
101FM NEBULA RADIO BROADCASTING STRATEGY FOR MAINTAINING EXISTENCE AND LISTENING SHARES

STRATEGI PENYIARAN RADIO NEBULA 101FM DALAM MENJAGA EKSISTENSI DI KALANGAN PENDENGAR

MUHAMMAD AGUNG IRNADI^{1*}, SUMARNI ZAINUDDIN¹, MUH. ISA YUSAPUTRA¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Sulawesi Tengah

*E-mail: agungirnadi22@gmail.com

Naskah diterima: 31 Juli 2018 Naskah diterbitkan: 19 Desember 2019

ABSTRACT

This research aims to determine the strategy of broadcasting Nebula 101 fm radio in maintaining its existence among listeners. The writer uses descriptive research. Informants were selected by purposive sampling method. The informants selected were Agusta Sri Astuti (senior announcer at Radio Nebula 101Fm), Nana Rachman (junior announcer at Radio Nebula 101 Fm), and Ronny Rotty (Broadcast Manager at Radio Nebula 101 Fm). Data collection methods used are observation and interviews. The process of data analysis through qualitative data analysis methods. From the results of the research, it is known that in radio broadcasts, several steps need to be taken to maintain the continuity of the radio to last a long time and also the listeners of the radio feel comfortable to continue listening to the radio. Nebula FM is 25 years old, but still has an existence among its listeners. Radio implements strategies in the form of (1) Radio Nebula's management does not make Radio Nebula programs on a regular basis, but goes through the planning process and survey process to Nebula listeners, (2) One program has its own listeners, so Radio Nebula knows who the listeners are and that useful for making adlips for advertisements, (3) Radio Nebula adjusts the materials that must be brought on certain programs and the songs played must also be adjusted to the listener's mood at certain hours, (4) Programs that is on Radio Nebula, mostly old-school programming, but designed and presented differently. (5) The classification of existing programs makes radio has a diverse audience mass. Radio Nebula always strives to be able to maintain audiences and make interesting programs so that listeners are not easily left out.

Keywords: Broadcasting Strategy, Radio, Existence

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi penyiaran radio Nebula 101 fm dalam menjaga eksistensi di kalangan pendengar. Penulis menggunakan penelitian deskriptif. Informan dipilih dengan metode *purposive sampling*. Informan yang dipilih adalah Agusta Sri Astuti (penyiar senior di Radio Nebula 101Fm), Nana Rachman (penyiar junior di Radio Nebula 101 Fm), dan Ronny Rotty (Manajer Siaran Radio Nebula 101 Fm). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Proses analisis data melalui metode analisis data kualitatif. Dari hasil penelitian diketahui bahwa dalam penyiaran radio perlu dilakukan beberapa langkah untuk menjaga agar keberlangsungan radio tersebut dapat bertahan lama dan juga para pendengar dari radio tersebut merasa nyaman untuk terus mendengarkan radio. Nebula FM yang telah berumur 25 tahun, tetapi masih memiliki eksistensi dikalangan pendengarnya. Radio menjalankan strategi berupa (1) Pihak manajemen dari Radio Nebula tidak membuat program-program Radio Nebula secara sembarangan, tetapi melewati proses perencanaan dan proses survey ke pendengar Nebula, (2) Satu program memiliki pendengarnya sendiri, sehingga Radio Nebula mengetahui siapa pendengarnya dan itu berguna untuk pembuatan adlips untuk iklan, (3) Radio Nebula menyesuaikan materi-materi yang harus dibawa pada program-program tertentu dan lagu-lagu yang diputar juga harus disesuaikan dengan mood pendengar di jam-jam tertentu, (4) Program-program yang ada di Radio Nebula, kebanyakan merupakan program yang telah ada sejak dulu, namun diperbarui dan disajikan dengan berbeda. (5) Pengklasifikasian pada program-program yang telah ada membuat radio mempunyai massa pendengar yang beragam. Radio Nebula selalu berupaya untuk bisa mempertahankan khalayak pendengar dan membuat program-program yang menarik agar tidak gampang untuk di tinggalkan oleh pendengar.

Kata Kunci: Strategi Penyiaran, Radio, Eksistensi

A. PENDAHULUAN

Sejalan dengan semakin maraknya dunia informasi, banyak bermunculan media massa baik cetak maupun elektronik. Hal ini terjadi mengingat semakin besarnya kebutuhan masyarakat akan informasi yang akan menambah wawasan mereka dalam menghadapi laju perkembangan zaman. Salah satu media komunikasi massa yang dapat mendukung proses penyiaran adalah media elektronika yaitu Radio. Radio sebagai media elektronika yang bersifat auditif dapat dinikmati oleh masyarakat, dimana media ini berperan dalam perkembangan komunikasi dan informasi.

Menurut Efendy (2002:107) kelebihan media radio dibandingkan media lain adalah jarak jangkauannya yang sangat luas dan murah meriah. Sebuah hal yang tidak mampu dilakukan oleh media massa lain seperti surat kabar atau televisi.

Radio adalah sebuah media audio yang lebih sering kita gunakan untuk hiburan semata. Namun, seperti yang diketahui bahwa radio tidak hanya menjadi media hiburan saja, melainkan radio sebagai media pemberi informasi. Dewasa ini internet kini menyajikan beberapa media online seperti detik.com, kompas.com, okezone.com, kapanlagi.com, dan lain sebagainya yang dapat memberikan informasi secara cepat dan mudah di akses oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Kennedy & Soemanagara (2009:95) menyebutkan kemampuan radio menjangkau konsumen sebelumnya sangatlah baik,

tetapi perannya kini berkurang. Radio telah menjadi medium massa yang ada di mana-mana, tersedia di semua tempat, di sepanjang waktu.

Radio Nebula adalah radio lokal yang ada di Kota Palu dan telah mengudara sejak tahun 1983. "The Hits Music Station" merupakan jargon yang diangkat oleh radio Nebula yang telah berusia 33 tahun. Radio ini memiliki segmentasi pendengar masyarakat menengah keatas dengan kisaran usia 40 tahun ke atas yang memiliki selera musik dan definisi hits yang berbeda dengan pendengar dengan rentang usia 40 tahun kebawah (Radio Nebula, 2017). Perbedaan selera musik dan definisi hits dari para publik nebula inilah yang mengharuskan Radio Nebula mempunyai strategi yang baik untuk dapat meningkatkan eksistensinya dikalangan pendengar sebagai radio tertua dan dapat diterima oleh pendengar-pendengar muda ditengah-tengah banyaknya radio-radio baru lain yang menyajikan sajian musik hits lainnya.

Radio Nebula pun setiap harinya tidak hanya memikirkan program-program apa saja yang dapat menarik perhatian pendengar, akan tetapi penyiar radio dalam hal ini juga berperan sangat penting dalam menjaga eksistensi dan tidak ditinggalkan oleh pendengar. Oleh Karena itu, strategi komunikasi yang dilakukan oleh penyiar radio sangat digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah diciptakan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan itu tidak lepas dari strategi.

Untuk dapat menarik simpati guna melancarkan pesan yang disampaikan kepada pendengar, para personil yang berkecimpung di radio Nebula ini memerlukan modal pengetahuan dan pengalaman yang memadai tentang penyiaran. Sehingga segala sesuatu yang telah direncanakan dapat dicapai dengan baik. Jadi seluruh personil yang menggeluti dunia siaran ini harus memiliki pengetahuan yang memadai sehubungan dengan tugas mereka.

Pengetahuan dan pengalaman tersebut merupakan modal yang utama dalam menentukan operasional yang akan ditempuh guna memikat khalayak pendengar. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar tersebut diperlukan strategi penyiaran yang baik. Strategi penyiaran merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh penyiar yang bertujuan untuk menciptakan image stasiun penyiaran radio. Strategi penyiaran ini harus selalu diperhitungkan secara matang, seiring dengan semakin maraknya persaingan antar radio dalam merebut perhatian pendengar.

B. Media dan Komunikasi Massa

Menurut Werner I. Severin dan James W. Tankard, Jr. dalam buku, *Communication Theories, Origins, Methods, Uses*, menyatakan bahwa :

“Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan

tape recorder, atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantang-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk rogram televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah, atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikukuhkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik” (Effendy, 2000:21)

Terdapat perbedaan dalam merumuskan teori mengenai media, yakni melalui pendekatan kritis (critical approach) dan pendekatan terapan (applied). Teori kritis meneliti masalah-masalah dan kesalahan-kesalahan yang terkait dengan tindakan media dan menghubungkannya dengan isu-isu sosial yang berkembang, namun teori ini dibimbing dengan nilai-nilai tertentu. Teori terapan bertujuan untuk menggunakan suatu pengertian dari proses komunikasi untuk mengatasi masalah-masalah yang terkait dengan penggunaan komunikasi massa secara lebih efektif (Morissan, 2010:3).

C. Strategi Penyiaran Radio dan Khalayak

Menurut Eastman (1985) dalam bukunya *Broadcast/Cable Programming: Strategis and Practices*, strategi radio dalam melakukan penyiaran untuk memperoleh pendengar meliputi:

1. Strategi Kesesuaian (*Compatibility*)
Strategi kesesuaian adalah kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Personil-

personil stasiun pendengar harus mengetahui komunitas yang dituju, sesuai jadwal program yang mereka rancang. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan siapa pendengar dalam setiap bagian waktu, dan apa yang kemungkinan besar sedang dikerjakan oleh pendengar yang ada pada saat itu. Secara teori penjadwalan adalah kunci sukses aktifitas siaran, meskipun sebuah program telah dipilih dan dikemas dengan sebaik mungkin namun jika waktu siarnya tidak sesuai dengan kondisi audiens yang di target, maka produksi program itu sia-sia. Sebuah program harus disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari audiensnya. Stasiun radio harus mengetahui rutinitas audiens seperti kapan mereka istirahat, nonton TV sampai waktu mereka tidur. Ini diperukan sebagai acuan untuk menjalankan program. Salah satu cara mengetahui hal-hal tersebut adalah dengan melakukan riset audiens.

2. Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habit Formation*)

Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program melalui prediksi yang seksama. Pendengar akan memperhatikan seluruh bagian yang luar biasa pada serial favoritnya, untuk menghindari ketinggalan pada episode berikutnya. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin selalu sama waktunya pada jangka waktu tertentu. Strategi yang dilakukan untuk membangun kebiasaan ini adalah

dengan pembuatan adlips dan pembuatan rundown. Dengan adanya adlips akan menjadikan pendengar selalu ingat dengan program-program yang ada, dan rundown adalah salah satu acuan bagi penyiar untuk menyiarkan secara tepat sekuen-sekuen pada sebuah program dengan tujuan pendengar akan terbiasa dengan alur penyajian program yang disiarkan

Pembuatan adlips atau iklan baca dan spot iklan dimaksudkan untuk mempromosikan program. Dapat dilakukan sebelum program berlangsung, untuk membangun kesadaran dan minat pendengar akan adanya sebuah program yang menarik dan harus di dengarkan. Dapat pula dilakukan selama program berlangsung untuk menjaga agar pendengar tidak lupa dan tetap mendengarkan program tersebut setiap hari.

Rundown sendiri adalah petunjuk teknis pelaksanaan program, dimana suatu program acara akan dibagi kedalam menit-menit dengan sekuen-sekuen yang ditetapkan. Rundown dibuat untuk membangun kebiasaan pendengar, karena dengan pelaksanaan program yang tidak pernah berubah.

3. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control Of Audience Flow*)

Keefektifan media penyiaran radio tergantung pada seberapa banyak pendengar yang menikmati dan mendengarkan program-program radio. Tidak ada sistem penyiaran radio yang dapat bertahan tanpa pendengar. Pengontrolan arus pendengar dilakukan

dalam rangka memaksimalkan jumlah pendengar yang mengalir dari program yang satu ke program acara berikutnya., dan untuk meminimalkan jumlah pendengar yang mengalir ke saluran lawan. Hal ini dapat dilakukan dengan metode menyajikan program yang berbeda dengan radio siaran lain (countering) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (blunting). Strategi mengontrol aliran pendengar ini dilakukan dengan menetapkan standar mutu, melakukan pengawasan dan melakukan evaluasi.

Ukuran standar mutu pada suatu radio mempunyai kualifikasi yang rumit, tetapi bukan berarti tidak ada patokan. Standar mutu dibuat sebagai acuan agar tim produksi berusaha semaksimal mungkin mencapai standar mutu yang telah ditetapkan, dengan harapan salah satunya adalah memaksimalkan jumlah pendengar. Standar mutu juga dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai apakah suatu program sesuai dengan apa yang telah direncanakan atau tidak. Evaluasi sendiri untuk mengetahui apakah program yang disiarkan sesuai dengan perencanaan atau tidak, serta untuk mengetahui kesalahan-kesalahan yang dilakukan sewaktu program berlangsung. Evaluasi juga dapat digunakan sebagai acuan untuk melaksanakan berbagai macam perbaikan demi kemajuan program.

4. Strategi penyimpanan Sumber-Sumber Program (*Conservation Of Program Resources*)

Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program-program tersebut bisa dipakai lagi suatu saat, tetapi tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari, yaitu dengan cara mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian berbeda.

5. Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*)

Daya penarik massa sangat perlu diperhatikan, karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin menarik perhatian khalayak pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin yang sesuai dengan kebutuhan. Perbedaan minat dan kesukaan pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran, sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program-program yang disajikan.

Dalam penyajian terdapat seseorang yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi atau memanfaatkan ketrampilannya dalam merencanakan, memproduksi dan menyiarkan siaran untuk mencapai tujuan bersama. Agar sesuatu organisasi penyiaran berhasil dalam mencapai tujuannya dibutuhkan unsur penunjang yang berupa ide (termasuk naskah), pengisi suara (artis), peralatan, kelompok kerja produksi, siaran dan pendengar atau penonton. Disamping itu juga

adanya ruang kerja yang memadai, transportasi, pembinaan atau hubungan yang bersahabat dengan organisasi lainnya. Untuk mengasikkan siaran yang berkualitas, yaitu suatu siaran yang mengandung nilai-nilai normatif, edukatif, informatif, persuasif dan komunikatif.

Jadi strategi penyiaran merupakan suatu perencanaan dan metode dalam memberikan informasi kepada khalayak umum (pendengar) secara tepat, efektif, dan efisien melalui pemancar dalam usaha yang bertujuan untuk dapat mempertahankan posisi kekuatan dari para pesaing yang ada baik untuk saat sekarang maupun masa yang akan datang, sehingga dapat tetap berkembang.

Radio adalah sebuah media utama informasi, hiburan dan pendidikan massal yang sangat populer (Anggoro, 2005:146). Secara umum radio atau radio siaran merupakan salah satu jenis media massa, sarana atau saluran komunikasi massa seperti halnya surat kabar, majalah atau televisi. (Romli, 2004:19).

Pendengar menurut Effendy (1989:21) adalah orang-orang yang menjadi saran komunikasi baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu tempat maupun dalam keadaan terpencar-pencar, tetapi sama-sama terpicat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa.

Eksistensi menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Artinya, eksistensi menjelaskan tentang penilaian ada atau tidak adanya

pengaruh terhadap keberadaan seseorang tersebut. Apabila orang lain menganggap kita mempunyai sebuah eksistensi, maka keberadaan kita sudah dianggap dan dapat diperhitungkan oleh orang-orang di sekeliling kita. Eksistensi biasanya dijadikan sebagai acuan pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan seseorang dapat berguna dan mendapat nilai yang baik di mata orang lain. Selain itu, eksistensi juga dianggap sebagai sebuah istilah yang bisa diapresiasi kepada seseorang yang sudah banyak memberi pengaruh positif kepada orang lain. Sementara menurut seorang ahli filsafat atau filsuf bernama Karl Jaspers memaknai eksistensi sebagai pemikiran manusia yang memanfaatkan dan mengatasi seluruh pengetahuan objektif. Eksistensi seorang manusia dapat dibuktikan oleh cara berpikir dan tindakannya. Hal-hal tersebut dengan tujuan supaya semua orang paham dan sadar bahwa setiap orang memiliki keunikan yang berbeda satu dengan yang lain. Sebab, eksistensi merupakan sesuatu yang sifatnya individual sehingga bisa ditentukan oleh masing-masing individu dan menurut Jaspers, semua orang memiliki cara keberadaan yang khas dan unik, itulah yang dinamakan sebagai eksistensi seorang individu. Sehingga setiap orang yang dapat menentukan jati diri atas keberadaannya dan mampu berdiri diantara eksistensi orang lain maka mereka akan mendapatkan eksistensi yang sejati. Menurut Abidin Zaenal (2007 : 16) Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada.

Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere* yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensipotensinya.

D. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya dengan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Dengan kata lain, yang lebih ditekankan dalam penelitian jenis ini adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Hamidi. 2007:30).

Dasar penelitian ini mengacu pada analisa deskriptif, yaitu teknik yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Teknik ini tidak mencari atau menjelaskan suatu hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Tujuan dari analisis deskriptif ini adalah untuk (Rakhmat, 2007:25):

- a. Mengumpulkan informasi yang actual secara terperinci yang melukiskan gejala yang ada.
- b. Mengidentifikasi masalah atau menjelaskan kondisi dan praktek-praktek yang berlaku

F. Hasil dan Pembahasan

Strategi Penyiaran Radio Nebula dalam Menjaga Eksistensinya di Kalangan Pendengar

Media penyiaran dalam kegiatan operasionalnya harus mampu memenuhi kebutuhan para audiensnya sebagai media hiburan, informasi dan edukasi. Sebagai radio yang sudah 25 tahun mengudara, radio nebula harus menjaga eksistensi pendengarnya yang berbeda generasi. Dengan demikian, untuk mempertahankan eksistensinya di kalangan pendengar, maka radio nebula harus menerapkan strategi-strategi penyiaran agar tidak kehilangan pendengar-pendengarnya yang lama dan mendapatkan pendengar-pendengar baru.

Program yang ada di Radio Nebula dibuat untuk para pendengar yang berusia rentang 30 tahun keatas dan program yang dibuat untuk mendapatkan pendengar baru yang berusia 30 tahun kebawah Pendengar dari Nebula FM sendiri tergolong cukup heterogen, segmentasi mereka adalah kalangan anak muda hingga orang dewasa. Hal ini yang kemudian juga memancing beberapa iklan perusahaan swasta maupun pemerintah daerah Kota Palu maupun

Provinsi Sulawesi Tengah mau beriklan di Nebula FM.

Dalam setahun terakhir, Nebula FM terbilang mampu mempertahankan eksistensi programnya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pendengar yang melakukan request dari pendengar. Tingkat strategi Nebula FM untuk mempertahankan eksistensinya selama ini didukung oleh beberapa faktor seperti yang dijabarkan oleh Eastman, yakni strategi kesesuaian, strategi pembentukan kebiasaan, strategi pengendalian arus pendengar, strategi penyimpanan sumber-sumber program, dan strategi daya penarik massa.

Strategi Kesesuaian

Dalam hal ini perlu dipertimbangkan siapa pendengar dalam setiap bagian waktu, dan apa yang kemungkinan besar sedang dikerjakan oleh pendengar yang ada pada saat itu. Secara teori penjadwalan adalah kunci sukses aktifitas siaran, meskipun sebuah program telah dipilih dan dikemas dengan sebaik mungkin namun jika waktu siarnya tidak sesuai dengan kondisi audiens yang di target, maka produksi program itu sia-sia. Sebuah program harus disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari audiensnya. Stasiun radio harus mengetahui rutinitas audiens seperti kapan mereka istirahat, nonton TV sampai waktu mereka tidur. Ini diperukan sebagai acuan untuk menjalankan program. Salah satu cara mengetahui hal-hal tersebut adalah dengan melakukan riset audiens. (Eastman, 1985)

Strategi Pembentukan Kebiasaan

Strategi ini dilakukan untuk menguntungkan Radio Nebula, karena Radio Nebula sudah memiliki pendengar setia pada program-program tertentu. Sehingga ketika suatu perusahaan ingin beriklan di Radio Nebula, maka Radio Nebula akan menjadi sangat mudah untuk memberikan informasi tentang siapa saja pendengar mereka, sehingga pengiklan akan mencapai target pemasaran mereka

Strategi Pengontrolan Arus Pendengar

Pada strategi ini, mengacu pada keefektifan penyiaran Radio Nebula yang bergantung pada berapa banyak pendengar yang menikmati dan mendengarkan program-program Radio Nebula, dan harus memaksimalkan jumlah pendengar yang ada dari satu program ke program berikutnya dan untuk meminimalkan jumlah pendengar yang berganti saluran.

Untuk memaksimalkan jumlah pendengar, maka pihak Radio Nebula menyesuaikan materi-materi yang harus dibawa pada program-program tertentu dan lagu-lagu yang diputar juga harus disesuaikan dengan mood pendengar di jam-jam tertentu.

Strategi Penyimpanan Sumber-Sumber Program

Strategi ini memperlihatkan pentingnya pengarsipan dari sumber-sumber terdahulu, sehingga radio mempunyai program yang tidak gampang untuk ditinggalkan oleh pendengar.

Strategi Daya Penarik Massa

Dalam penyajian terdapat seseorang yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi atau memanfaatkan ketrampilannya dalam merencanakan, memproduksi dan menyiarkan siaran untuk mencapai tujuan bersama. Agar sesuatu organisasi penyiaran berhasil dalam mencapai tujuannya dibutuhkan unsur penunjang yang berupa ide (termasuk naskah), pengisi suara (artis), peralatan, kelompok kerja produksi, siaran dan pendengar atau penonton. Disamping itu juga adanya ruang kerja yang memadai, transportasi, pembinaan atau hubungan yang bersahabat dengan organisasi lainnya. Untuk mengasikan siaran yang berkualitas, yaitu suatu siaran yang mengandung nilai-nilai normatif, edukatif, informatif, persuasif dan komunikatif.

E. Kesimpulan

Dari pembahasan diatas, penulis kemudian menyimpulkan bahwa, dalam penyiaran radio perlu dilakukan beberapa langkah untuk menjaga agar keberlangsungan radio tersebut dapat bertahan lama dan juga para pendengar dari radio tersebut merasa nyaman untuk terus mendengarkan radio.

Ini seperti halnya yang sudah dijalankan oleh Nebula FM yang kurang lebih 25 tahun, tetapi masih bisa bertahan hingga sekarang. Radio menjalankan strategi berupa: 1. Pihak manajemen dari Radio Nebula tidak membuat program-program Radio Nebula secara sembarangan, tetapi melewati

proses perencanaan dan proses survey ke pendengar Nebula. Pihak manajemen Radio Nebula merencanakan dan mencari tahu kegiatan apa saja yang dilakukan oleh para pendengar dan memperhatikan siapa-siapa saja yang akan mendengarkan radio di jam-jam tertentu sehingga pihak manajemen Radio Nebula membuat program dengan sajian yang disesuaikan dengan hasil temuan, 2. Adanya program-program yang dibuat di Radio Nebula semakin membentuk segmentasi pendengar programnya sendiri. Satu program memiliki pendengarnya sendiri, sehingga Radio Nebula mengetahui siapa pendengarnya dan itu berguna untuk pembuatan adlips untuk iklan. Strategi ini dilakukan untuk menguntungkan Radio Nebula, karena Radio Nebula sudah memiliki pendengar setia pada program-program tertentu. Sehingga ketika suatu perusahaan ingin beriklan di Radio Nebula, maka Radio Nebula akan menjadi sangat mudah untuk memberikan informasi tentang siapa saja pendengar mereka, sehingga pengiklan akan mencapai target pemasaran mereka, 3. Radio Nebula yang bergantung pada berapa banyak pendengar yang menikmati dan mendengarkan program-program Radio Nebula, dan harus memaksimalkan jumlah pendengar yang ada dari satu program ke program berikutnya dan untuk meminimalkan jumlah pendengar yang berganti saluran. Untuk memaksimalkan jumlah pendengar, maka pihak Radio Nebula menyesuaikan materi-materi yang harus dibawa pada program-program tertentu dan lagu-lagu

yang diputar juga harus disesuaikan dengan mood pendengar di jam-jam tertentu, 4. Program-program yang ada di Radio Nebula, kebanyakan merupakan program yang telah ada sejak dulu, namun diperbarui dan disajikan dengan berbeda. Pada strategi ini, penyimpanan atau arsip dari program-program yang ada sangat dibutuhkan untuk bisa membuat program-program tersebut terkesan baru bagi kalangan pendengar dari radio Nebula Strategi ini memperlihatkan pentingnya pengarsipan dari sumber-sumber terdahulu, sehingga radio mempunyai program yang tidak gampang untuk ditinggalkan oleh pendengar, 5. Program siaran dari radio Nebula memiliki keberagaman dan memberikan segmentasi khusus pada pendengar setianya. Adanya pengklasifikasian pada program-program yang telah ada membuat radio mempunyai massa pendengar yang beragam. Strategi ini menjadi keuntungan bagi radio Nebula karena menjadi sebuah daya penarik massa dan radio Nebula juga tidak gampang untuk ditinggalkan oleh khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. 2007. *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Anggoro, M. Linggar. 2005. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Devito, A. Joseph. 1997. *Human Communication*. Harper Collinc Colege Publisher, New York.
- Eastman, S., T. 1985. *Broadcast/cable Programming: Strategi and Practices*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Effendy, O. Uchjana. 1984. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. Uchjana. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Hamidi, 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM
- Harley, Prayuda, 2006. *Radio Penyiar It's Not Just A Talk*. Jakarta: Banyumas Publishing.
- John. E. Kennedy. & Soemanagara, R. Dermawan. 2009 *Marketing Communication*. Jakarta : PT. Buana Ilmu Populer.
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer.
- Morissan, 2010, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Prenada Media Group, Jakarta
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana Prenadamedia Group, Jakarta.
- Nurudin, 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sayoga, Budi. 1996. *Manajemen Program Siaran Radio*. Laporan Penelitian. Yogyakarta. Jurusan Komunikasi Fisipol UGM.
- Syamsul M. Romli, Asep. 2004. *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi*

Penyiar, Reporter, dan Script Writer.

Bandung : Nuansa

Umar, Husein. 1995. *Strategic Management in Action*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Wahyudi, Agustinus Sri. 1996. *Manajemen Strategi; Pengantar Proses Berfikir Strategik*. Binarupa Aksara.