

STRATEGI PRODUSER PROGRAM SELAMAT SORE DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR PADA RADIO 104.2 MSTRI FM JAKARTA

Rakha Akramultazam

rakhakra@gmail.com

Nawiroh Vera

nawiroh.vera@budiluhur.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

Selamat Sore Program Producer Strategy in Increasing Number of Listeners on MSTRI FM Radio Jakarta

This research is to find out how Selamat Sore Program Producer Strategy in Increasing Number of Listeners on MSTRI FM Radio? The purpose of this research is to find out the Producer Strategy of the Selamat Sore Program in Increasing the Number of Listeners on the MSTRI FM Radio. The Selamat Sore Program itself is a superior program on the MSTRI FM Radio with segmentation age 15 - 35 years. This radio is expected to be the best radio in Jakarta with the number of most listeners thru the Selamat Sore program and can help the MSTRI FM Radio to get more listeners, therefore the Producer Strategy is needed to make it happen by using Strategy Management Fred R David, researchers describe out the Producer Selamat Sore Program Producer Strategy in increasing the number of listeners.

Keywords : Strategy, Producer, Number of listeners

PENDAHULUAN

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi komunikasi massa menurut Bittner dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa.¹

Radio adalah media yang paling efektif bagi masyarakat karena jangkauannya luas dan dapat menembus berbagai lapisan masyarakat, dari lapisan bawah, menengah keatas, baik tua maupun muda.

Radio swasta yang ada di Jakarta salah satunya yaitu 104.2 MSTRI FM, dengan target pasar kalangan mahasiswa. Salah satu program unggulannya adalah Selamat Sore, dengan beberapa segmennya seperti Lanada dan Coffee Break. Selamat Sore disiarkan setiap

hari Senin – Jumat pada pukul 15.00 – 19.00 WIB, program ini dibawakan oleh penyiar El Toro, program Selamat Sore sangat cocok untuk merilekskan pikiran, membebaskan diri dari segala kepenatan di kampus dan aktivitas sepanjang hari dengan mendengarkan musik top, berita-berita terbaru, informasi - informasi yang menarik dan akan meningkatkan wawasan pendengarnya.

Program Selamat Sore sangat menarik karena menonjolkan kata – kata dengan format yang interaktif dan penyiar yang selalu menyelipkan pantun untuk pendengar yang membuat program ini lebih terasa dekat dengan pendengarnya. Pendengar juga dapat berpartisipasi dengan berkomunikasi langsung dengan penyiar dan juga narasumber melalui layanan telepon, maupun melalui media sosial seperti facebook, twitter dan juga instagram.

¹ Khomsahrial Romli, Komunikasi Massa, (Jakarta: Grasindo, 2016) hlm. 1.

Penulis tertarik untuk meneliti strategi produser pada radio 104.2 MSTRI FM khususnya program Selamat Sore. Menurut Effendy, Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Oleh karena itu melalui program Selamat Sore, MSTRI FM menerapkan strategi untuk meningkatkan jumlah pendengarnya dan juga untuk bersaing dengan radio lain yang memiliki program siaran diwaktu yang sama, seperti Sunset Trip di Prambors Radio, Sore Santai di OZ Radio dan Sore Sore Seru di Delta FM. Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah kualitas isi siarannya dan strategi produser mencari materi materi untuk menyusun konten siaran yang menarik, materi - materi itu yang akan menentukan suatu program radio lebih digemari atau tidaknya oleh pendengar

Alasan penulis memilih program Selamat Sore di Radio 104.2 MSTRI FM adalah karena peneliti ingin mengetahui strategi yang digunakan oleh produser sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah pendengar program Selamat Sore. Hal tersebut yang menjadi dasar untuk melakukan penelitian terhadap program ini, dan juga karena program Selamat Sore merupakan program unggulan dari Radio 104.2 MSTRI FM.

TINJAUAN PUSTAKA

Cukup banyak penelitian mengenai analisis Fred R David. Oleh karena itu sebagai perbandingan dan referensi untuk penelitian ini, peneliti merujuk pada tiga penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian berjudul: “Strategi Komunikasi Pemasaran Oz Radio 90,8 FM Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar di Jakarta”. Penelitian ini karya Kartika Fadilla Kusumadewi Sunardi, Universitas Mercu Buana Jakarta 2013. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi

komunikasi pemasaran Oz Radio 90,8 FM dalam meningkatkan jumlah pendengar di Jakarta. Teori Penelitian tersebut menggunakan Teori Strategi Komunikasi Pemasaran. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah Deskriptif Kualitatif. Hasil Penelitian tersebut adalah strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Oz Radio 90,8 FM dalam upaya meningkatkan jumlah pendengar di Jakarta dengan melakukan segmentasi pasar, branding, dan strategi promosi. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi komunikasi pemasaran yaitu sumber daya manusia, pertemanan atau juga program siaran radio. Berdasarkan analisis data, strategi komunikasi pemasaran yang dipilih adalah advertising, sales promotion, dan publisitas. Ada beberapa kendala yang dihadapi dalam meningkatkan jumlah pendengar antara lain persaingan yang ketat.

Penelitian berjudul: “Strategi Produksi Program Slangi Ada di 97.5 Motion Radio”. Penelitian karya Gita Eko Wati Anjar Sari mahasiswi Universitas Bina Nusantara tahun 2012. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi produksi radio motion untuk meningkatkan minat pendengar. Teori penelitian tersebut menggunakan teori Manajemen Strategi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif dan menggunakan metode pengamatan dan partisipasi langsung antara peneliti dengan perusahaan. Hasil Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Strategi Produksi itu memang sudah pasti dimiliki oleh setiap program radio namun terkadang memang strategi haruslah dipoles sedikit berbeda dan disesuaikan dengan target market yang dituju. Pada akhirnya mengenai strategi produksi program itu sendiri memang terbangun dari kerjasama yang baik dan perusahaan hanya mengarahkan agar sesuai dengan keinginan atas program yang disiarkan.

Penelitian berjudul: “Strategi Radio Prambors Dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Siaran Putuss Sama Nataya Di Radio Prambors Yogyakarta”. Penelitian Karya Ardiansyah Nasution, Jurusan Komunikasi dan Penyiar Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan

Kalijaga Yogyakarta 2010. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi Radio Pambors dalam upaya mempertahankan pendengar siaran putuss sama nataya di Radio Pambors Yogyakarta, dan bagaimana cara program director, programmer, penyiar, dan produser dalam mendesain program agar tetap mempertahankan jumlah pendengar. Teori penelitian tersebut menggunakan radio sebagai media, kelemahan radio, tipologi pendengar radio. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah Deskriptif Kualitatif. Hasil Penelitian tersebut menunjukkan bahwa program acara Putuss Sama Nataya melakukan beberapa strategi untuk mempertahankan pendengar. Strategi yang dilakukan dengan lima tahapan teori Susan Taylor Eastman, yaitu pertama strategi kesesuaian (*compability*). Kedua, strategi pembentukan kebiasaan (*habbit formation*). Ketiga, strategi pengontrolan arus pendengar (*control of audience flow*). Keempat, strategi penyimpanan sumber-sumber program (*conservation of program resource*). Kelima, strategi daya penarik masa (*mass appeal*).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konsruktivisme, dimana penulis memaparkan realitas yang ada dengan melakukan pengamatan secara langsung dan rinci terhadap perilaku subjek yakni produser program Selamat Sore di radio 104.2 MSTR FM.

Penulis meneliti penelitian ini dengan menggunakan pendekatan penelitian metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi inquiry yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik,

mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif.²

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode kualitatif. Menurut Sugiyono metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.³

Subjek penelitian ini adalah produser dan penyiar yang menjadi pendukung program selamat sore. Penulis menentukan bahwa yang menjadi key informan merupakan perangkat penting dalam mensukseskan program acara, sehingga sangat membantu peneliti untuk mendapatkan data-data yang peneliti butuhkan dalam penelitian ini. Objek yang dipilih dalam penelitian ini yaitu radio Mstri FM khususnya dalam program "Selamat Sore" yang hadir setiap hari senin sampa jumat pada pukul 15.00 – 19.00 WIB.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi. Wawancara mendalam (in depth interview) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.⁴

Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu panca indra lainnya. Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan panca indra peneliti.⁵

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, karena peneliti ingin

² Muri A. Yusuf, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014) Hlm. 329.

³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2012) Hlm.32.

⁴ Sutopo, Metode Penelitian Kualitatif, (Surakarta: UNS, 2006) Hlm. 72.

⁵ Elvianaro Ardianto, Filsafat Komunikasi, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011) Hlm. 165.

membandingkan hasil wawancara dengan hasil penelitian. Setelah melakukan wawancara dengan *key informan* atau *informan* dan mengumpulkan data secara lengkap selanjutnya akan dibandingkan apakah hasil wawancara dengan *key informan* dan *informan* sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam meneliti strategi produser program Selamat Sore dalam meningkatkan jumlah pendengar pada radio 104.2 MSTRI FM Jakarta adalah sebagai berikut:

1. Formulasi Strategi

Dari hasil wawancara dengan produser (*key informan*) dan manajer siaran (*informan*), maka penulis menyimpulkan bahwa pengembangan visi dan misi di radio MSTRI FM adalah untuk menjadi radio unggulan yang inovatif dan terbaik bagi para pendengarnya dengan cara membuat konten – konten yang digemari oleh para pendengar. Selain itu upaya yang dilakukan oleh para karyawan radio MSTRI FM untuk menciptakan konten yang diinginkan oleh para pendengarnya. Produser program dan manajer siaran beserta penyiar melakukan brainstorming atau bertukar pikiran untuk mendapatkan gagasan maupun ide – ide kreatif yang sekiranya tepat dan digemari oleh para pendengarnya. Bahkan proses brainstorming yang telah dilakukan oleh para karyawan diharapkan dapat meningkatkan antusiasme pendengar dan menarik lebih banyak perhatian orang – orang untuk mendengarkan program tersebut. Selain brainstorming, para karyawan program Selamat Sore melakukan upaya berupa riset, apa yang sedang digemari oleh pendengar selain itu juga mereka mencari referensi program yang banyak diminati oleh pendengar dan mencoba membuat dengan versinya sendiri.

2. Implementasi

Hasil wawancara dengan produser (*key informan*) yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa tujuan tahunan program Selamat Sore akan membuat formula

baru untuk membuat program Selamat Sore menjadi lebih dikenal oleh pendengar dan Produser selalu memiliki target setiap tahunnya yang biasanya sudah ditentukan oleh perusahaan dan tugas Produser adalah bagaimana caranya supaya target tersebut dapat diraih dengan formula yang baru itu.

3. Evaluasi Strategi

Dari hasil wawancara dengan produser (*key informan*) dan manajer siaran (*informan*), Penulis dapat menyimpulkan bahwa evaluasi yang dilakukan ada yang bersifat daily (Harian) dan juga Monthly (Bulanan) biasanya para penyiar sesudah siaran akan melakukan evaluasi atau manajer siaran akan mengevaluasi jika terjadi kesalahan.

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara mendalam kepada *informan* untuk mendapatkan data dari sumber informasi yang telah peneliti tetapkan,

Penelitian ini juga menggunakan Tahap – Tahap Manajemen Strategi dalam buku Fred R. David yaitu Manajemen Strategi, dengan melakukan wawancara mendalam dan observasi mengenai bagaimana strategi produser program Selamat Sore dalam meningkatkan jumlah pendengar pada radio 104.2 MSTRI FM.

Tahap – tahap manajemen strategi yang diterapkan oleh Fred R. David dalam buku Manajemen Strategi yaitu Formulasi Strategi, Implementasi Strategi dan Evaluasi Strategi.

1. Formulasi

Dalam tahap formulasi strategi mengembangkan membuat konten – konten yang disukai pendengar, menyiapkan fitur fitur yang diinginkan para pendengarnya dan membuat konten – konten yang dapat menghibur pendengarnya. Mengidentifikasi peluang strategi produser adalah dengan membuat program yang baru dan belum pernah dibuat oleh radio – radio lain

sebelumnya dan selain itu penyiar Selamat Sore membawakan programnya dengan santai dan hangat sehingga pendengar akan merasa lebih dekat dan akrab dengan penyiar, Strategi produser dalam proses identifikasi ancaman dari luar melihat radio – radio lain yang menjadi kompetitor radio MSTRI FM melalui jam siaran yang sama atau konsep program yang sedikit memiliki kesamaan, dan jika program Selamat Sore ingin sedikit menggunakan konsep yang sama harus dipastikan terlebih dahulu apakah program Selamat Sore mampu melakukannya atau tidak, jika tidak maka program Selamat Sore bisa mengambil hal – hal baik dari program tersebut dan mengembangkannya sehingga ancaman dari luar bisa digunakan kembali menjadi senjata untuk menyerang balik radio kompetitor.

2. Implementasi

Dalam tahap Implementasi Produser selalu membuat target tahunan lalu setiap tahun akan dibuat formulasi – formulasi baru untuk ditambahkan ke program Selamat Sore supaya dapat meningkatkan jumlah pendengarnya, kebijakan – kebijakan yang produser buat yaitu diantaranya tidak menyinggung SARA, tidak membahas politik lebih mendalam dan masih banyak lagi, Strategi produser dalam upaya melakukan pemasaran adalah dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu media sosial, media sosial diharapkan dapat membantu memasarkan program Selamat Sore.

3. Evaluasi

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 Selamat Sore, selalu dilakukan evaluasi setelah siaran maupun evaluasi bulanan guna meningkatkan mutu 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 MSTRI 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.

B. Saran

Adapun saran yang diberikan oleh Penulis setelah melakukan pengamatan secara langsung terhadap program Selamat Sore dan juga dari hasil penelitian yang terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Saran Teoritis:

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi kepada penelitian selanjutnya khususnya mahasiswa atau mahasiswi Universitas Budi Luhur yang akan melakukan penelitian mengenai Strategi Produser, agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan, Penulis juga berusaha memberikan gambaran mengenai hasil penelitian ini untuk dipahami oleh pembaca.

2. Saran Praktis:

a. Program Selamat Sore dapat mempertahankan konsep yang telah dipilih dengan mengkaji lagi strategi lain dalam produksi programnya agar program ini dapat terus tetap eksis dan meningkat untuk menjadi program terbaik di Jakarta dengan jumlah pendengar terbanyak.

b. Terus mengikuti perkembangan trend dan teknologi dengan konsisten menggunakan media sosial untuk terus update agar dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan pendengar

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Yusuf, Muri A. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Ardianto, Elvianaro. 2011. *Filsafat Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Skripsi:

- Sunardi, Kartika Fadilla Kusumadewi. 2013. *Strategi Komunikasi Pemasaran Oz Radio 90,8 FM Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar di Jakarta*. Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir.
- Sari, Gita Eko Wati Anjar. 2012. *Strategi Produksi Program Slagi Ada di 97.5 Motion Radio*. Universitas Bina Nusantara. Tugas Akhir.
- Nasution, Ardiansyah. 2010. *Strategi Radio Prambors Dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Siaran Putuss Sama Nataya Di Radio Prambors Yogyakarta*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tugas Akhir.

