

STRATEGI PRODUSER DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR PROGRAM TIKA UJDO ON BAHANA FM DI RADIO 101.8 BAHANA FM JAKARTA

Ade Dianti¹
Wenny Maya Arlena²

ABSTRACT

This research is aimed to know the strategy on how Bahana FM producer do in increasing listener to the "Tika Udjo on Bahana FM" program. Qualitative approach is used in doing this research. Subject in this research is the producer on Tika Udjo on Bahana FM program which is Chester Aditya whom the key informant. The data for this research is collected by doing literature study and documentation by researcher. The result of this research assumed that producer on Tika Udjo on Bahana FM program succeed in doing three steps of strategy management from Management Concept Fred R. David which is strategy formulation, implementation and evaluation. Peculiarity on Tika Udjo on Bahana FM program is the character of Tika as an announcer and Udjo whom are funny also amusing, producer always make creative and innovative content in its broadcasting also segments such as The Bongils, Nyambal (Nyambar Asal), You Know What, Mba Hana dan Mas Hana Jalan-Jalan becoming peculiarity program that other radios don't have. Conclusion of this research is the producer has strategy in increasing listener which is to serve content that is variative and quiz every time its broadcasted, so listener would listen to Tika Udjo On Bahana FM program. Theoretical advice is to insert a development of disciplines specifically an understanding about producer's strategy in broadcasting radio program to running as desire and to reach the goal. Then, the practical advice is producer and crew should always developing creative ideas to make the program continuously listened by all the listener.

Key Word : Producer's Strategy, Listener, Tika Udjo on Bahana FM

PENDAHULUAN

Banyak stasiun radio di Indonesia yang memiliki berbagai jenis program siaran. Mereka pun menentukan waktu siaran, penyiar, tema dan konten acara yang tepat dalam menentukan keberhasilan program radionya. Sejalan dengan hal itu bermunculan perusahaan berjangkauan yang menaungi beberapa saluran frekuensi seperti Masima Radio Network dengan beranggotakan Radio Prambors, Delta, dan Bahana FM.

Salah satu program radio yang peeliti teliti adalah radio 101.8 Bahana FM Jakarta memiliki format siaran dengan target usia 25-34 tahun serta segmentasi B, C, dan D. Target pendengar mereka adalah 50% *male*

dan 50% *female* yang memiliki karakter *simple*, *dinamis*, *modern*, dan *smart*. Hasil dari sebuah program bernama Tika Udjo On Bahana FM yang baru dimulai 2 (dua) tahun belakangan ini, Produser tidak sembarangan untuk menjadikan mereka sebagai penyiar, karena tugas penyiar itu pun harus sesuai dengan ide yang telah dibuat oleh Produser, melalui riset dari pendengar Bahana FM sebelum program ini berjalan. Maka dari itu, Produser memilih Tika Panggabean dan Udjo yang juga merupakan personel grup Project Pop ini, karena memiliki segmentasi usia yang mendekati sesuai dengan pendengar Bahana dan pemetaan serta kerangka konsep sehingga terbentuk program Tika

¹ Mahasiswa Konsentrasi Broadcast Journalism, Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Jakarta

² Dosen Pembimbing

Udjo On Bahana FM. (www.bahanafm.co.id/profile, diakses pada 24/10/16, 15.00 WIB)

Peneliti membandingkan program Tika Udjo On Bahana FM dengan program pagi yaitu *Happy Morning* yang disiarkan oleh *Female Radio*. Dengan waktu siar yang sama dan juga menjadi program unggulan di stasiun masing-masing dua program ini memiliki perbedaan yang signifikan. Dalam laman resminya *Female Radio* yaitu www.femaleradio.co.id menjelaskan komposisi pada siaran *Happy Morning* sebagian besar berusaha memenuhi kebutuhan informasi bisnis, ekonomi, dan gaya hidup hingga masalah keluarga. Hal ini sangat berbanding terbalik dengan komposisi siaran program Tika Udjo On Bahana FM pada radio 101.8 Bahana FM. Itulah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti program Tika Udjo On Bahana FM. Peneliti memilih metode Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan Konsep Manajemen Fred R. David yaitu yang memiliki tiga tahapan yaitu perumusan strategi, penerapan strategi dan penilaian strategi. Ketiga tahapan itu dilakukan untuk meningkatkan jumlah pendengar program Tika Udjo On Bahana FM. Melalui pengamatan peneliti, selain keunikan yang terdapat di komposisi siaran, peneliti juga menemukan bahwa program Tika Udjo On Bahana FM selalu menyajikan dan menyiarkan isi siaran yang bervariasi pada setiap harinya seperti menggunakan kata-kata populer sehari-hari dalam siaran serta membahas sesuatu yang *update* dan membawakan gaya siaran yang ringan agar bisa mudah dinikmati pendengar sesuai dengan target. Hal itu sangat dipengaruhi oleh strategi pembuatan program yang dilakukan oleh Produser Tika Udjo On Bahana FM

Melihat banyaknya strategi yang dituangkan oleh Produser dari Tika Udjo On Bahana FM, peneliti melihat banyak strategi dari Produser untuk membuat sebuah program yang layak diperdengarkan dan menarik pendengar untuk meningkatkan jumlah pendengar serta untuk kalangan yang

telah disegmetasikan oleh Bahana FM. Maka hal itu membawa peneliti untuk meneliti strategi apa yang dilakukan oleh Produser. Oleh karena itu, dari hasil riset yang telah dilakukan. peneliti mengangkat judul: **“Strategi Produser Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar Program Tika Udjo On Bahana FM di Radio 101.8 Bahana FM Jakarta”**.

Tujuan Penelitian ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas yang bertujuan untuk mengetahui lebih jauh strategi apa saja yang dilakuka produser dalam proses meningkatkan jumlah pendengar program unggulan “Tika Udjo On Bahana FM” di radio Bahana FM. **Manfaat Penelitian** dari segi **Manfaat Teoritis** Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemikiran mengenai ilmu komunikasi yang berfokus pada strategi produser khususnya pada media elektronik radio dalam penyampaianannya. **Manfaat Praktis** Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi evaluasi bagi radio Bahana FM khususnya dalam mengembangkan dan menciptakan sumber daya manusia yang lebih berkualitas.

Data pendukung penelitian yang tersedia atau data yang di dapatkan melalui sumber-sumber yang diperoleh dari studi kepustakaan, buku-buku, dokumen Bahana FM atau karya-karya ilmiah.

Kajian Penelitian Terdahulu:

- a. Penelitian ditulis oleh Cera Ismiralda, mahasiswi Universitas Indonesia (2013) **“Strategi Program Acara Radio: Suatu Studi Pada Radio Cosmopolitan FM”**
- b. Penelitian ditulis oleh Gita Eko Wati Anjar Sari mahasiswi Universitas Bina Nusantara tahun (2012) **“Strategi Produksi Program Slangi Ada di 97.5 Motion Radio”**
- c. Penelitian ditulis oleh Kartika Fadilla Kusumadewi Sunardi mahasiswi Universitas Mercu Buana Jakarta tahun (2013) **“Strategi Komunikasi**

Pemasaran OZ Radio 90.8 FM Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar di Jakarta”

Kerangka teoritis dalam penelitian ini antara lain:

- a. **Komunikasi massa:** menurut Bittner dalam buku *Sosiologi Komunikasi Massa* adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. (Sumadiria, 2014:19).
- b. **Media massa:** alat atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (komunikasi/ penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan internet (Suryawati, 2011: 37).
- c. **Radio:** buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara di transmisi secara serempak melalui gelombang radio di udara. (Astuti, 2008:5).
- d. **Produser:** orang yang bertanggung jawab mengubah ide atau gagasan kreatif ke dalam konsep yang praktis dan dapat dijual. Produser harus memastikan adanya dukungan keuangan bagi terlaksananya produksi program serta mampu mengelola keseluruhan proses produksi termasuk melaksanakan penjadwalan (Morissan, 2008: 314).
- e. **Manajemen strategi:** didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Tujuan manajemen strategi untuk mengeksplorasi serta menciptakan berbagai peluang baru yang berbeda untuk hari esok. (David, 2009: 5).
- f. **Kerangka Pemikiran:** konsep manajemen Fred R. David yang memiliki tiga tahapan yaitu perumusan

strategi, penerapan strategi, dan penilaian strategi.

Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan paradigma *Post-Positivisme*, tujuannya karena paradigma *Post-Positivisme* ada banyak kemungkinan yang dapat diketahui dalam penelitian strategi Produser dalam meningkatkan jumlah pendengar program Tika Udjo On Bahana FM di Radio 101.8 Bahana FM Jakarta.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini Metode penelitian kualitatif ini sering disebut juga metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. (Sugiyono, 2014:1).

Subjek penelitian ini adalah produser program “Tika Udjo On Bahana FM” dan objek penelitiannya ialah Radio Bahana FM khususnya program unggulannya. Pemilihan *key informant* ini didasari oleh peran serta wewenang yang dimilikinya dalam mengelola program acaranya sehingga masih bertahan hingga saat ini.

Ada penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan sekunder untuk mendukung dan memperkuat hasil penelitian. **Data primer** ialah data yang peneliti peroleh melalui metode wawancara mendalam dan observasi non partisipan. **Data sekunder** ialah data pendukung penelitian yang diperoleh melalui karya ilmiah, sumber buku, serta dokumen Bahana FM.

Pada teknik analisis data, peneliti mencatat apa saja yang terjadi dilapangan, lalu mengumpulkan dan memilah-milah serta menyimpulkan hasil penelitian tersebut dengan data yang sudah didapatkan. Penelitian ini dilakukan di Kebayoran Baru Jakarta Selatan pada bulan February- Mei 2017. Penelitian ini mengenai Strategi Produser dalam meningkatkan jumlah pendengae program Tika Udjo On Bahana FM.

Dalam penelitian ini, peneliti mengukur kebenaran data atau validitas

data yang dikumpulkan selama penelitian berlangsung. Uji validitas data yang digunakan peneliti ialah Triangulasi Sumber, yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara; membandingkan apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan pribadi. (dalam Kriyantono, 2006: 72-73).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Program Tika Udjo On Bahana FM adalah *daily* program siaran di Radio 101.8 Bahana FM Jakarta. Tika Udjo On Bahana FM merupakan program yang menemani Teman Bahana (sebutan pendengar Bahana FM) saat memulai aktifitas dari jam 6 pagi sampai 10 pagi. Bersama 2 (dua) personil *Project Pop*, Tika Pangabean dan Udjo, Tika Udjo On Bahana FM akan memberikan semangat untuk Teman Bahana yang sedang di jalan menuju ke kantor dengan topik-topik yang menarik, *benchmark*, info terbaru yang membahas berita-berita dari dalam dan luar negeri setiap harinya, dan info lalu lintas terkini bersama Chestar Aditya. Waktu mengudara Tika Udjo On Bahana FM yaitu setiap hari Senin hingga Jumat pukul 06.00-10.00 WIB. Untuk target pendengar yaitu 50% laki-laki dan 50% perempuan, dengan usia 25-34 Tahun. Program Tika Udjo On Bahana FM merupakan program *prime time* pagi unggulan Radio 101.8 Bahana FM Jakarta.

Dalam menjalankan sebuah program, terdapat beberapa tahapan dalam melakukan proses produksi dengan menggunakan konsep manajemen Fred R. David:

1. Perumusan Strategi

Perumusan ini Produser Tika Udjo On Bahana FM sudah merealisasikan apa-apa saja yang terdapat dalam perumusan seperti pembentukan serta pengembangan dari Visi Misi di Bahana FM terhadap program Tika Udjo On Bahana FM yaitu dengan cara menyajikan lagu-lagu variasi terbaik dari Indonesia maupun

luar negeri dan mencari bahasan yang sedekat mungkin dengan pendengar, dan mencari konten yang sangat *fresh, up to date* serta erat dengan pendengar, dan menyajikan *benchmark* yang menarik untuk menghibur serta memberikan informasi bagi pendengar jadi memudahkan untuk pendengar masuk dengan obrolan tersebut.

Perumusan strategi ini produser melihat adanya keunggulan dari eksistensi penyiar yang sudah dikenal terlebih dahulu oleh masyarakat sebagai personil Project Pop. Keunggulan ini membuat pendengar tidak asing akan sosok mereka serta suara mereka. Selain itu, keakraban tim menjadi kekuatan utama dalam menyusun ide-ide kreatif yang mendukung kelangsungan program. Perumusan strategi ini produser melihat adanya keunggulan dari eksistensi penyiar yang sudah dikenal terlebih dahulu oleh masyarakat sebagai personil Project Pop. Keunggulan ini membuat pendengar tidak asing akan sosok mereka serta suara mereka. Selain itu, keakraban tim menjadi kekuatan utama dalam menyusun ide-ide kreatif yang mendukung kelangsungan program. Perumusan ini Produser Tika Udjo On Bahana FM sudah merealisasikan apa-apa saja yang terdapat dalam perumusan seperti pembentukan serta pengembangan dari Visi Misi di Bahana FM terhadap program Tika Udjo On Bahana FM yaitu dengan cara menyajikan lagu-lagu variasi terbaik dari Indonesia maupun luar negeri dan mencari bahasan yang sedekat mungkin dengan pendengar, dan mencari konten yang sangat *fresh, up to date* serta erat dengan pendengar, dan menyajikan *benchmark* yang menarik untuk menghibur serta memberikan informasi bagi pendengar jadi memudahkan untuk pendengar masuk dengan obrolan tersebut.

2. Penerapan Strategi

Pemilihan strategi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah

pendengar program Tika Udjo *On Bahana FM* yaitu mulai dengan membuat konten promosi menarik di *instagram*. Melalui media sosial pula mereka mengadakan kuis berhadiah tiket nonton film, nonton konser, liburan ke Bali bahkan sepeda motor yang diadakan di saat *on air* dan melalui social media. Selain itu dengan waktu mengudara program Tika Udjo *On Bahana FM* yang bersamaan dengan jam mulainya aktivitas seperti berangkat ke kantor dimanfaatkan untuk melakukan promosi dengan memasang iklan melalui media *flyer* di transjakarta dan *commuter line*. Dari *off air*-nya radio Bahana FM mengadakan *event car free day* "Sehat Bareng Bahana" di Sudirman Jakarta dan di Jalan Sudirman Bogor dengan kegiatan senam bersama dan juga untuk 50 pendatang pertama akan mendapatkan *t-shirt* Bahana FM, lalu ada pembagian 200 *snack* gratis, serta ada *doorprize* dan hadiah menarik lainnya untuk Teman Bahana yang ikut serta dalam acara "Sehat Bareng Bahana".

Untuk strategi pemilihan penyiar mengapa memilih Tika Panggabean dan Udjo dipilih melalui kerangka konsep, serta karakter yang di cari oleh Bahana dan dalam segmentasi pendengar Bahana yaitu usia 25-34 tahun cocok pada Tika dan Udjo karena pada umur itu masyarakat mengenal Project Pop dimana kedua penyiar ini adalah personilnya. Intinya lebih *push* di sosial media, karena polanya sendiri untuk sekarang pendengar banyak yang bermain sosial media, secara otomatis mendapatkan pendengar melalui sosial media seperti *instagram* dan *twitter*.

Selain itu strategi dalam mencari topik, menurut produser idenya selalu menyajikan topik ringan yang berhubungan dengan warga Jakarta dan sekitarnya, serta *current issue* juga menjadi informasi yang disajikan pada saat siaran. Saat penyiar *perform* bernyanyi bersama Project Pop mereka

juga mempromosikan program Tika Udjo *On Bahana FM*.

3. Penilaian Strategi

Dalam penilaian terdapat kelemahan internal yang dimiliki program Tika Udjo *On Bahana FM* produser juga terkadang *stuck* untuk mencari tema siaran, sehingga tim Tika Udjo *On Bahana FM* harus *brainstroming* bersama mencari ide-ide kreatif agar siaran tetap berjalan. Selain itu ada kendala teknis yaitu beberapa kali frekuensi radio Bahana FM terganggu karena proses pemeliharaan frekuensi hal ini menyebabkan terhentinya proses penyiaran yang dilakukan oleh tim Tika Udjo *On Bahana FM* yang membuat pendengar beralih ke radio lain yang dapat berpotensi pada program Tika Udjo *On Bahana FM* mengalami kehilangan pendengar.

Evaluasi yang dilakukan tidak pada saat setelah siaran saja. Tapi ada *meeting* evaluasi mingguan pada hari Jumat yang dilakukan bersama Program *Director* dan tim Tika Udjo *On Bahana FM* dalam membahas konten siaran seminggu yang telah dilakukan dan melaporkan kekurangan saat berjalanya siaran contohnya, kesalahan teknis lalu kelebihan durasi, pemilihan *caller* dan interaksi teman Bahana saat siaran berlangsung melalui media sosial dan *streaming* agar hal-hal tersebut tidak terjadi lagi. Tidak hanya *meeting* mingguan evaluasi besar juga dilakukan semua program per-dua atau tiga bulan yang dilakukan dengan konsultan dari Australia dalam membahas konten siaran dan berdiskusi dalam hal membuat konten yang kreatif.

Setelah tahap evaluasi selesai maka terlihatlah ancaman dari luar yaitu dari kompetitor radio-radio lain seperti program *Happy Morning* dari Prambors FM, Semangat Pagi dari Gen FM dan Masih Pagi-Pagi dari iradio. Kekuatan internal yang dimiliki program Kompak Bareng siarannya yang *live*. Evaluasi yang dilakukan tidak pada saat setelah siaran

saja. Tapi ada *meeting* evaluasi mingguan pada hari Jumat yang dilakukan bersama Program *Director* dan tim Tika Udjo *On Bahana FM* dalam membahas konten siaran seminggu yang telah dilakukan dan melaporkan kekurangan saat berjalanya siaran contohnya, kesalahan teknis lalu kelebihan durasi, pemilihan *caller* dan interaksi teman Bahana saat siaran berlangsung melalui media sosial dan *streaming* agar hal-hal tersebut tidak terjadi lagi. Tidak hanya *meeting* mingguan evaluasi besar juga dilakukan semua program per-dua atau tiga bulan yang dilakukan dengan konsultan dari Australia dalam membahas konten siaran dan berdiskusi dalam hal membuat konten yang kreatif. Peninjauan ulang faktor eksternal dilihat pada respon pendengar melalui *whatsapp* dan melalui sosial media seperti *instagram* serta *twitter* tiap harinya. Selain itu banyak orang-orang belum tau bahwa Tika dan Udjo siaran di radio Bahana FM. yang masuk sehingga itu bisa dipertimbangkan untuk pembuatan konten yang akan datang. Peninjauan ulang faktor internal dengan cara tim Tika Udjo *On Bahana FM* dari sisi non-teknis dan teknisnya. Untuk sisi non-teknis tidak berhenti untuk mencari ide-ide baru yang kreatif tidak hanya dari segmen tetapi dari konten siaran setiap harinya agar menarik pendengar baru untuk mendengarkan program Tika Udjo *On Bahana FM* dan melakukan *brainstorming* bersama penyiar serta produser juga.

SIMPULAN

Dalam menjaga dan meningkatkan jumlah pendengar dalam sebuah program acara radio merupakan tujuan utama di bentuknya sebuah program, terutama program unggulan yang merupakan identitas suatu radio. Hal ini lah yang dilakukan produser dalam meningkatkan jumlah pendengar sbuah program acara

radio adalah mampu dengan konsisten dan disiplin dalam menerapkan tiga strategi tersebut dengan dilatar belakangi keinginan pendengar sesuai segmentasi dan juga konsep program acara tersebut.

SARAN

Saran Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya pemahaman tentang strategi yang dilakukan produser dalam suatu program acara agar berjalan sesuai keinginan dan mencapai tujuannya serta memberikan manfaat bagi pendengarnya.

Saran Praktis

1. Meningkatkan kualitas sinyal Radio Bahana FM khususnya untuk daerah Jakarta dan sekitarnya agar pendengar mampu menikmati dengan nyaman dan juga kuantitas dari isi siaran program Tika Udjo *On Bahana FM*. Rekomendasi dari peneliti adalah membuat sebuah jadwal pemeliharaan frekuensi yang tidak mengganggu siaran jadwal siaran contohnya dapat dilakukan dini hari.
2. Terus konsisten dengan format acara yang bersifat *simple*, dinamis, *modern* dan *smart* juga dalam hal menyajikan lagu agar sesuai dengan tagline yakni "Variasi Musik Terbaik di Jakarta".
3. Selain itu, terus memberikan hiburan dan informasi yang dapat dipertanggung jawabkan kepada pendengar dengan segmentasi radio Bahana FM.
4. Selalu melakukan *refreshment* dan juga *brainstorming* dalam mengembangkan ide-idenya agar program Tika Udjo *On Bahana FM* mampu bertahan sesuai dengan harapan yang diinginkan.
5. Rutin melakukan kegiatan *Off Air* yang bertujuan mempromosikan Radio Bahana FM serta mengenalkan kepada masyarakat agar mengetahui Radio Bahana FM beserta program-programnya.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, Santi Indra. 2013. *Jurnalisme Radio Teori dan Praktik*. Bandung: Simbioasa Rekatama Media.

David, Fred R. 2009. *Manajemen Strategis Konsep, Edisi 12 Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat

Krisyantono, Rachmat. 2006. *Tehnik Praktik Riset Komunikasi: Disertai Contoh raktis Riset Media, Public Relations, Advertaising, Komunikasi, Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi Edisi Revisi*. Jakarta: encana Prenadanedia Group

Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.

Sumadiria. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta: Simbiosia Rekatama Media

Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia

- www.bahanafm.co.id
- www.femaleradio.co.id

Sumber Tugas Akhir

Ismiralda, Cera. 2013. *“Strategi Program Acara Radio : Suatu Studi Pada Radio Cosmopolitan FM”*. Universitas Indonesia: Skripsi Tidak Diterbitkan.

Sari, Eko Wati Anjar. 2012. *“Strategi Produser Program S lagi Ada di 97.5 Motion Radio”*. Universitas Bina Nusantara: Skripsi Tidak Dditerbitkan

Sunardi, Kartika Fadilla Kusumadewi. 2013. *“Strategi Komunikasi Pemasaran OZ Radio 90.8 FM Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar di Jakarta”*. Universitas Mercu Buana Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan

Sumber Lain