menjadi media yang banyak didengarkan oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data lembaga survey AC Nielsen menyebutkan, radio masih jaya di udara. Pendengar radio masih banyak. Kekuatan radio berdasarkan survey Nielsen Indonesia adalah kemampuan untuk berinteraksi dengan pendengar dan kemampuan ini tidak dimiliki *music player* lainnya (<https://romeltea.com/radio-masih-bertahan-di-era-internet-jumlah-pendengar-masih-banyak/> diakses pada 12/05/2019 pukul 23:36).



Gambar 1.1 jumlah pendengar harian radio di Jakarta

Sumber: Instagram prambors

Radio sebagai salah satu media massa yang memiliki karakteristik khlayak yang heterogen dan anonim. Pengirim pesan di radio tidak dapat melihat khlayaknya satu per satu dan khlayak pun tidak dapat melihat siapa pengirim pesan, dan pesan yang disampaikan hanya berupa suara dan bahasa. Sehingga dikatakan bahwa radio adalah medium yang buta dan menjadi alat bagi radio untuk menonjolkan kelebihannya.

Hal ini seolah membuat radio memiliki daya tariknya tersendiri karena dapat membangkitkan daya imajinasi atau khlayak pendengarnya. Karena radio hanya mengandalkan suara dan bukan suara dan gambar (*audio visual*), pendengar kemudian merasa “harus” memvisualisasikan apa yang diterima lewat telinga. Ia harus menggambarkan dan membayangkan sendiri hal-hal yang dijelaskan atau diucapkan penyiar.

Radio memiliki fungsi sebagai media dalam berkomunikasi, saran diskusi, alat penyampaian pesan dan hiburan yang dapat memengaruhi sikap, pendapat dan minat para pendengarnya. Karena komunikasi merupakan proses yang berkelanjutan dan resiprokal, semua partisipan berusaha menciptakan makna dengan melakukan *encoding* dan *decoding* pesan (Baran,2012:6).

Seiring dengan munculnya berbagai stasiun radio swasta, peran radio sebagai media massa pun semakin besar dan mulai menunjukkan kekuatan dalam memengaruhi masyarakat. Sejalan dengan perkembangan

sosial dan teknologi, maka bermunculan radio swasta yang diusahakan oleh perorangan. Salah satunya radio Prambors 102.2 FM yang sejak awal mengudara (tahun 1971) konsisten sebagai radio anak muda.

Mengemas, mengelola, dan menyajikan suatu program siaran dengan tepat dan menarik adalah bagian dari upaya untuk mempertahankan loyalitas pendengar dan menarik perhatian pendengar baru serta mengundang pemasang iklan. Suatu media penyiaran sejatinya ditopang oleh aktivitas manusia yang bekerja secara maksimal dan bergantung pada kualitas orang-orang yang bekerja dibelakangnya seperti : Program Director, *Content Director*, penyiar, serta operator yang lainnya.

Oleh karenanya, strategi seorang program director sangatlah penting dalam mengatur serta mengelola seluruh proses penyiaran radio. Keberhasilan suatu stasiun radio, sangat ditentukan oleh program siarannya yang dilakukan di stasiun radio tersebut dan kemampuan Program Director radio mengemas program-programnya dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip dan manajemen penyiaran yang benar.

Alasan peneliti mengambil tema tersebut karena jumlah pendengar radio berdasarkan data survey Nielsen kuartal III 2017 adalah 62,3 juta orang yang tersebar di seluruh Indonesia. Anak muda usia 35 tahun ke bawah mendengarkan radio tidak lagi dengan pesawat radio, tetapi melalui radio tuner di *handphone* dari data Nielsen, rata-rata pendengar radio di Indonesia mendengarkan radio selama 2,5 jam per hari. Pendengar radio saat ini didominasi oleh anak muda sebanyak 56 persen. Sebanyak 44 persen lainnya merupakan orang dewasa, dengan karakteristik rata-rata pendengar sebagai generasi yang memiliki minat music, olahraga, kuliner, serta pecinta kopi.

Dari total jumlah pendengar di Indonesia, 41,9 juta terpusat di pulau Jawa. Zona terbesar pendengar radio di dalam pulau Jawa ada di DKI Jakarta dengan total 9 juta pendengar. Survey *Nielsen Radio Audience Measurement* pada kuartal ketiga 2016

menemukan 57 persen total pendengar radio berasal dari generasi Z dan millenials. Sebanyak 4 dari 10 orang pendengar radio mendengarkan radio melalui perangkat yang lebih personal yaitu *mobile phone*. Angka penetrasi tersebut menunjukkan radio masih didengarkan oleh sekitar 20 juta orang konsumen di Indonesia (<https://romeltea.com/radio-masih-bertahan-di-era-internet-jumlah-pendengar-masih-banyak/> diakses pada 12/05/2019 pukul 23:36).

Dengan pengalaman 48 tahun (sejak 1971) yang konsisten sebagai radio anak muda, berdasarkan survey AC Nielsen, lebih dari 2 juta orang mendengarkan radio Prambors.



Gambar 1.2 jumlah pendengar Prambors

Sumber: Instagram prambors

Radio Prambors selalu memiliki program unggulan dari masa ke masa yang mampu membuat radio prambors menjadi tempat mangkal anak muda. Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan baik di lokasi kantor radio Prambors Jakarta maupun di social media Prambors, kedekatan antara pendengar dan penyiar serta kru prambors bisa terlihat, dimana berdasarkan pengakuan produser atau penyiar radio prambors sering dikirimkan makanan oleh para pendengar prambors. Konsisten menjadi radio yang menjadi *tren center* anak muda, prambors selalu sukses membuat program-program yang berkualitas dan *hits* pada masanya seperti, Warkop DKI, Lomba Cipta Lagu Remaja, Catatan si Boy, Tenda Mangkal, Prambors Wow Mania, Katakan Cinta, dan *The Dandess* atau *The Comment* yang beberapa diantaranya ditayangkan di Televisi.

Selain alasan tersebut peneliti memiliki rasa ingin tahu bagaimana strategi program director sehingga bisa mempertahankan loyalitas pendengar di tengah persaingan media penyiaran. Berdasarkan dari latar belakang ini, peneliti tertarik untuk memilih judul, **“Strategi Program Director Radio Prambors 102.2 FM dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti buat, maka peneliti merumuskan permasalahan bagaimana strategi program director Radio Prambors 102.2 FM dalam mempertahankan loyalitas pendengar?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi program director radio prambors 102.2 FM dalam mempertahankan loyalitas pendengar.

Manfaat Penelitian

Aspek Teoritis

Peneliti telah melakukan penelitian ini yang diharapkan jadi bermanfaat dibidang ilmu komunikasi *Broadcast Journalism*. Peneliti berharap hasil penelitian ini berguna sebagai sumbangsih bagi pemikiran dan gambaran mengenai strategi program director di sebuah persaingan radio yang sangat kompetitif ini. Serta dapat memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi di dunia akademis, khususnya yang berkaitan dengan bidang penyiaran yang menggunakan media radio.

Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi program director khususnya dibidang radio untuk meningkatkan potensial dan kreatifitas yang dimiliki, serta bisa digunakan sebagai referensi bagi mereka yang ingin meneliti dan mengembangkan penelitian yang baru sesuai dengan bidang ilmu komunikasi khususnya *Broadcast*

Journalism dalam bidang penyiaran dimedia radio. Penulisan ini diharapkan juga dapat menambahkan wawasan mengenai strategi program director dalam mempertahankan loyalitas pendengar.

Landasan Teori

Menurut Peter Pringle Starr dalam buku Morissan Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi menjelaskan mengenai strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen atau manajemen strategis (*management strategic*) program siaran terdiri dari empat, yaitu:

1. Perencanaan program
Pada radio, perencanaan program (*programme planning*) mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audiem berdasarkan demografi tertentu. Perencanaan program radio juga mencakup pencarian penyiar sesuai dengan format yang sudah dipilih stasiun yang bersangkutan serta target pendengar untuk mengetahui bagaimana respon terhadap program acara yang disajikan.
2. Produksi dan pembelian program
Manajer program bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatnya dari sumber lain atau akuisisi (membeli) media penyiaran membutuhkan program untuk mengisi waktu siarannya dan tidak akan berfungsi apa-apa tanpa tersedia program untuk disiarkan.
3. Eksekusi program
Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi program yang sudah baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan pada suatu periode yang sudah ditentukan.
4. Pengawasan dan evaluasi program

Proses pengawasan dan evaluasi program menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar strategi pengawasan dapat berjalan secara efektif (Morissan, 2011:274-354).

Paradigm Penelitian

Paradigma merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian-bagian berfungsi (perilaku yang didalamnya ada konteks atau dimensi waktu). Sedangkan menurut Capra yang dikutip oleh Lexy J. Moleong dalam bukunya yang berjudul "Metodologi Penelitian Kualitatif", pengertian paradigma adalah konstelasi konsep, nilai-nilai persepsi dan praktek yang dialami bersama oleh masyarakat, untuk membentuk visi khusus tentang realitas sebagai dasar tentang cara mengorganisasikan dirinya (Moleong,2011:49).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah Post-positivisme, dikarenakan dalam penelitian ini peneliti hanya ingin memaparkan Strategi apa yang dipakai program director dalam mempertahankan loyalitas pendengar radio Prambors 102.2 FM Jakarta tanpa mengungkapkan suatu proses ideologi secara kritis namun hanya memaknai dengan memberikan penjelasan lebih mendalam mengenai strategi program director yang baik dalam sebuah stasiun radio tersebut.

Metodologi Penelitian

Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian deskriptif ini adalah "sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-

orang dan perilaku orang yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari keseluruhan (Moleong,2011:4).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, selanjutnya menjelaskan ada tidaknya keterkaitan antara teori yang digunakan dengan situasi atau peristiwa yang terjadi pada proses penelitian berlangsung.

Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Program Director radio Prambors 102.2 FM karena dalam penelitian ini peneliti ingin menjelaskan serta memaparkan strategi yang dilakukan Program Director dalam mempertahankan loyalitas pendengar. Objek yang digunakan penelitian ini adalah radio Prambors Jakarta yang sudah 48 tahun konsisten menjadi radio anak muda dan memiliki banyak program-program yang berkualitas.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan pertanyaan (*statement*) tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian.

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan. Sumber data berupa hasil wawancara dan observasi, dengan mewawancarai Program Director radio Prambors, maka dari situlah peneliti akan memperoleh bagaimana strategi ia sebagai Program Director.

Data Sekunder

Peneliti juga melengkapi data-data dari berbagai sumber lainnya yang dapat mendukung penelitian ini. Data-data tersebut diperoleh dari studi kepustakaan dengan cara

mempelajari literatur, sumber bacaan, karya ilmiah, laporan penelitian dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah penelitian. Peneliti juga melakukan pencarian data-data tambahan melalui media internet sebagai bahan pertimbangan lain dalam menunjang penelitian ini.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang berjudul "Strategi Program Director Radio Prambors 102.2 FM Dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar studi ini telah dilakukan di Radio Prambors 102.2 FM di Jl. Aditiyawarman No.71, RT.5/RW.2, Melawai, Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta pada pukul 15.00-16.00 WIB. Setiap hari Senin.

Validitas Data

Penelitian dengan judul Strategi Program Director Radio Prambors 102.2 FM Dalam Mempertahankan Loyalitas pendengar adalah penelitian dengan menggunakan teknik triangulasi data dalam proses pemeriksaan keabsahan data-datanya. Triangulasi adalah cara yang paling umum dilakukan dalam penelitian kualitatif.

Peneliti menggunakan validitas triangulasi sumber karena pada penelitian ini menggunakan sumber data berupa dokumen, dan pengamatan langsung untuk dibandingkan dengan hasil wawancara. Sehingga peneliti mendapatkan hasil yang berupa pernyataan sesuai dengan hasil wawancara.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan melalui wawancara dan pengamatan dengan para key informan dan informan, maka peneliti akan mendeskripsikan tanggapan-tanggapan dari para key informan dan informan. Untuk mendapatkan gambaran mengenai strategi program director pada radio prambors 102.2 fm dalam mempertahankan loyalitas pendengar. Peneliti membaginya menjadi beberapa hal yang berkaitan dengan strategi program director dalam mempertahankan loyalitas pendengar.

Menurut Peter Pringle yaitu tentang strategi program, yang menyatakan bahwa tahap strategi program meliputi empat tahap yaitu:

Perencanaan Program: Pada tahap perencanaan program, seorang program director harus memiliki tujuan yang jelas dalam membuat program agar mampu mempertahankan loyalitas pendengarnya. mengembangkan visi dan misi radio prambors dilakukan program director dengan cara membuat program-program dan konten yang berhubungan dengan anak muda saat ini yang merupakan target khalayak radio Prambors. Melakukan proses identifikasi peluang dengan memanfaatkan momen kpop untuk menarik jumlah pendengar. Berlomba-lomba membuat program dan konten yang menarik serta memilih penyiar merupakan cara program director dalam mengidentifikasi ancaman dari radio lain yang juga menargetkan anak muda sebagai pendengarnya.

Penetapan target khalayak juga melalui survey, dimana radio prambors menetapkan target khalayaknya usia 15-29 tahun. Dalam melakukan promosi pada program-program radio prambors, program director melakukannya dengan banyak cara seperti, melalui sosial media, memasang iklan di TV KRL, *word of mouth*, serta mempromosikan programnya di program lain di radio prambors dengan membuat *sweeper*. Sadar akan kekuatan dan kelemahan suatu program, membuat program acara yang dibuat radio prambors selalu memiliki ciri khas dan disenangi oleh para pendengarnya.

Produksi dan Pembelian Program : Dalam tahap ini program director bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain atau akuisisi (membeli). Agar program yang diproduksi berkualitas dan dapat menarik jumlah pendengar, perlu adanya persiapan sebelum melakukan siaran terutama bagi penyiar. Melakukan *briefing* adalah kegiatan rutin yang selalu dilakukan program director bersama rekan-rekannya. Bahasa yang santai dan tidak baku yang digunakan program director mudah dimengerti oleh rekan-

rekannya sehingga bisa menjalin kerjasama yang baik dalam membuat konten-konten yang menarik guna mempertahankan loyalitas pendengar prambors. Adanya sumber daya yang dialokasikan merupakan strategi program director agar program-program yang dibuat prambors mampu mempertahankan loyalitas pendengar. Menyiapkan anggaran yang jelas dan matang juga merupakan factor penting dalam pembuatan program radio prambors agar mampu mempertahankan loyalitas pendengarnya.

Eksekusi Program: Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Pada saat menyiarkan program, program director membuat kebijakan-kebijakan terkait aturan-aturan pada saat menyiarkan program acara seperti aturan saat membuat konten di social media. Pencapaian yang tidak sesuai dengan target seringkali didiskusikan bersama dalam mencari solusi. Program dan konten-konten yang sudah di kemas dan dikelola akan disiarkan sesuai dengan jadwal dan susunan yang sudah ditetapkan. Program director selalu memastikan bahwa apa yang akan disiarkan harus sesuai dengan target khalayak prambors yaitu anak muda. Music director selalu memutar lagu-lagu yang sesuai dengan target khalayak prambors. Memutar musik yang disukai penyiar dalam konten khusus juga merupakan strategi program director dalam mempertahankan loyalitas pendengar.

Pengawasan dan Evaluasi Program : Proses pengawasan dan evaluasi program menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Dalam hal ini program director melakukan evaluasi rutin yang dilakukan setiap minggu dan setiap bulan yang kemudian akan membahas pencapaian target yang sudah dirumuskan. peninjauan ulang secara korektif juga dilakukan program director terhadap like dan komen disosial media, dimana program director selalu menargetkan 2000 like baik di instagram maupun di youtube. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu seperti pada penyiar juga

dilakukan program director. Pengawasan dari pihak management juga dilakukan agar strategi pengawasan dapat berjalan secara efektif.

Kesimpulan

Peneliti dapat mengambil kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Program Director pada Radio Prambors 102.2 FM dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar. Program director merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu program, mulai dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program sampai dengan proses pengawasan dan evaluasi program. Kesimpulan strategi program director pada radio prambors dalam mempertahankan loyalitas pendengar menurut hasil wawancara yaitu; untuk mempertahankan loyalitas pendengar radio prambors mempunyai 5 faktor penting yaitu :

1. Terbuka dengan isu atau kejadian yang *relate* dengan anak muda
2. Komunikasi dan kerjasama tim yang baik
3. Konsisten menciptakan program dan konten yang menarik dan menghibur
4. Menjadi teman yang baik bagi pendengar
5. Evaluasi yang rutin dan terbuka.

Saran Teoritis

Pada penelitian ini peneliti lebih menekankan pada strategi program director radio. berharap adanya kelanjutan peneliti tentang strategi program director diradio yang menggunakan Teori strategi program dengan begitu akan menjadi perbandingan antara penelitian ini dengan penelitian mahasiswa lainnya, agar lebih banyak penelitian mengenai strategi program director acara di radio.

Saran Praktis

1. Perencanaan diharapkan lebih matang seperti perangkat yang mau digunakan pada saat siaran supaya tidak mengalami *error*, ngehang jadi tidak ada *missed* ketika sedang siaran
2. Menambah program-program yang bersifat menghibur dan memberi informasi mengenai segala hal yang

baru yang memang disesuaikan dengan target pendengarnya, hal ini bertujuan agar pendengar tidak ketinggalan info dalam mendapatkan segala sesuatu yang baru atau *up to date*.

Daftar Pustaka

Baran, S, J. Penerjemah: S. Rouli Manalu. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Elangga.

Bugin, Burhan. 2012 . *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Moleong, L, J. 2011. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Morissan. 2011. *Manajenen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sumber Online

(<https://romeltea.com/radio-masih-bertahan-di-era-internet-jumlah-pendengar-masih-banyak/> diakses pada 12/05/2019 pukul 23:36)