

STRATEGI BENS RADIO 106.2 FM DALAM MELESTARIKAN BUDAYA BETAWI

Yusuf Arif Winando

Email : arifwinandoreserved@gmail.com

Khaerul Azmi

Email : khaerulazmiabbas@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

BENS RADIO 106.2 FM STRATEGY IN PRESERVING BETAWI CULTURE

This study aims to find out how 106.2 FM Bens Radio Strategy In Preserving Betawi Culture. Bens Radio 106.2 FM Bens Radio is a radio that explores Betawi culture, and preserves and introduces Betawi culture into a radio program. Bens Radio with the tagline "Betawi Punya Gaye – Selera Siapa Aje" also meets the needs of entertainment and information from all walks of life in Jakarta even to Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi, where the majority of the population is multi-ethnic. The research method used is descriptive and the approach used is qualitative. The research subject is Bens Radio Manager. Data collection was obtained through observation and in-depth interviews conducted with Key Informants and Informants. The results showed that Fred R. David's strategy management theory included three stages namely, strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation. Bens Radio strategy formulation is to develop a vision and mission is to become a radio that is able to preserve Betawi culture by creating content that is listener-like but still nuanced Betawi. Implementation to improve the program, which is done by Bens Radio is to always set an annual target and every year always create a new formula to be added to existing programs. The evaluation phase is carried out almost every day after the broadcast finishes and also monthly evaluations for corrective reviews are carried out to improve the quality of Bens Radio programs. Theoretical advice is through the results of this study are expected to provide a reference to further research that will conduct research on radio strategies in preserving culture. Practical advice, maintain a consistent format that is entertaining and always receives the desired listener response and remains proud of the Betawi characteristics to match the radio tagline.

Key words: Strategy, Bens Radio, Preserve, Betawi Culture

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman dan arus globalisasi di Ibukota Jakarta, kebudayaan Betawi sedikit demi sedikit mulai menghilang. Gaya hidup individu maupun kelompok subkultur yang kian berkembang, perkembangan teknologi seperti TV dan internet menjadi salah satu penyebabnya. Revolusi tren dan gaya hidup yang cepat juga menjadi orang tua bagi tumbuhnya komunitas-komunitas subkultur baru. Perubahan gaya

hidup yang terus berhembus berimbas pada kesadaran komunitas Betawi untuk menunjukkan eksistensinya sebagai bagian dari negara Indonesia. Munculnya organisasi atau komunitas dengan label Betawi, dan adanya media yang mengangkat kebudayaan Betawi sekurangnya mencerminkan sebuah hasrat dari etnis Betawi untuk menunjukkan eksistensinya sebagai komunitas yang punya hak berekspresi di dalam pergaulan global Jakarta, termasuk dalam ruang-ruang berkesenian. Untuk membangkitkan kembali

eksistensi kebudayaan Betawi yang kian menghilang, selain dari komunitas Betawi itu sendiri, dukungan dari berbagai pihak juga sangat diharapkan, dan hal tersebut juga dapat terjadi dengan adanya peran media cetak atau media elektronik. Media elektronik merupakan salah satu dari sekian beragamnya bentuk media saat ini. Umumnya media elektronik yang sering kita konsumsi antara lain televisi dan radio.

Perkembangan media massa ini terutama radio semakin maju, hal ini bisa dilihat dari banyaknya stasiun radio yang bermunculan dengan berbagai macam program yang memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat luas. Salah satu dampak modernisasi dan globalisasi di Jakarta adalah mulai lunturnya kebudayaan Betawi dan lebih memilih budaya barat yang tidak sesuai dengan norma masyarakat di Indonesia, saat ini banyak generasi muda yang meninggalkan Seni Gambang Kromong, Ondel-ondel Betawi, Lenong dan lain sebagainya. Banyaknya budaya luar yang masuk ke negeri kita, membuat masyarakat mulai melupakan budaya dari negerinya sendiri. Melalui media, akan mudah untuk memperkenalkan beberapa budaya yang masih dilestarikan hingga sekarang.

Bens Radio didirikan pada tanggal 5 Maret 1990 oleh seorang seniman asal Jakarta yang bernama Benyamin Sueb atau yang biasa dikenal dengan Bang Bens. Ia mendirikan radio dengan mengusung visi misi mengembangkan seni budaya Betawi, bisa menghidupi keluarga hingga anak buyut, juga menghibur seluruh warga Jakarta yang majemuk (<http://www.bensradio.com/about-bens/>). Keunikan dari Bens Radio dibandingkan radio lain adalah culture Betawi yang sangat melekat di setiap programnya. Program siaran sekaligus acara off air yang selalu digelarnya, senantiasa menghadirkan nuansa kebetawian, termasuk menggunakan bahasa Indonesia dan Betawi dalam komunikasi sehari-hari, termasuk dalam menyapa pendengarnya. Hingga kini, konsep, visi, dan misi Bens Radio masih belum berubah dari ide awal Bens Radio, yaitu pelestarian budaya melalui media.

Seiring dengan perkembangan zaman, Bens Radio terus berkembang dengan mengedepankan image sebagai radio berbudaya lokal yang berwibawa global.

Tabel 1.1 Daftar Pendengar Radio

NO	Nama Stasiun Radio	Jumlah Pendengar (Ribu)
1	RADIO RDI	1773
2	ELGANGA	1629
3	ELSHINTA	1568
4	BENS	1513
5	GEN FM	1345
6	I-RADIO	1151
7	MERSI	1116
8	CBB	893
9	PRAMBORS	835
10	DELTA FM	678

Sumber: Bens Radio 106,2 FM Nielsen radio advisor 2018

Dalam tabel di atas Bens Radio memang hanya menduduki peringkat ke empat dari sepuluh radio dengan pendengar terbanyak se-JABODETABEK, tetapi yang unik dari Bens Radio adalah satu-satunya radio yang berlatar belakang budaya Betawi. Walaupun sangat identik dengan budaya Betawi, tetapi Bens Radio disetiap programnya dapat bersaing dengan stasiun radio yang lain.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi Bens Radio 106.2 FM dalam melestarikan budaya Betawi.

Kajian Penelitian Terdahulu

- a. Penelitian karya Elisabeth Christiyanti dan Widodo Muktiyo, Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Sebelas Maret Surakarta (2015). **(RRI DAN MEDIA PELESTARIAN BUDAYA (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Humas Radio Republik Indonesia Surakarta dalam Membangun Citra RRI Surakarta sebagai Media Pelestari Budaya Jawa di Surakarta))**.
- b. Penelitian karya Tri Dewi Mei Ira Wati mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta (2013). **(Strategi Kepenyiaran Radio Swara Slenk FM dalam program**

acara semarakata yang berada pada frekuensi 92.50 MHz di kota Surakarta).

- c. Penelitian karya Emilda Wati mahasiswa Universitas Mulawarman (2018). **(Manajemen Media Dalam Melestarikan Budaya Lokal Di RRI PRO 4 Samarinda).**

Kerangka teoritis dalam penelitian ini antara lain:

- a. Komunikasi Massa: Komunikasi massa menurut Nurudin adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan media elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of mass communication (media komunikasi massa) (Nurudin 2014:3-4).
- b. Karakteristik Komunikasi Massa: Setiap radio memiliki karakteristik tersendiri untuk mengkomunikasikan pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya. Sebagai radio etnik Bens Radio juga memiliki karakteristik tersendiri, oleh karena itu peneliti mencantumkan poin karakteristik komunikasi massa untuk penelitian ini.
- c. Fungsi Komunikasi Massa: Menurut Elvinaro Ardianto, fungsi komunikasi massa diantaranya adalah memberi pengawasan (surveillance), penafsiran (interpretation), keterkaitan (linkage), penyebaran nilai (Transmission of value), dan hiburan (entertainment) (Ardianto 2014:14).
- d. Media Massa: Media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan, pertanyaan, informasi yang bersifat umum, kepada sejumlah orang yang jumlahnya lebih besar, tinggalnya tersebar, heterogen, anonym, tidak memberikan arus balik secara langsung saat itu (Vera 2010:6).
- e. Jenis-Jenis Media Massa: Sebagaimana yang telah diklasifikasikan oleh Hafield Cangara dalam bukunya "Pengantar Ilmu Komunikasi" bentuk-bentuk media massa terbagi menjadi dua jenis yaitu, media cetak (surat kabar dan majalah), media elektronik (radio dan televisi).
- f. Radio: Radio adalah sebuah media utama informasi, hiburan, dan pendidikan masal

yang sangat populer, selama hampir 60 tahun lebih radio menduduki peran sebagai media utama, meskipun tentu saja arti pentingnya bervariasi dan satu kenegara lainnya (Anggoro, 2008:19).

- g. Strategi: Strategi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan tertentu dan praktek operasionalnya (Effendy, 2007:32). Strategi memiliki pengertian yang terkait dengan hal-hal seperti kemenangan, kehidupan, atau daya juang. Artinya menyangkut dengan hal-hal yang berkaitan dengan mampu atau tidaknya perusahaan atau organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam atau luar (Soemirat, 2008:91).
- h. Budaya Betawi: Kata "Budaya" berasal dari Bahasa Sansekerta "Buddhaya", yakni bentuk jamak dari "Budhi" (akal). Jadi, budaya adalah segala hal yang bersangkutan dengan akal. Selain itu kata budaya juga berarti "budi dan daya" atau daya dari budi. Jadi budaya adalah segala daya dari budi, yakni cipta, rasa dan karsa (Gunawan, 2000:16).
- i. Manajemen Strategi: Manajemen strategi dapat didefinisikan Fred R. David (2016, 5) sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.

Metodologi Penelitian

Paradigma yang digunakan Peneliti dalam penelitian ini adalah paradigma Post-Positivisme, tujuannya karena paradigam Post_positivisme ada banyak kemungkinan yang dapat diketahui dalam penelitian strategi produser dalam mempertahankan eksistensi.

Pendekatan Penelitian: Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, dikarenakan penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah dan makna tertentu.

Metode Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian deskriptif karena Peneliti ingin menjabarkan strategi yang

digunakan oleh Bens Radio dalam melestarikan budaya Betawi.

Pada penelitian ini, subjek penelitiannya adalah Manajer Bens Radio, memaparkan strategi yang dilakukan Bens Radio dalam melestarikan budaya Betawi. Objek dalam penelitian ini adalah Bens Radio.

Data primer adalah kata-kata dan tindakan informan yang diamati atau diwawancarai yang didapat melalui catatan tertulis atau melalui rekaman video / audio tapes, pengambilan foto atau film (Moeleong, 2006:157) Data sekunder merupakan bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku, majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi Bens Radio.

Validitas data yang digunakan adalah triangulasi data atau analisis. Triangulasi sumber merupakan teknik pemeriksaan data yang menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda (Poerwandari, 2005)

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil penelitian yang telah peneliti lakukan melalui proses observasi dan wawancara dengan para *key informan* dan *informan*, maka peneliti akan mendeskripsikan tanggapan-tanggapan dari *key informan* dan *informan*. Untuk mendapatkan gambaran mengenai strategi Bens Radio 106.2 FM dalam melestarikan budaya Betawi.

Hasil yang didapatkan oleh Peneliti juga membuktikan bahwa peran dan kinerja Bens Radio merupakan objek yang sangat penting dalam setiap prosesnya. Berikut ini strategi yang dilakukan Bens Radio sesuai dengan teori manajemen strategi Fred R. David yaitu ada tiga tahap:

- a) Formulasi Strategi
- b) Implementasi Strategi
- c) Evaluasi Strategi

a. Formulasi Strategi

Dalam tahap formulasi strategi mengembangkan visi misi dengan cara membuat konten-konten yang disukai pendengar namun tetap mengusung nilai-nilai etnik Betawi. Selain itu Produser juga akan melakukan brainstorming untuk mendapatkan ide-ide yang sekiranya pas dan disukai oleh para pendengarnya bahkan bisa menarik perhatian orang-orang untuk mendengarkan program tersebut. Mengidentifikasi ancaman dari luar dengan mencermati traffic melalui feedback whatsapp, media sosial, dan website. Karena dari media yang ada Bens Radio akan melihat bagaimana respon dari para pendengarnya, selanjutnya Bens Radio akan melihat data dari Nielsen. Dan strategi alternatif untuk mengelola program-program yang bernuansakan budaya Betawi adalah dengan memanfaatkan media sosial yang ada selain itu saling bertukar ide antara satu dengan yang lainnya untuk membuat strategi yang lainnya setelah mendapat ide lalu ide tersebut akan disampaikan ke manajer untuk dimintai persetujuan jika ide tersebut disetujui maka ide atau strategi tersebut dapat digunakan oleh produser sebagai strategi alternatif. Dalam era milenial saat ini Bens Radio diharuskan tetap menjaga keistimewaan radionya dengan cara menjaga keistimewaan budaya Betawi dalam setiap programnya adalah dengan menyiarkan hal-hal yang terkait dengan budaya Betawi atau dengan cara mengemas program dengan unsur Betawi sesuai dengan format yang ada hal itu didukung dengan para penyiar Bens Radio yang memiliki kemampuan menyampaikan pesan dengan menggunakan dialek Betawi yang mudah dipahami. Untuk membangun citra sebagai radio Betawi adalah dengan melakukan event-event besar dan menyelenggarakan acara disaat hari besar Betawi, Adapun acara khusus tersebut dibagi menjadi program events yaitu events yang berorientasi program yang berkaitan dengan budaya Betawi dengan tujuan untuk melestarikan, mengembangkan

budaya-budaya atau kesenian Betawi yang semakin ditinggalkan.

b. Implementasi Strategi

Dalam tahap implementasi Bens Radio membuat tujuan tahunan Bens Radio adalah selalu membuat formula baru untuk membuat Bens Radio menjadi lebih dikenal oleh para pendengar dan tidak ditinggal oleh para pendengar setianya, karena sebagai perusahaan, Bens Radio harus tetap mampu bersaing dengan radio-radio yang lain meskipun positioning Bens Radio adalah radio etnik atau radio budaya. Kebijakan-kebijakan yang Bens Radio buat adalah dengan cara tetap menjaga unsur Betawi dan tidak keluar dari nilai-nilai atau norma-norma Betawi agar citra Bens Radio yang selama ini dibangun tetap terjaga karena Bens Radio harus tetap menjaga nama baik budaya Betawi yang selama ini menjadi latar belakang Bens Radio. Dalam upaya melakukan pemasaran adalah dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu media sosial, media sosial diharapkan dapat membantu memasarkan program-program Bens Radio.

c. Evaluasi Strategi

Tahap evaluasi yang dilakukan hampir setiap hari setelah selesai siaran dan juga dilakukan evaluasi setiap bulannya untuk peninjauan secara korektif dilakukan untuk meningkatkan kualitas program-program Bens Radio, selalu dilakukan evaluasi setelah siaran maupun evaluasi bulanan guna meningkatkan mutu program-program tersebut, peninjauan faktor eksternal untuk mengetahui respon pendengar melalui media seperti Whatsapp dapat menjadi acuan untuk melihat apakah topik yang dibuat telah sesuai atau tidak melalui respon atau balasan yang dikirimkan pendengar ke whatsapp radio Bens Radio 106.2 FM, dan peninjauan faktor internal peninjauan dilakukan dengan cara berdiskusi antara satu dengan yang lainnya saling bertukar pikiran saling mengingatkan satu sama lainnya mencari solusi secara bersama-

sama. Adanya keberhasilan strategi yang dilakukan Bens Radio dalam melestarikan budaya Betawi.

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut, hasil penelitian yang dilakukan Peneliti yaitu melakukan wawancara kepada key informan yaitu Manajer Bens Radio dan mengumpulkan data data penelitian, maka peneliti ingin membahas hasil penelitian berdasarkan kerangka pemikiran serta teori yang digunakan agar mampu menjawab permasalahan yang ada. Menurut Fred R. David tentang tahap strategi, yang menyatakan bahwa setiap strategi meliputi tiga tahap yaitu:

a. Formulasi Strategi

Pada tahap ini manajer berusaha untuk meningkatkan Bens Radio yang dapat melestarikan budaya Betawi, maka diperlukan strategi untuk Bens Radio dalam turut andil melestarikan budaya Betawi melalui program-programnya, dalam tahap pertama Bens Radio harus mampu mengembangkan visi dan misi, proses identifikasi ancaman dari luar, alternatif strategi yang digunakan dalam melakukan program acara, serta menjadikan radio yang mampu melestarikan budaya Betawi, selain itu Bens radio juga membangun citra sebagai radio Betawi dan juga membuat format siaran, serta menjaga keistimewaan Bens Radio.**Produksi dan Pembelian Program** Produser membuat konten-konten yang disukai oleh anak muda, selalu berkreasi dan selalu *aware* terhadap kejadian kejadian disekitar kita supaya tetap *up to date* dengan segala hal.

b. Implementasi Strategi

Tahap ini produser melakukan formulasi dari strategi yang sudah di tetapkan dari tahun ke tahun untuk meningkatkan jumlah pendengar, implementasi ini meliputi tujuan tahunan, membuat kebijakan, pemasaran dan menyiapkan anggaran. Implementasi untuk meningkatkan program, yang dilakukan

Bens Radio yaitu selalu memasang target tahunan dan setiap tahun selalu membuat formula baru untuk ditambahkan pada program-program yang ada, tidak keluar dari nilai-nilai atau norma-norma budaya Betawi merupakan beberapa kebijakan yang dibuat manajer untuk penyiar Bens Radio, menyiapkan anggaran program siaran supaya siaran tetap berjalan dengan lancar.

c. Evaluasi Strategi

Pada tahap dilakukan evaluasi secara keseluruhan agar Bens Radio tetap berada di posisi sebagai Radio Budaya, manajer melakukan evaluasi hampir setiap hari, produser selalu mencoba berinovasi untuk menghadirkan fitur-fitur yang menarik agar dapat mengetahui respon pendengarnya. Evaluasi ini meliputi evaluasi setelah program berjalan, peninjauan ulang secara korektif, peninjauan ulang faktor internal, dan eksternal. Fungsi dari evaluasi ini supaya Bens Radio selalu dapat memberikan yang terbaik bagi para pendengarnya di Bens Radio 106.2 FM.

Nurudin. 2014. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Poerwandari, E.K, 2005. Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Soemirat. 2008. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Umar, Husein, 2002, "Metodologi Penelitian", Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Vera, Nawiroh. 2010. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Renata Pratama Media.

Daftar Pustaka

Anggoro, Linggar. 2008. Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasi di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.

Ardianto, Elvinaro. 2014. Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Batmomolin Lukas dan Hermawan Fransiska, 2003. Budaya Media. Nusa Indah: Ende.

Effendy, Onong Uchjana. 2007. Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya..

Gunawan, Ary H. 2000. Sosiologi Pendidikan Suatu Analisis Sosiologi tentang Pelbagai Problem Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.

Lexy J, Moleong. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,