

**STRATEGI RADIO PROSA FM KABUPATEN  
PROBOLINGGO MEMPERTAHANKAN SEGMENT  
PENDENGAR DALAM LAGU-LAGU MADURA STUDI  
KASUS PROGRAM SA-TE MADURA**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam  
Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Oleh :

**LILIS ROMADHONI**  
**NIM. D20171023**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH  
2021**

**STRATEGI RADIO PROSA FM KABUPATEN  
PROBOLINGGO MEMPERTAHANKAN SEGMENT  
PENDENGAR DALAM LAGU-LAGU MADURA STUDI  
KASUS PROGRAM SA-TE MADURA**

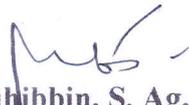
**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam  
Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

**LILIS ROMADHONI**  
NIM. D20171023

Disetujui Pembimbing



**Muhibbin, S. Ag, M.Si.**  
NIP.19711110 200003 1 018

**STRATEGI RADIO PROSA FM KABUPATEN  
PROBOLINGGO MEMPERTAHANKAN SEGMENT  
PENDENGAR DALAM LAGU-LAGU MADURA STUDI  
KASUS PROGRAM SA-TE MADURA**

**Skripsi**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
Pesyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)  
Fakultas Dakwah Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari : Rabu

Tanggal: 5 Januari 2022

**Tim Penguji**

**Ketua**



Fuadatul Hironiyah, S.Ag., M.Si

NIP. 19750524 2000032002

**Sekretaris**



Febrina Rizky Agustina, M.Pd

NIP. 199502212019032011

**Anggota**

1. Dr. Minan Jauhari, S. Sos.I. M.Si.

2. Muhibbin, S.Ag., M.Si



**Menyetujui  
Dekan Fakultas Dakwah**



Prof. Dr. Ahidil Asror, M.Ag.  
NIP. 197406062000031003

## MOTTO

وَدَشِّرِ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ  
كُلَّمَا رُزِقُوا مِنْهَا مِنْ ثَمَرَةٍ رِزْقًا قَالُوا هَذَا الَّذِي رُزِقْنَا مِنْ قَبْلُ وَأُتُوا بِهِ  
مُتَشَبِهًا وَلَهُمْ فِيهَا أَزْوَاجٌ مُطَهَّرَةٌ وَهُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٥﴾

Artinya: dan sampaikanlah berita gembira kepada mereka yang beriman dan berbuat baik, bahwa bagi mereka disediakan surga-surga yang mengalir sungai-sungai di dalamnya. Setiap mereka diberi rezki buah-buahan dalam surga-surga itu, mereka mengatakan : "Inilah yang pernah diberikan kepada Kami dahulu." mereka diberi buah-buahan yang serupa dan untuk mereka di dalamnya ada isteri-isteri yang suci dan mereka kekal di dalamnya.(Q.S. Al Baqarah:[02].25).\*

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

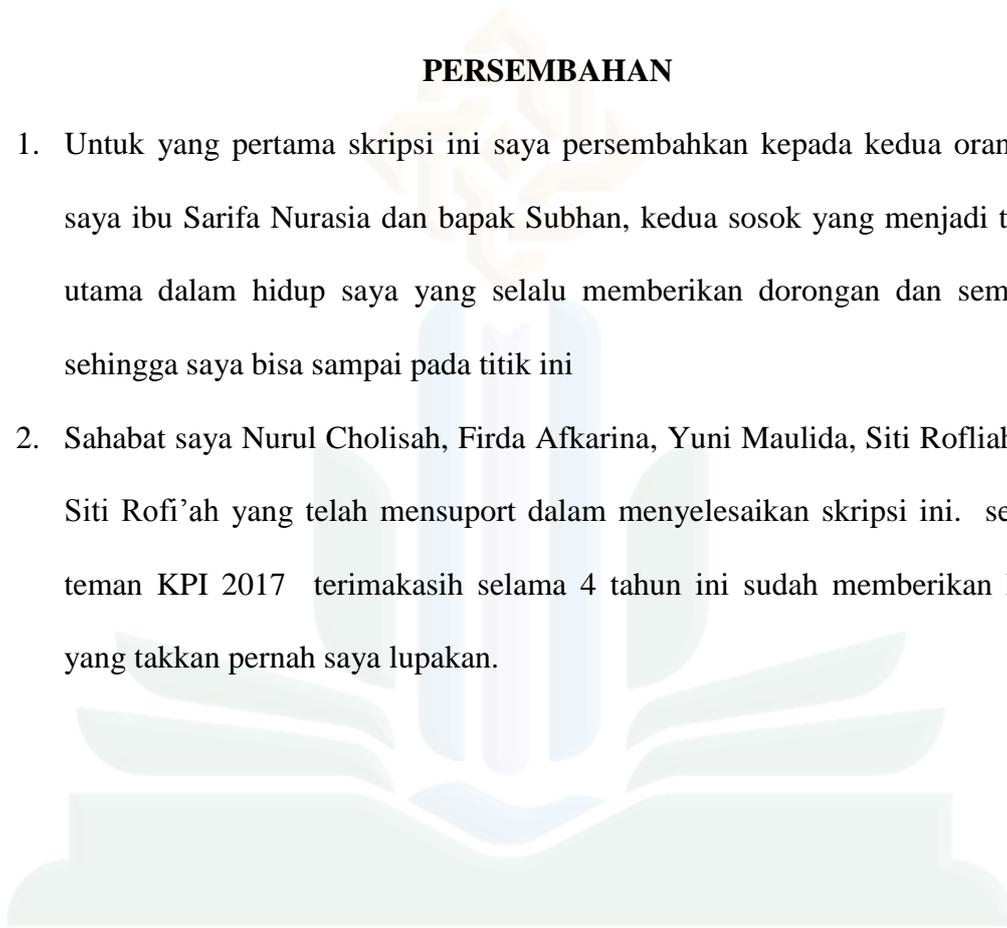
KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

---

\*Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Jakarta: Multitek Media, 2018), 2.

## **PERSEMBAHAN**

1. Untuk yang pertama skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya ibu Sarifa Nurasia dan bapak Subhan, kedua sosok yang menjadi tujuan utama dalam hidup saya yang selalu memberikan dorongan dan semangat sehingga saya bisa sampai pada titik ini
2. Sahabat saya Nurul Cholisah, Firda Afkarina, Yuni Maulida, Siti Rofliah, dan Siti Rofi'ah yang telah mensupport dalam menyelesaikan skripsi ini. seluruh teman KPI 2017 terimakasih selama 4 tahun ini sudah memberikan kesan yang takkan pernah saya lupakan.



**UIN**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga perencanaan, pelaksanaan, dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepadabaginda Rasulullah SAW, semoga kita mendapat syafa'atnya dihari kiamat kelak, Amin.

Setelah melalui proses yang panjang penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Radio Prosa FM Kabupaten Probolinggo Mempertahankan Segmen Pendengar Dalam Lagu-Lagu Madura Studi Kaasus Program Sa-Te Madura”. Tujuan penulisan skripsi ini untk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.sos) bagi mahasiswa S-1 di program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segalla kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terimakasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan serta bantuan moral ataupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Prof Dr. H Babun Suharto, SE.MM, Rektor UIN KHAS Jember yang telah meningkatkan mutu penelitian karya ilmiah di UIN KHAS Jember.
2. Prof Dr. Ahidul Asror, M. Ag. Dekan Fakultas Dakwah yang telah meningkatkan mutu penelitian karya ilmiah di Fakultas Dakwah

3. Mochammad Dawud, S. Sos, M, kepala Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah melancarkan proses persetujuan dalam skripsi ini .
4. Bapak Muhibbin, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mengarahkan dan membimbing proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak/ibu dosen, khususnya dosen Fakultas Dakwah yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan dan pengalaman yang berharga kepada peneliti selama di bangku kuliah.
6. Seluruh Civitas Akademika UIN KHAS Jember, kepada pimpinan, para dosen, dan karyawan yang telah membantu dalam kelancaran proses penyelesaian tugas akhir ini.
7. Pihak Radio Prosa FM yang telah mengizinkan melakukan penelitian, serta seluruh staf karyawan yang ikut serta membantu dalam kelancaran penelitian
8. Teman-teman kelas KPI seangkatan 2017 seperjuangan. Semoga kia semua menjadi orang-orang yang sukses dimasa depan.

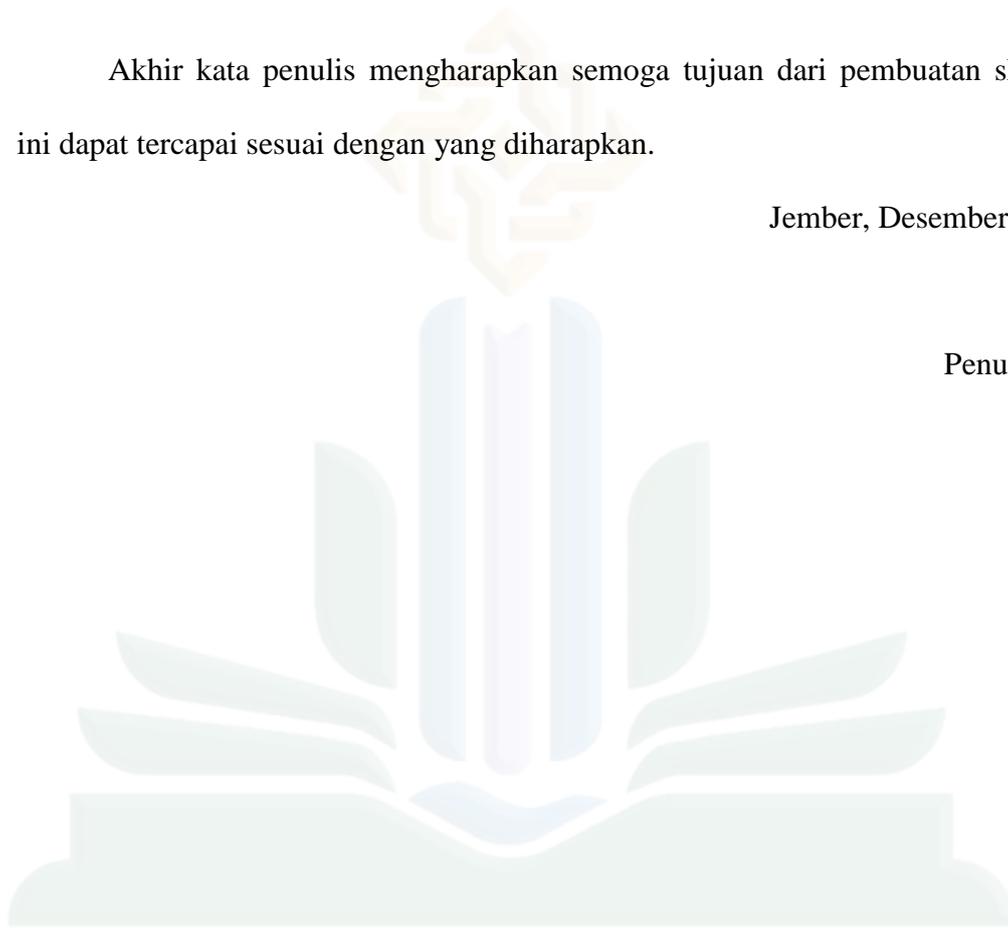
Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal ini disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak lain pada umumnya.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. oleh karena itu, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Jember, Desember 2021

Penulis



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## ABSTRAK

**Lilis Romadhoni**, 2021: *Strategi Radio Prosa FM Kabupaten Probolinggo Mempertahankan Segmen Pendengar Dalam Lagu-Lagu Madura Studi Kasus Program Sa-te Madura*

Radio merupakan salah satu media yang dapat memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat. Mulai dari berita penting hingga hiburan, khususnya lagu-lagu daerah. Namun saat ini pendengar lagu-lagu daerah semakin menurun khususnya lagu daerah bernuansa Madura. Radio Prosa FM Probolinggo merupakan radio yang memiliki program Sa-Te (sapaan tembang) Madura, dimana program tersebut memutar lagu-lagu khusus Madura.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Radio Prosa FM dalam mempertahankan segmen pendengar dalam program Sa-Te Madura dan alasan Radio Prosa FM mempertahankan program Sa-Te Madura.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah 1) Apa alasan Radio Prosa FM tetap mempertahankan program Sa-Te Madura?, 2) Apa strategi Radio Prosa FM untuk meningkatkan segmen pendengar program Sa-Te Madura?

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, karena peneliti menjelaskan fenomena yang terjadi dilapangan dengan cara mengumpulkan data-data yang di peroleh dari penelitian. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Sementara untuk teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara langsung dan dokumentasi. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dalam uji keabsahan data yang di peroleh.

Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan 1) Alasan Radio Prosa FM mempertahankan program Sa-Te Madura ada dua di antaranya pertama alasan sosial budaya, yang di dalam program Sa-Te Madura memberikan informasi tentang kebudayaan yang ada di kabupaten Probolinggo seperti bahasa daerah Probolinggo yaitu bahasa Madura; alasan kedua yakni ekonomi, dimana ekonomi sangat membantu bertahannya sebuah radio dan dalam program Sa-Te Madura ini merupakan program yang terbanyak pemasang iklan. 2) Strategi yang di gunakan Radio Prosa FM dalam program Sa-Te Madura ini adalah ,a) Penyajian program dengan semenarik mungkin, b) Durasi program yang hanya dua jam untuk mengantisipasi kebosanan dari pendengar , c) Menggunakan media sosial sebagai media promosi, dan d) Interaksi sosial.

Kata Kunci: *Radio, Alasan, Strategi*

## DAFTAR ISI

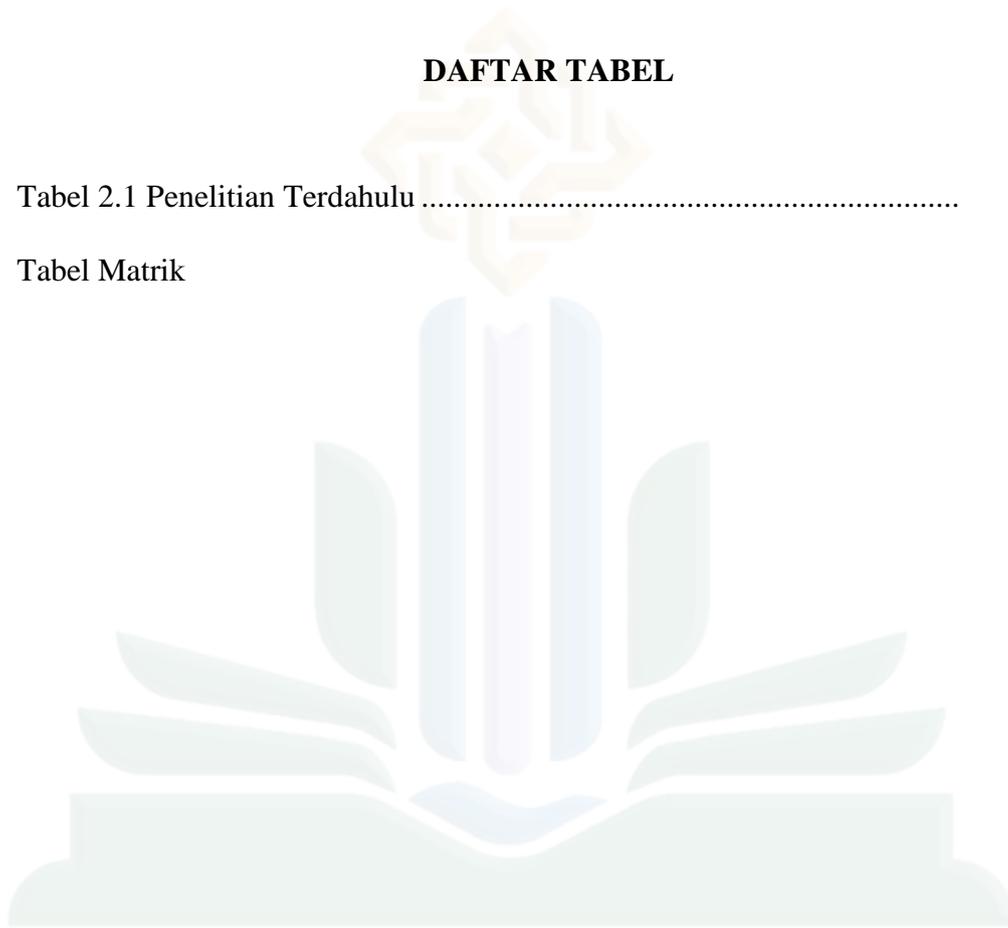
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Definisi Istilah.....	6
F. Sistemtika Pembahasan.....	8
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>10</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	10
B. Kajian Teori .....	14
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian.....	35

C. Subyek Penelitian.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Analisis Data .....	38
F. Penyajian Data .....	41
G. Penarikan Kesimpulan .....	41
H. Keabsahan Data.....	41
I. Tahap-Tahap Penelitian .....	42
<b>BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	44
B. Kajian Data.....	60
C. Pembahasan Temuan.....	73
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
1. Pedoman Wawancara	
2. Jurnal Kegiatan Penelitian	
3. Dokumentasi Penelitian	
4. Surat Permohonan Tempat Penelitian Skripsi	
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
6. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan	
7. Biodata Penulis	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ..... 12

Tabel Matrik



**UIN**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Radio merupakan media massa yang memiliki kekuatannya pada suara atau bersifat auditif, hal ini membuatnya bisa mengajak pendengar untuk berimajinasi mengenai materi yang disampaikan oleh penyiar. Dalam bukunya yang berjudul “Jurnalisme Radio Teori dan Praktik” Santi Indah Astuti memaparkan bahwa radio merupakan buah perkembangan teknologi yang mampu mentransmisikan suara secara serempak melalui gelombang radio yang ada di udara.<sup>1</sup>

Media dan masyarakat adalah dua bagian yang tidak dapat di pisahkan, dikarenakan media tumbuh dan berkembang sesuai dengan kesadaran masyarakat betapa pentingnya sebuah informasi dan hiburan. Pada saat ini media menjadi sebuah informasi bagi masyarakat, dengan perkembangan zaman yang semakin canggih memudahkan masyarakat mendapatkan sebuah informasi dan hiburan. Dan radio merupakan salah satu media yang dapat memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat.

Radio ialah sebuah alat komunikasi massa yang tertua, yang pertama kali di ciptakan oleh J.C Maxwell dan Helmboltz, pada tahun 1887 dan masih di pakai sampai saat ini. Beberapa kelebihan yang di miliki oleh media radio, membuat masyarakat memilih untuk menggunakan radio sebagai salah satu

---

<sup>1</sup> Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Teori dan Praktek*, (Bandung: Simbiosis Rekata Media, 2008), hal.5

sumber informasi, yakni salah satunya radio dapat di terima di daerah terpencil yang masih belum di jangkau oleh listrik, maka media radio sangat membantu masyarakat di desa tersebut tetap mendapatkan informasi dan hiburan.

Dalam radio, terdapat penyiaran radio. Penyiaran radio menurut undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran Pasal 1(3), media komunikasi massa dengar yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.<sup>2</sup> Sebuah informasi bukan hanya dari sebuah berita kriminal saja, tetapi dapat berupa informasi pendidikan, kebudayaan ataupun hiburan khususnya lagu-lagu daerah.

Namun saat ini pendengar lagu-lagu daerah semakin menurun khususnya lagu daerah bernuansa Madura. Meskipun demikian, ternyata masih ada radio yang memiliki suatu program bernuansa lagu-lagu daerah. Salah satunya adalah Radio Prosa FM Probolinggo. Radio Prosa FM merupakan radio yang memiliki program Sa-Te Madura ( sapaan tembang Madura) dimana program tersebut memutarakan lagu-lagu khusus Madura. Radio Prosa FM ini adalah radio swasta yang berada di kabupaten Probolinggo yang telah berdiri sejak tahun 2004 didirikan oleh Ir. Iwan Hermawan dengan ibundanya bernama Sutrisnaniati.

Peneliti tertarik untuk meneliti Radio Prosa FM dikarenakan beberapa hal. Yang pertama, karena Radio Prosa FM merupakan satu-satunya stasiun

---

<sup>2</sup> Undang-Undang Penyiaran

radio yang menyiarkan info budaya lokal Madura yang ada di Probolinggo dalam bentuk lagu dan Radio Prosa FM memiliki program Sa-Te Madura yang didalamnya berisi tentang informasi mengenai kebudayaan lokal kabupaten Probolinggo, tujuannya untuk tetap melestarikan kebudayaan lokal kabupaten Probolinggo, didalam radio lainnya ada juga yang memiliki program dengan memutar lagu-lagu Madura salah satunya Bromo FM, tetapi di radio tersebut hanya salam dan request lagu. Yang kedua, karena peneliti pernah melaksanakan PPL di Radio Prosa FM sehingga peneliti memiliki kemudahan akses terhadap data-data yang ada disana. Yang ketiga, karena program Sa-Te Madura memiliki banyak pendengar dibandingkan dengan program serupa di Radio Prosa FM. Hal ini dinyatakan oleh direktur Radio Prosa FM dalam wawancara.<sup>3</sup>

Segmen pendengar, menjadi poin yang sangat penting. Dalam media radio, berhasil tidaknya sebuah program ditentukan oleh pendengar. Apabila salah satu program tidak memiliki pendengar, secara tidak langsung radio itu akan berhenti melakukan siaran. Tercapainya segmen pendengar dilakukan dengan membuat program siaran yang sejalan berdasarkan format yang dibuat dengan tujuan menciptakan *image* stasiun radio agar mudah didengar oleh pendengar. Hal ini dapat dilihat di Radio Prosa FM Probolinggo dikarenakan adanya program Sa-Te Madura.

---

<sup>3</sup> Iwan Hermawan, direktur Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 30 Oktober 2021

Dari pemaparan diatas peneliti memilih Radio Prosa FM untuk menjadi objek penelitian dengan judul skripsi “Strategi Radio Prosa FM Kabupaten Probolinggo Mempertahankan Segmen Pendengar Dalam Lagu-Lagu Madura Studi Kasus Program Sa-Te Madura”.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian berisi tentang permasalahan yang terjadi dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua fokus penelitian, sebagai berikut:

1. Apa alasan Radio Prosa FM tetap mempertahankan program sate Madura?
2. Apa startegi Radio Prosa FM untuk meningkatkan segmen pendengar program sate Madura?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian disini yaitu untuk menjawab sebagai apa saja yang sudah dipaparkan di dalam fokus penelitian diatas dan setelah dilihat dari penelitian diatas maka tujuan penelitian ini antara lain.<sup>4</sup>

1. Untuk mengetahui alasan Radio Prosa FM tetap mempertahankan program sate Madura
2. Untuk mengetahui strategi apa yang di lakukan Radio Prosa FM untuk meningkatkan segmen pendengar program sate Madura.

## **D. Manfaat Penelitian**

Kostribusi-kostribusi yang terdapat didalam sebuah penelitian dan sudah dilakukan. Manfaat penelitian ini bersifat praktis dan teoritis. Setelah

---

<sup>4</sup> Sekertariat, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember:2020), 47

dilihat bahwa penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pemikiran dalam gambaran tentang strategi media radio mempertahankan dan meningkatkan segmen pendengar. Penulis sangat berharap, penelitian ini menjadi bahan informasi dan masukan bagi berbagai media massa.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini sebagai salah satu bahan untuk menambah pengetahuan tentang penelitian dan penulis karya ilmiah yang baik sebagai bekal penulisan karya ilmiah selanjutnya, serta, memberi wawasan khusus tentang strategi media radio mempertahankan dan meningkatkan segmen pendengar.

#### **b. Bagi Mahasiswa**

Penelitian ini di harapkan mampu memberikan pandangan bagi mahasiswa fakultas dakwah jurusan komunikasi dan penyiaran islam tentang strategi media radio mempertahankan dan meningkatkan segmen pendengar.

#### **c. Bagi UIN KHAS Jember**

Penelitian ini di harapkan mampu memberikan kontribusi baru yang positif dan dapat menambah khasanah literature tentang strategi media radio mempertahankan dan meningkatkan segmen pendengar .

## E. Definisi Istilah

Pengertian istilah menjadi sebuah titik perhatian penelitian dalam sebuah judul penelitian dan istilah-istilah ini bertujuan agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna istilah. Definisi istilah yang terdapat didalam penelitian ini sebagai berikut:<sup>5</sup>

### 1. Strategi

Strategi dalam bahasa Yunani yaitu *Strategos* yang memiliki arti gabungan dari *staros* (tentara) ego (pemimpin). Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju.<sup>6</sup> Pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan yang dimaksud strategi dalam penelitian yaitu sebuah cara atau rencana yang akan dilakukan didalam sebuah Radio Prosa FM untuk mempertahankan segmen pendengar lagu-lagu Madura yang menjadi salah satu program di radio. Hal ini dik arenakan pendengar lagu-lagu daerah terutama lagu Madura minim pendengar.

### 2. Radio

Radio merupakan teknologi yang menggunakan cara modulasi dan radiasi gelombang elektromagnetik yang melintas dan juga merambat melalui udara.<sup>7</sup> Menurut Komisi Penyiaran Indonesia, radio adalah salah satu jenis media massa satu arah yang berperan untuk menyampaikan

---

<sup>5</sup> Tim Penyusun, *Pedoma Penulis Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember : IAIN Jember Press, 2020),45.

<sup>6</sup> Sesra Budio , *Strategi Manajemen Sekolah*, Sekolah Tinggi Agama Islam YAPTIP Pasaman Barat, Jurnal Menata, Volume2,No.2, Juli-Desember 2019. hal.58

<sup>7</sup> Dinda Helsa Novia dan Besti Rohana Simbolon, *Strategi Komunikasi Radio SLA FM 105,6 mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar*, Universitas Darma Agung Medan, Jurnal Social Opinion, Vollume 4 Nomor 1, Tahun 2019 April (1-13). hal.4

pesan (berita, informasi, dan hiburan) kepada masyarakat dengan jangkauan luas.<sup>8</sup> Pelaksanaan siaran radio di atur dalam pasal 36 ayat 1 UU No.32 Tahun 2002 bagi “isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga perstauan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya”.<sup>9</sup> Radio yang di maksud dalam penelitian ini adalah Radio Probolinggo Suara Andika (Prosa FM), yang berada di kabupaten Probolinggo.

### 3. Segmen

Menurut Kotler (1995) menyatakan bahwa segmentasi adalah suatu kegiatan untuk mengidentifikasi dan membagi pembeli atau konsumen pada kriteria-kriteria yang sudah ditetapkan, sehingga terjadi pengelompokan dengan ciri-ciri tertentu.<sup>10</sup> Dengan menentukan segmentasi, sebuah perusahaan dapat membuat strategi yang tepat untuk mencapai tujuan pemasaran.

### 4. Pendengar Radio

Pendegar radio merupakan hal penting yang akan menentukan berhasil tidaknya sebuah media radio. Menurut Masduki(2004) membagi pendengar radio kedalam empat kategori yaitu pendengar aktif, pasif, selektif, dan spontan. Pendengar aktif adalah pendengar yang selalu

<sup>8</sup> <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio> , di akses pada tanggal 10 Agustus 2021

<sup>9</sup> Innayah dan Mariana Susanti, *Peran Serta Pendengar dan Lembaga Pemerintah Dalam Siaran Radio Pendidikan*, Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Jurnal Pekommas, Vol.1 No.1, April 2016:21-32. Hal,22

<sup>10</sup> Warter Agustin, *Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Melalui Program Siaran Pada Radio MItra 97.0 FM*, Universitas Tribhuwana Tungadewi, Jurnal Unitri, hal.2

mendengarkan siaran suatu stasiun radio dan mereka juga aktif berinteraksi dengan penyiar pada saat siaran berlangsung dengan mengirimkan pesan singkat atau telepon ke stasiun radio yang bersangkutan, pendengar pasif adalah pendengar yang sering mendengarkan program radio tetapi jarang melakukan interaksi dengan penyiar dan hanya mendengarkan siaran radio saja, pendengar selektif adalah pendengar yang hanya memilih untuk mendengarkan program siaran tertentu yang hanya diminati olehnya, baik dari segi kualitas program yang disiarkan maupun dari segi penyiarannya.<sup>11</sup> Pendengar dalam penelitian ini adalah masyarakat kabupaten Probolinggo dan sekitarnya.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisikan refleksi sebuah alur penelitian yang dilakukan di awal bab hingga akhir bab. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bab pertama (BAB I) merupakan bab yang mengemukakan dasar-dasar yang menjadi latarbelakang sebuah penelitian. Bab I penelitian ini berisi tentang latarbelakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat teoritis dan praktis), definisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab kedua (BAB II) berisikan tentang penelitian terdahulu dan kajian teori. Kajian teori dalam penelitian ini yaitu 1. Radio, baik dari segi sejarah, definisi radio, karakteristik radio, program acara radio dan keunggulan serta

---

<sup>11</sup> Ayu Pratiwu dan Hadiyanto, *Hubungan Pola Mendengarkan Siaran Konservasi Radio Edelweis Dengan Sikap Khalayak Terhadap Program Adopsi Pohon*, Mahasiswi dan Dosen Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Volume 16, No.2 Juli 2018. hal, 222

kelemahan radio. 2. Segmen pendengar, 3. Strategi radio, dari pengertian strategi, tingkatan strategi, strategi penyiaran, strategi memperoleh pendengar.

Bab ketiga (BAB III) berisikan tentang metode penelitian yaitu, pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, penyajian data, penarikan kesimpulan, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian,

Bab keempat (BAB IV) berisikan tentang penyajian data dan analisis, 1) Gambaran objek penelitian baik dari gambaran lokasi Prosa FM, diantaranya gambaran objek Penelitian, gambaran umum program Sa-Te Madura, 2) Sajian data, terdiri dari alasan Radio Prosa FM mempertahankan program Sa-Te Madura dan strategi Radio Prosa FM mempertahankan segmen pendengar dalam program Sa-Te Madura.

Bab kelima (BAB V) adalah bagian akhir dari penelitian yang berisikan penutup terdiri dari kesimpulan dan penutup.

Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka, pernyataan keaslian, lampiran-lampiran yang berisi matrik penelitian, pedoman wawancara, jurnal penelitian, dokumentasi, surat izin penelitian, surat keterangan telah selesai penelitian, dan biodata penelitian.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini berisi tentang skripsi atau penelitian yang serupa dan terjadi sebelum penelitian ini terjadi. Untuk mengumpulkan sebuah data, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai bantuan referensi, diantaranya sebagai berikut:

1. Skripsi Ahmad Hudallah Salam, dengan judul “ Analisis Produksi Program Acara Salam Pagi Di Radio 95,5 RAS Jakarta Tahun pelajaran 2014”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian observasi (pengamatan langsung), dan wawancara dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah mengarahkan kepada program salam pagi di Ras FM yang sudah memenuhi SOP (Standard Operasional Produksi) yang menghasilkan dakwah secara auditif dengan menggunakan radio.

Penelitian ini sama-sama meneliti salah satu program di media radio, dan pendekatan, jenis penelitian yang di gunakan. Adapun perbedaannya terletak pada masalah penelitiannya, dimana penelitian ini fokus kepada bagaimana produksi program acara salam pagi di radio 95,5 Ras FM, sedangkan penelitian yang akan di teliti fokus masalahnya kepada strategi untuk meningkatkan segmen pendengar dalam program sate Madura radio Prosa FM.

2. Skripsi Feraz Basafi Abbas, dengan judul “Strategi Komunikasi Prudent Radio 102,8 FM Dalam Produksi Program Siaran Acara Prudent Hits 10 Tahun Pelajaran 2013”. Hasil penelitain ini adalah jenis penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif.

Penelitian ini berisikan sebuah proses kontruksi media massa, proses produksi siaran acara Prudent Hits 10 dikemas melalui beberapa tahap penting yang harus dilalui. Yaitu tahap penerapan unsur-unsur komunikasi, tahap pembingkaiian prolog/skrip acara, tahap pengungkapan diri tahap pembentukan realitas subjektif, tahap pengemasan realitas simbolik dan tahap penetapan realitas objektif. Dan strategi komunikasi yang di lakukan Prudent Radio ada pada tahap pengemasan realitas simbolik, yaitu strategi signing, strategi framing, dan strategi priming.

Penelitian ini sama-sama meneliti tentang media radio, dan pendekatan, jenis peneliltian yang digunakan. Perbedaannya terletak pada permasalahan yang akan di teliti, penelitian ini meneliti tentang bagaimana strategi komunikasi yang di gunakan Prudent Radio 102,8 FM dalam produksi siaran acara Prudent Hits 10, sedangkan penelitian yang akan di teliti fokus masalahnya pada strategi radio dalam mempertahankan segmen pendengar dalam sebuah program sate Madura.

3. Skripsi Muhammad Wajdi, dengan judul “Strategi Penyiaran Radio Butta Salewangan FM Dalam Upaya Meningkatkan Intelegktualitas Masyarakat di Kabupaten Maros Tahun Pelajaran 2014”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif analisis data dengan pendekatan kualitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh strategi penyiaran dikelola oleh pihak pemerintah daerah kabupaten Maros dengan memperhatikan tanggapan positif responden yang memberikan saran dan kritik demi kelancaran mutu siaran yang dapat menambah ilmu pengetahuan.

Penelitian ini sama-sama meneliti tentang sebuah media radio, jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan. Perbedaannya terletak pada fokus masalah yang akan diteliti. Penelitian ini fokus masalahnya adalah bagaimana bentuk strategi penyiaran Radio Butta Salewangan FM dalam mengelola program siaran yang mendidik guna meningkatkan intelektualitas masyarakat di Kabupaten Moras, sedangkan penelitian yang akan diteliti ini fokus masalahnya bagaimana strategi radio dalam meningkatkan segmen pendengarnya.

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

NO	JUDUL SKRIPSI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Analisis Produksi Program Acara Salam Pagi Di Radio 95,5 RAS FM Jakarta Tahun pelajaran 2014	Penelitian ini sama-sama meneliti salah satu program di media radio, dan pendekatan, jenis penelitian yang digunakan	perbedaannya terletak pada masalah penelitiannya, dimana penelitian ini fokus kepada bagaimana produksi program acara salam pagi di radio 95,5 Ras FM, sedangkan penelitian yang akan diteliti fokus masalahnya kepada strategi untuk meningkatkan segmen pendengar dalam program sate Madura radio Prosa FM.

NO	JUDUL SKRIPSI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
2.	Strategi Komunikasi Prudent Radio 102,8 FM Dalam Produksi Program Siaran Acara Prudent Hits 10 Tahun Pelajaran 2013	Penelitian ini sama-sama meneliti tentang media radio, dan pendekatan, jenis penelitian yang digunakan.	Perbedaannya terletak pada permasalahan yang akan di teliti, penelitian ini meneliti tentang bagaimana strategi komunikasi yang di gunakan Prudent Radio 102,8 FM dalam produksi siaran acara Prudent Hits 10, sedangkan penelitian yang akan di teliti fokus masalahnya pada strategi radio dalam mempertahankan segmen pendengar dalam sebuah program sate Madura.
3.	Strategi Penyiaran Radio Butta Salewangan FM Dalam Upaya Meningkatkan Intelektualitas Masyarakat di Kabupaten Maros Tahun Pelajaran 2014	Penelitian ini sama-sama meneliti tentang sebuah media radio, jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan	Perbedaannya terletak pada fokus masalah yang akan di teliti. Penelitian ini fokus masalahnya adalah bagaimana bentuk strategi penyiaran Radio Butta Salewangan FM dalam mengelola program siaran yang mendidik guna meningkatkan intelektualitas masyarakat di Kabupaten Maras, sedangkan penelitian yang akan di teliti ini fokus masalahnya bagaimana strategi radio dalam meningkatkan segmen pendengarnya.

## B. Kajian Teori

Dalam penelitian yang akan di lakukan, peneliti menggunakan beerapa teori yang berkaitan dengan fokus masalah yang akan di teliti sebagai ladasan. Teori-teori yang digunakan dapat mengembangkan ilmu dan pengetahuan sesuai pengamatan yang di lakukan. Berikut merupakan teori yang di gunakan dalam penelitian **“STRATEGI RADIO PROSA FM KABUPATEN PROBOLINGGO MEMPERTAHANKAN SEGMENT PENDENGAR DALAM LAGU-LAGU MADURA STUDI KASUS PROGRAM SA-TE MADURA”**.

### 1. Radio

#### a. Definisi Radio

Santi Indra Astuti mengemukakan, bahwa radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara di transmisikan secara bersaan melalui perkembangan radio udara. Sedangkan, Efendy mengatkan radio di juluki sebagai the fifth estale, yang memiliki makna bahwa radio bersifat langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, serta memiliki daya tarik.<sup>12</sup>

Penyiaran radio menurut Pasal 1 Undang-undang No.23 tahun 2002 tentang Penyiaran adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

---

<sup>12</sup> Novlein Theodora, *Studi Tentang Ragam Bahasa Gaul di Media Elektronika Radio Pada Penyiar Memora-FM Manado*, Journal Acta Diurna, Vol.II No. 1. Th 2013. hal,5

Radio dalam kehidupan sehari-hari digunakan sebagai sarana penyampaian informasi, suara yang di dengar dari radio merupakan perubahan bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio yang di tangkap oleh pesawat radio kemudian di ubah melalui loudspeaker menjadi energi bunyi sehingga bisa kita dengar. Radio dapat di jangkau pada setiap tempat, setiap waktu, hal ini berarti pendengar radio di samping mendengarkan siaran radio, mereka juga bisa melakukan aktifitas yang lainnya.

#### b. Karakteristik Radio

Radio sebagai media massa memiliki karakteristik tertentu, yang juga memiliki keunggulan dan kelemahan. Dalam penyampaian pesan atau informasi, radio akan memiliki cara tersendiri yang di sebut gaya radio.

Perbedaan mendasar antara media cetak dan radio menurut Mark W.Hall adalah media cetak dibuat sebagai konsumsi mata, sementara radio adalah konsumsi untuk telinga. Pada radio pendengar tidak dapat melihat namun hanya dapat mendengar. Perbedaan gaya yang ada di masing-masing media massa juga disebut karakteristik. Untuk radio sendiri terdapat beberapa karakteristik antara lain.<sup>13</sup>

##### 1) Auditori

Auditori atau audiitf merupakan sifat yang paling utama dari media radio, karena cara penyampaian pesannya melalui suara.

---

<sup>13</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2012), 131

Sehubungan dengan kemampuan mendengar manusia yang sifatnya terbatas, maka pesan yang disampaikan radio akan diterima secara selintas. Pendengar tidak mampu mendengar kembali informasi yang telah disampaikan bahkan ketika menemui kalimat yang tidak jelas. Dengan demikian pesan yang disampaikan melalui siaran radio haruslah singkat dan jelas, atau sesuai yang disampaikan oleh Mark.W.Hall pesan radio haruslah *be crystal clear*.

## 2) Imajinatif

Karena hanya mengandalkan indera pendengar maka, radio siaran dapat mengajak para pendengarnya untuk berimajinasi dari informasi yang disajikan. Seperti dicontohkan pada pemutaran sandiwara radio. Imajinasi pendengar akan semakin intensif karena, suara-suara yang dihadirkan menyerupai keadaan yang sesungguhnya. Hal ini juga biasa dikenal dengan sebuta *theater of mind*, bagaimana seorang penyiar memainkan dengan sangat baik intonasi dan bahasanya saat melakukan siaran untuk membangun imajinasi dalam pikiran pendengar.

## 3) Radio *Is The New*

Ditinjau dari nilai akualitas informasi, dibandingkan dari media lain seharusnya radio menjadi media yang lebih aktual, hal ini dikarenakan proses penyampaian pesannya yang lebih *simple* daripada media yang lain. Di radio juga sering dilaksanakan siaran langsung dari tempat kejadian atau dikenal dengan istilah *re-writing*

*to update*. Media televisi juga melakukan siaran langsung dilokasi kejadian, namun dibutuhkan persiapan yang lebih matang, seperti peralatan, *make up* dan juga biaya.

#### 4) Akrab

Radio memiliki karakteristik akrab atau intim, radio selalu terkesan sangat dekat dengan pendengarnya. Seorang penyiar radio saat melakukan siaran, seakan berada di ruangan yang sama dengan pendengar. Menemani pendengar dengan berbagai topik yang dihadirkan. Dengan akrabnya menghadirkan setiap program yang sangat bervariasi. Mulai dari acara yang informatif, edukatif, dan bersifat hiburan.

#### 5) Menjaga Mobilitas

Pendengar radio sangat jarang mendengarkan siaran radio dengan cara duduk ataupun mendekati diri ke pesawat radio. Umumnya pendengar radio menikmati program siaran radio dengan melakukan aktivitas lainnya. Hal ini pula yang menjadi alasan radio masih hadir sampai saat ini.<sup>14</sup>

#### c. Program Acara Radio

Program acara radio merupakan rangkaian acara pada stasiun radio yang diputar atau di siarkan setiap harinya, pada setiap stasiun radio pasti memiliki program-program acaranya sendiri yang berbeda-beda, untuk menarik audiens. Menurut Munthe, program radio di

---

<sup>14</sup> Ardianto, *Komunikasi Massa*, 134.

kelompokkan menjadi beberapa bagian berdasarkan pembagian waktu. Misalnya, program pagi hari di siarkan 06.00-09.00 WIB. Begitu pun program siaran siang hari, sore hari dan malam hari.<sup>15</sup> Keberhasilan suatu program acara adalah ketika program tersebut berhasil menarik perhatian khalayak sekaligus pemasang iklan dan dibutuhkan suatu perencanaan. Jenis program siaran menurut Prasetyo jenis program siaran radio terbagi menjadi dua bagian, yaitu, program siaran on air dan program siaran off air.

#### d. Keunggulan dan Kelemahan Radio

Sebagaimana realita yang ada sampai saat ini banyak masyarakat yang tidak meninggalkan radio, atau bahkan memilih radio sebagai sumber informasinya dan sebagian masyarakat memilih media lain sebagai sumber informasi. Dengan begitu radio tentu memiliki keunggulan dan kekurangan yakni antara lain.<sup>16</sup>

##### 1) Keunggulan

###### a) Radio bersifat langsung

Dalam hal ini program atau informasi yang disampaikan oleh radio tidak memerlukan proses yang kompleks. Segala informasi yang disampaikan oleh penyiar dapat tersampaikan saat itu juga.

###### b) Daya Tembus

Melalui media radio informasi dapat tersampaikan meskipun ke tempat yang sangat terpencil. Hal ini bisa terlihat jelas bahwa

---

<sup>15</sup> Tarida Elisabet Christina dan Reni Nuraeni, hal.5

<sup>16</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Mengelola Radio Dan Televisi*, (Jakarta: kencana prenatal, 2009), 315.

saat pembacaan proklamasi oleh Ir. Soekarno seluruh masyarakat Indonesia dapat mendengarkannya, salah satu media yang dipakai adalah radio.

c) Daya Tarik

daya tarik ini disebabkan oleh sifat yang serba hidup karena tiga unsur di dalam radio yakni; musik, kata-kata dan efek suara. Musik merupakan salah satu unsur yang sangat penting di radio hampir semua stasiun radio menyajikan program hiburan dengan memutar musik.

d) Biaya Yang Murah

Dibandingkan dengan media cetak ataupun televisi, biaya memasang iklan di radio lebih murah. Untuk pendengar sendiri tidak dipungut biaya saat mendengarkan radio.

e) Fleksibel

Radio dapat didengarkan kapan dan dimana saja. Pendengar bisa mendengarkan radio dengan tetap melakukan aktivitasnya, ini juga termasuk dalam karakteristik dari media radio.

Dan sebaliknya, radio sebagai media penyiaran juga memiliki kelemahan, yakni:

- 1) Selintas, siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan
- 2) Global, siaran radio sajian informasi radio bersifat global, tidak detail, karena angka-angka pun dibulatkan, misalnya penyiar menyebutkan seribu orang lebih untuk angka 1.053 orang.

- 3) Batasan waktu, waktu siaran radio relative terbatas hanya 24 jam sehari, beda dengan surat kabar yang biasa menambah jumlah halaman dengan bebas.
- 4) Beralur linier, program disajikan dan di nikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada.
- 5) Mengandung gangguan, seperti timbul tenggelam dan gangguan teknis *chanel nois factor*.<sup>17</sup>

## 2. Segmen Pendengar Radio

Bagi sebuah radio, pendengar memiliki posisi yang sangat penting. Bagaimanapun juga pendengar merupakan sasaran dari siaran media radio. Apabila sebuah stasiun radio tidak memiliki peminat maka bisa dipastikan stasiun radio itu tidak akan bertahan lama. Menurut perspektif ekonomi, pendengar adalah konsumen produk siaran.<sup>18</sup>

Salah satu elemen penting dari radio adalah pendengar radio, keefektifan media penyiaran radio tergantung kepada seberapa banyak pendengar yang menikmati dan mendengarkan program-program radio. Dengan kata lain, tanpa pendengar, radio tidak akan dapat bertahan, dalam setiap penyiaran radio mempunyai segmen-segmen pendengar tersendiri yang bisa diidentifikasi berdasarkan kelompok umur pendengar. Menurut Prayudha segmen pendengar digunakan untuk menentukan program siaran, jenis informasi, dan jenis musik yang akan disiarkan, secara lebih spesifik lagi segmen pendengar memudahkan pemasang iklan untuk memilih radio

---

<sup>17</sup> <https://jurnal.diary.co.id/radio/> , di akses pada tanggal 10 Agustus 2021

<sup>18</sup> Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*. ( Yogyakarta: LKiS, 2004) ., h. 18

mana yang akan dijadikan sarana penyampaian pesan iklan produk sesuai dengan target marketnya.<sup>19</sup>

Menurut Kotler dasar-dasar segmentasi antara lain:

- a. Segmentasi geografis, pembagian pendengar menjadi unit-unit geografis seperti wilayah, ukuran kota atau kota besar, kepadatan, iklim, dan pembagian segmentasi lainnya yang berhubungan dengan wilayah tersebut.
- b. Segmentasi demografis, pembagian pendengar berdasarkan variabel-variabel identitas pendengar seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, kelas, dan berbagai macam pembagian lainnya yang berhubungan dengan identitas segmentasi.
- c. Segmentasi psikografis, pembagian pendengar berdasarkan gaya hidup, kepribadian, atau nilai-nilai yang di anut. Hal ini dikarenakan orang-orang yang berasal dari kelompok demografis yang sama belum tentu memiliki psikografis yang sama.
- d. Segmentasi tingkah laku, pembagian pendengar berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan mereka terhadap suatu hal, biasanya untuk melihat loyalitas dari pendengar.<sup>20</sup>

Berdasarkan kelas nya, pendengar dapat dibagi menjadi dua karakteristik yang mana satu sama lain memiliki ciri yang berbeda, yakni:

- 1) Kelas menengah ke atas. Pendengar pada kelas ini memiliki

<sup>19</sup> Ditty Heppyanti Lulu, *Strategi Perubahan Segmentasi Pendengar RRI PRO 2 FM Surabaya*, Jurnal Unair. hal.3

<sup>20</sup> Ditty Heppyanti Lulu, hal.4

pandangan jauh kedepan, cakrawala pikiran yang luas, melihat diri terkait erat dengan peristiwa atau orang lain, berciri kota urban, berfikir rasional, percaya diri, mau mengambil resiko, serta selera pilihannya beragam.

- 2) Kelas menengah ke bawah. Pada kelas pendengar ini pandangan mereka terhadap hari ini dan kemarin terbatas, cakrawala pemikiran sempit, bercirikan pedesaan rural, cara berfikirnya konkret dan nonrasional (mistis dan sejenisnya), lebih terikat pada keamanan fisik, dan memiliki selera pilihan yang terbatas.<sup>21</sup>

### 3. Strategi Radio

#### a. Pengertian strategi

Strategi adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan.<sup>22</sup> Strategi menetapkan arah kepada “*management*” dalam arti tentang sumber daya di dalam bisnis dan tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk memenangkan persaingan di dalam pasar.<sup>23</sup>

Strategi adalah perencanaan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya memberi arah saja melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya.<sup>24</sup> Pada pelaksanaannya, sebuah strategi harus bisa berjalan dengan baik agar apa yang direncanakan bisa tercapai dengan

<sup>21</sup> Masduki, hal 19

<sup>22</sup> Onnong Uchjana Effendy, Radio Siaran Teori dan Praktek, (Bandung:Mandar Maju,1991), hal.9

<sup>23</sup> Dirgantoro, Manajemen Strategik, Konsep, Kasus, dan Implementasi, (Jakarta: PT. Gramedia Wisiasarana Indonesia, 2001). Hal, 5

<sup>24</sup> Onnong Uchjana Effendy, hal. 32

baik pula.

Sebuah strategi bisa dikatakan efektif apabila:

- 1) Strategi tersebut secara teknis dapat dikerjakan
- 2) Sesuai dengan mandat, misi, dan nilai-nilai organisasi
- 3) Strategi dapat membangun kekuatan dan mengambil keuntungan dari peluang seraya meminimalkan atau mengatasi kelemahan dan ancaman
- 4) Sesuai dengan isu strategis yang hendak dipecahkan
- 5) Strategi bersifat etis, moral, legal, dan merupakan keinginan organisasi untuk menjadi lebih baik.

Dari definisi di atas, penulis dapat menyimpulkan definisi strategi adalah alat untuk membangun, mengembangkan maupun mempertahankan sebuah stasiun radio yang sejalan dengan bagaimana tujuan dari sebuah radio, dan yang dimaksud strategi disini adalah strategi yang mempertahankan segmen pendengar.

#### b. Tingkatan Strategi

Strategi memiliki tingkatan-tingkatan, menurut pandangan Schendel dan Charles Hofer, Higgins (1985) ada empat tingkatan strategi dan disebut dengan Master Strategy, di antaranya:

##### 1) *Enterprise Strategy*

Strategi ini berkaitan dengan respons masyarakat, setiap organisasi memiliki hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah kelompok yang berada di luar organisasi yang tidak dapat

di kontrol, masyarakat yang tidak terkendali tersebut ada pemerintah dan berbagai kelompok peneka, kelompok politik dan kelompok lainnya. Jadi, dalam strategi ini terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi. Strategi ini juga menampakkan bahwa organisasi tersebut sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberi pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat.

#### 2) *Corporate Strategy*

Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut *Grand Strategy* yang meliputi bidang yang difokuskan oleh suatu organisasi.

#### 3) *Business Strategy*

Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat. Bagaimana menempatkan sebuah organisasi di hati para penguasa, pengusaha, investor dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk memperoleh keuntungan sekaligus dapat menunjang berkembangnya sebuah organisasi ke tingkat yang lebih baik.

#### 4) *Functional Strategy*

Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi yang lain, ada tiga jenis strategi functional yaitu:

- a) Strategi functional ekonomi, yaitu mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat, antara lain yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, peneliti dan pengembangan.
- b) Strategi Functional manajemen, mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu *planning, organizing, implementing, controlling, staffing, leading, motivating, communicating, decision, making, representing, dan integrating.*
- c) Strategi Isu, fungsi utamanya adalah mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah di ketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang selalu berubah.<sup>25</sup>

#### c. Strategi Penyiaran

Penyiar adalah komunikator dalam proses komunikasi karena ia bertugas sebagai pengirim pesan untuk khalayaknya. Penyiar radio adalah orang yang bertugas membawakan atau memandu acara di radio.

Faktor paling penting dalam menentukan keberhasilan suatu stasiun radio dan televisi adalah program atau acara. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan *programming* atau penata acara.<sup>26</sup> Penataan sendiri merupakan sebuah proses

<sup>25</sup> <https://gurupendidikan.co.id/pengertian-strategi/> diakses pada tanggal 5 November 2021

<sup>26</sup> Prayuda, Harlay *Radio Sebuah Pengantar Untuk Wawancara Dan Praktik Penyiaran* (Malang: Banyumedia. 2005), 43.

mengatur program termasuk penjadwalannya, sehingga terbentuk *station format* untuk menciptakan *image* stasiun radio. Ditinjau dari aspek manajemen strategis, strategi program siaran terdiri dari;

#### 1) Perencanaan Program

Dalam industri penyiaran, perencanaan merupakan unsur terpenting, karena suatu siaran dipandang memiliki pengaruh yang sangat kuat. Pengelola program siaran harus memperhatikan empat hal ketika merencanakan suatu program, yakni; *product*, materi program yang disukai oleh pendengar. *Price*, biaya yang akan dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli suatu program. *Place*, penempatan waktu siaran yang tepat. *Promotion*, bagaimana memperkenalkan atau menjual program agar mendapatkan sponsor dan iklan.<sup>27</sup>

Perencanaan merupakan bagian dari standar operasional prosedur (SOP) yang harus dipatuhi oleh setiap *broadcaster*, hal tersebut meliputi;

- a) *Planing*, perencanaan produksi paket siaran yang dilakukan oleh tim kreatif dan para pelaksana siaran lainnya
- b) *Collecting*, pencarian, pengumpulan data dan musik. Termasuk di dalamnya menghubungi narasumber.
- c) *Writting*, seluruh materi yang telah diperoleh kemudian diklasifikasikan dan ditulis secara utuh dalam kalimat yang

---

<sup>27</sup> Morrissan, *Manajemen Media Penyiaran*, 201-202

siap dibaca atau disiarkan.

- d) *Vocal Recording*, perekaman suara pembaca naskah di ruang rekaman.
- e) *Mixing*, penggabungan vocal presenter dengan musik pendukung, proses ini dilakukan dengan memperhatikan standar kemasan setiap acara.
- f) *On air*, penayangan acara sesuai jadwal yang telah ditentukan.
- g) *Evaluation*, setelah acara disiarkan maka dilakukan evaluasi untuk pengembangan program siaran.<sup>28</sup>

## 2) Produksi dan Pembelian Program

Produksi siaran merupakan keterampilan dalam memadukan wawasan, kreatifitas dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi. Suatu program dapat diperoleh melalui cara memproduksi atau membeli program tersebut. Pembelian program dilakukan, ketika suatu stasiun radio tidak memiliki alat yang mempuni, namun memiliki ide untuk mengembangkan. Tiga hal yang harus mendapatkan perhatian saat melakukan produksi program yakni; kata-kata lisan, musik dan efek suara.

## 3) Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan penayangan program sesuai dengan yang telah direncanakan. Keberhasilannya terletak pada bagaimana penataan dan penyusunan program yang

---

<sup>28</sup> Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Jogjakarta: LKIS. 2005), 46.

akan ditayangkan. Menentukan jadwal penayangan biasanya ditentukan sesuai dengan aktivitas dari *audience*. Suatu program dapat disusun secara runtut karena adanya panduan dalam operasional siaran atau biasanya disebut dengan *format clok*, yang berisi segala hal tentang suatu program seperti, jumlah iklan, durasi ucapan penyiar, jumlah lagu dan keterangan lainnya.

#### 4) Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi program akan menentukan seberapa jauh tujuan yang telah ditentukan tercapai. Beberapa hal yang harus dilakukan dalam tahapan pengawasan dan evaluasi program antara lain;

- a) Mempersiapkan standar program stasiun siaran
- b) Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun siaran
- c) Memelihara catatan program yang disiarkan
- d) Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program
- e) Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi anggaran yang telah ditentukan.<sup>29</sup>

#### 5) Durasi program

Durasi program radio terbatas, radio siaran dalam setiap programnya dibatasi durasi waktu. Setiap programnya memiliki

---

<sup>29</sup> Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi, (Jakarta Kencana Prenada,2009).315

rentang waktunya masing-masing.

d. Strategi Memperoleh Pendengar

Menurut Susan Tyler strategi memperoleh pendengar yang digunakan dalam penyiaran untuk mendapatkan pendengar antara lain;

1. Strategi kesesuaian

Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program dan pokok masalah terhadap kebutuhan pendengar.

2. Strategi pembentukan kebiasaan

Pembentukan kebiasaan yang dimaksud adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara. Karenanya penyajian suatu program harus dilakukan secara rutin dengan durasi yang sama setiap waktunya.

3. Strategi pengontrolan arus pendengar

Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan pendengar mengalir dari satu program ke program lainnya dan meminimalkan pendengar berpindah ke saluran lainnya. Untuk melakukannya stasiun radio perlu menghadirkan program yang berbeda dengan radio lainnya.

4. Strategi penyimpanan sumber-sumber program

Penyimpanan sumber program ini berguna ketika suatu saat program akan dipakai lagi, tentunya dengan menambahkan

hal yang sedikit berbeda. Ketersediaan sumber daya dalam sebuah program harus benar-benar diperhitungkan oleh stasiun penyiaran.

#### 5. Strategi daya penarik massa

Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan, karena stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara memaksimalkan jumlah massa. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menghadirkan program yang menarik dan memenuhi kebutuhan pendengar. Perbedaan minat merupakan hal harus diperhatikan oleh stasiun radio agar semua dapat diakomodir dalam program yang disajikan.<sup>30</sup>

#### e. Teori Model Penyusunan Pesan

Teori model penyusunan pesan ini menggambarkan sebuah skenario yang lebih kompleks, dimana pelaku komunikasi benar-benar menyusun pesan yang sesuai dengan maksud-maksud mereka dalam situasi yang mereka hadapi. Terdiri dari beberapa teori di antaranya:

##### 1. Teori Perencanaan

Teori tentang perencanaan dalam bidang komunikasi di kemukakan oleh Charles Berger yang menjelaskan proses yang dilalui individu dalam merencanakan perilaku komunikasi mereka.<sup>31</sup> Berger menulis bahwa rencana-rencana dari perilaku komunikasi adalah "representasi kognitif hierarki dari rangkaian

<sup>30</sup> Susan Tyler, *Broadcast and Programing, Startegis and Practice*, (California, Wadsworth publishing company, 1985), hal 10

<sup>31</sup> Stephen W. Littlejohn dan Karen A.Foss, *Teori Komunikasi*, (Jakarta Selatan:Penerbit Salemba Humanika, 2009), hal 184

tindakan mencapai tujuan”. Dengan kata lain, rencana- rencana merupakan gambaran mental dan langkah-langkah yang akan diambil seseorang untuk memenuhi sebuah tujuan. Perencanaan pesan merupakan perhatian utama karena komunikasi sangat penting dalam meraih tujuan. Teori Berger memperkirakan bahwa semakin banyak yang di ketahui (khusus dan umum), akan semakin kompleks sebuah rencana, dengan demikian jika kita banyak memiliki motivasi dan pengetahuan, maka akan menciptakan rencana yang lebih kompleks serta jika motivasi dan pengetahuan rendah, maka rencananya tidak akan berkembang.

## 2. Teori logika penyusunan pesan

Teori ini di kemukakan oleh Barbara O’Keefe yang memulai karyanya sebagai seorang konstruktivis, tetapi telah mengembangkan orientasi teoritis untuk menggabungkan sebuah model penyusunan pesan. O’Keefe menggarisbawahi tiga logika penyusunan pesan yang mungkin mencakup dari orang yang kurang memusatkan diri hingga orang yang paling memusatkan diri. Apa yang O’keefe sebut sebagai logika ekspresif adalah komunikasi untuk pengungkap perasaan dan pemikiran sendiri. Pesan-pesan dalam cara ini bersifat terbuka dan reaktif, dengan adanya sedikit perhatian pada kebutuhan

atau keinginan orang lain.<sup>32</sup>

Logika konvensional memandang komunikasi sebagai sebuah permainan yang dimainkan dengan peraturan, yakni komunikasi adalah sebuah cara pengungkapan diri yang berjalan sesuai dengan aturan-aturan dan norma-norma yang diterima, termasuk hak dan kewajiban setiap orang yang terlibat. Logika ini bertujuan untuk menyusun pesan-pesan yang sopan, tepat, dan didasarkan pada aturan-aturan yang diketahui setiap orang.

Bentuk ketiga yang dipaparkan oleh O'Keefe adalah logika retorik yang memandang komunikasi sebagai sebuah cara perubahan aturan melalui negosiasi. Pesan-pesan yang disusun dengan logika ini cenderung luwes, berwawasan, dan terpusat pada seseorang. Mereka cenderung mengerangkan kembali situasi, sehingga tujuan yang beragam tersebut, termasuk persuasi dan kesopanan tergabung dalam sebuah kesatuan yang kuat.

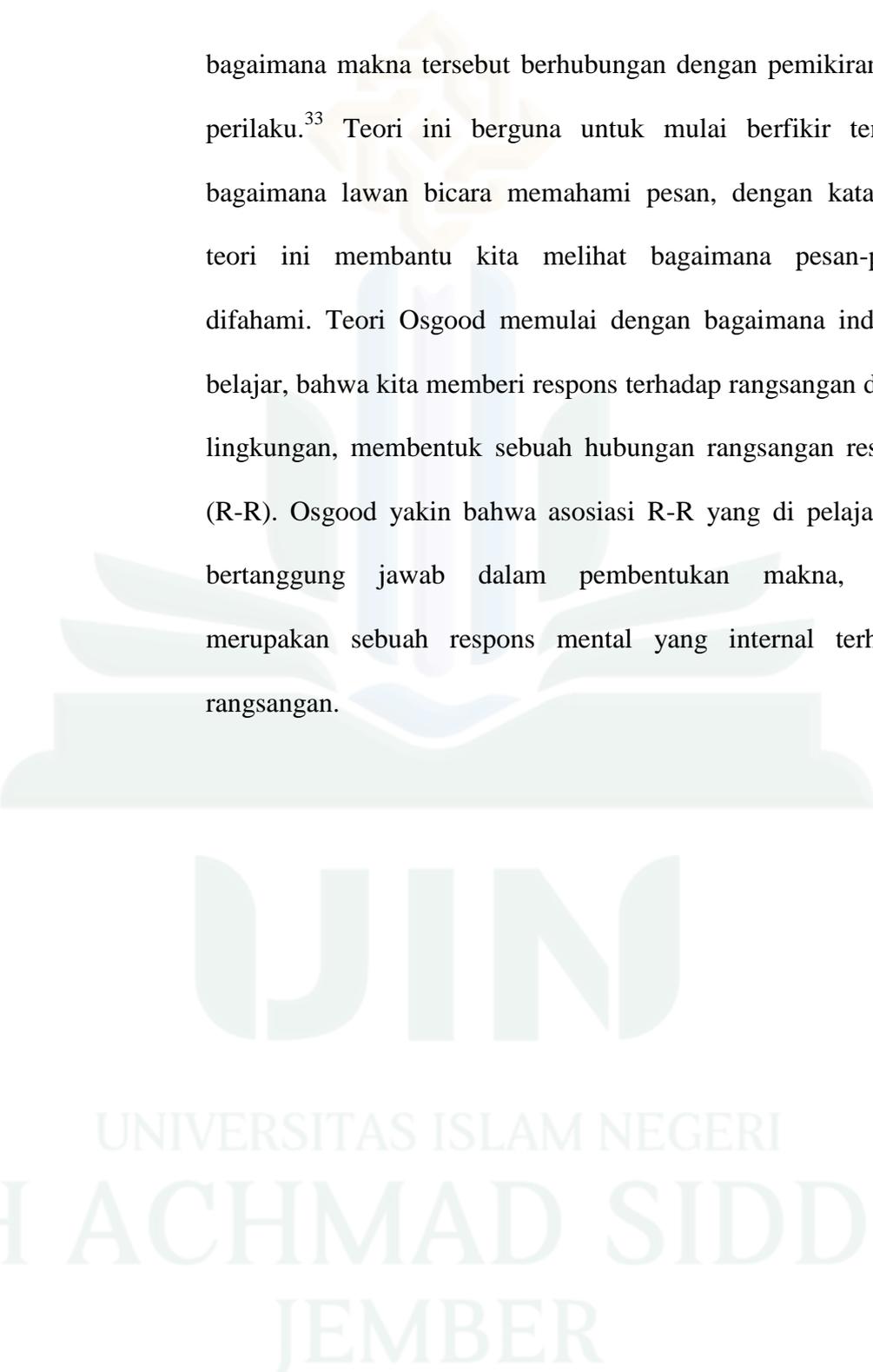
### 3. Teori pengartian dan semantik

Penafsiran adalah sebuah istilah untuk bagaimana kita memahami pengalaman kita. Charles Osgood, seorang psikolog sosial terkemuka pada tahun 1960-an, mengembangkan salah satu teori yang paling berpengaruh tentang makna. Teori Osgood berhubungan dengan cara-cara mempelajari makna dan

---

<sup>32</sup> Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss. hal. 188

bagaimana makna tersebut berhubungan dengan pemikiran dan perilaku.<sup>33</sup> Teori ini berguna untuk mulai berfikir tentang bagaimana lawan bicara memahami pesan, dengan kata lain teori ini membantu kita melihat bagaimana pesan-pesan difahami. Teori Osgood memulai dengan bagaimana individu belajar, bahwa kita memberi respons terhadap rangsangan dalam lingkungan, membentuk sebuah hubungan rangsangan respons (R-R). Osgood yakin bahwa asosiasi R-R yang di pelajari ini bertanggung jawab dalam pembentukan makna, yang merupakan sebuah respons mental yang internal terhadap rangsangan.



---

<sup>33</sup> Stephen W. Littlejohn dan Karen A.Foss, hal. 189

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang diamati. Penelitian ini digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci (sumber utama). Pengambilan sampel dilakukan oleh peneliti secara *purposive* dan *snowball*, dimana *purposive* sendiri yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Maksud dari pertimbangan ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu atau menguasai hal-hal yang berkaitan dengan sumber data, atau orang yang mempunyai wewenang kekuasaan sehingga dapat memudahkan peneliti menjelajah obyek dan yang diteliti<sup>34</sup>. Teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif deskriptif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi<sup>35</sup>.

Kemudian bentuk penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif ini adalah penelitian yang mengupayakan untuk memastikan permasalahan secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat obyek tersebut. Deskriptif penelitian yang bertujuan untuk memaparkan, menggambarkan, dan memetakan fakta-fakta yang berdasarkan kerangka berfikir tertentu.

---

<sup>34</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, (Bandung: CV Alfabeta, 2008), 122

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta 2014), 14

Pendekatan ini dipilih karena dapat mendeskripsikan semua bahan penelitian, mulai dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sehingga peneliti dapat menganalisa serta mendeskripsikan data yang diperoleh. Selain itu, pendekatan deskriptif menjadi salah satu metode yang mudah dan bisa digunakan oleh peneliti lapangan (*field reserch*). Adapun alasan peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif jenis deskriptif adalah karena data yang terkumpul berupa kata-kata sehingga dalam penyusunan laporan penelitian tersusun oleh kalimat yang terstruktur.

### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang dijadikan objek penelitian adalah dilakukan bertempat di Radio Probolinggo Suara Andika (PROSA FM).

Alasan peneliti memilih lokasi ini tentunya dengan berbagai pertimbangan dan sesuai dengan hasil pra observasi dan observasi lapangan yang dilakukan peneliti di media radio tersebut. Dimana radio tersebut memiliki strategi untuk mempertahankan segmen pendengar.

### **C. Subyek Penelitian**

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian, bagaimana data akan dicari dan dijangkau sehingga validitasnya dapat dijamin. Istilah sampel jarang digunakan karena sampel tersebut biasanya digunakan melakukan generalisasi dalam pendekatan kuantitatif.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Sekretariat, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, (Jember: IAIN Jember Press, 2020). 47.

Terdapat dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yang diperoleh dari wawancara peneliti dengan informan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh sebagai pendukung dari data primer yang berupa hasil observasi, dokumentasi serta berbagai referensi.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data ini peneliti menggunakan beberapa teknik, seperti wawancara, observasi dan dokumentasi, dimana masing-masing proses tersebut akan dideskripsikan dalam upaya untuk mendapatkan informasi yang di inginkan sesuai dari peneliti. Teknik pengumpulan data menjadi langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data.<sup>37</sup> Ada beberapa teknik dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan. Cara dari wawancara ini, seperti bercakap-cakap secara tatap muka.<sup>38</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif.

---

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 224

<sup>38</sup> Arifuddin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009), 131

Wawancara merupakan salah satu teknik untuk menyimpulkan data penelitian. Wawancara adalah suatu proses interaksi antara pewawancara dengan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung.

Metode wawancara/interview merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka langsung antara pewawancara dengan responden yang diwawancarai.

Penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur dimana dalam pelaksanaannya peneliti menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu untuk di jawab oleh narasumber yang berupa data, pendapat maupun ide. Dalam melakukan wawancara ini peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

Adapun Alat yang dipersiapkan untuk proses wawancara adalah:

- a. Alat perekam/hp
- b. Panduan wawancara

## 2. Observasi

Selain wawancara untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan teknik observasi. Teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Selain teknik observasi, ada pula pengertian lain, yaitu observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala

yang tampak pada objek penelitian. Hal itu, peneliti menggunakan observasi non partisipan, dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dan hanya sebagai pengamat independen. Saat observasi berlangsung peneliti menemukan bahwa banyaknya peminat di dalam program Sa-Te Madura adalah dengan antusiasnya penelefon atau gabungan di saat program ini mengudara.

### 3. Dokumentasi

Peneliti menggunakan teknik dokumentasi dari selain teknik wawancara dan observasi. Dokumentasi sendiri berasal dari kata dokumen yang berarti barang tertulis. Seperti pada buku-buku, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan pendataan. Metode ini sebagai alat untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan judul proposal penulis. Teknik dokumenter adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian serta dari penemuan bukti-bukti.<sup>39</sup>

### E. Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data. Menurut pendapat Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai selesai atau tuntas, sehingga datanya jenuh.<sup>40</sup> Aktivitas dalam analisis data yaitu data reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kemudian data yang sudah diperoleh akan dikumpulkan untuk diolah secara

---

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 140-141

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 246

sistematis. Dimulai dari wawancara, mengklarifikasi dan penyajian data lainnya, selain itu juga menyimpulkan data. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman sebagai berikut:

### 1. Reduksi Data

Dalam buku metode penelitian kualitatif dan kuantitatif yang ditulis oleh Hardani dkk mengatakan bahwa Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan.<sup>41</sup> Reduksi ini merupakan mengelompokkan data dari hasil observasi dan wawancara sesuai dengan fokus penelitian tentang Strategi Radio Prosa FM kabupaten Probolinggo Mempertahankan Segmen Pendengar Dalam Lagu-Lagu Madura Studi Kasus Sate Madura

. Dalam reduksi data penelitian ini peneliti merangkum dan mendeskripsikan hasil temuan data dari hasil observasi, wawancara maupun dokumentasi yang di dapatkan dari sumber informan.

### 2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya dengan penyajian data. Dalam penelitian ini, penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Miles dan Huberman menjelaskan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks

---

<sup>41</sup> Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), 164

yang bersifat naratif.<sup>42</sup> Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami hal yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan hal yang telah dipahami.

### 3. Verifikasi Atau Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah mengambil kesimpulan dari data yang telah disajikan. Dimana tahap akhir dari penelitian ini ialah melakukan interpretasi data sesuai dengan konteks permasalahan dari tujuan penulis. Dari interpretasi yang dilakukan akan diperoleh kesimpulan dalam jawaban masalah penelitian.<sup>43</sup> Dengan ini, peneliti mencari makna dari data yang sudah direduksi dengan cara membandingkan, mencari pola, tema, hubungan persamaan, mengelompokkan dan memeriksa hasil yang diperoleh dalam penelitian. Berikut langkah yang dilakukan oleh peneliti:

- a. Mengumpulkan data yang diperlukan dari lapangan
- b. Memilih data yang penting dan membuang yang tidak perlu
- c. Mengorganisasikan data sesuai dengan jenisnya
- d. Merangkum data yang telah diorganisasikan
- e. Menyajikan data dengan uraian singkat dan berbentuk teks naratif
- f. Menyimpulkan data yang telah disimpulkan dan melakukan verifikasi selama penelitian berlangsung.

---

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian BIsnis*, 249.

<sup>43</sup> Ahmad Rijali. *Analisis Data Kualitatif*. Jurnal Alhadharah. Vol. 17. No. 33 Januari-Juni 2018, 91.

## **F. Penyajian Data**

Setelah melakukan reduksi data, maka langkah selanjutnya yang peneliti lakukan adalah penyajian data yang merupakan kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.<sup>44</sup> Dengan menampilkan data, maka akan mempermudah peneliti dalam memahami hasil penelitian.

## **G. Penarikan Kesimpulan**

Tahap akhir dari penelitian ini ialah melakukan interpretasi data sesuai dengan konteks permasalahan dari tujuan penulis. Dari interpretasi yang dilakukan akan diperoleh kesimpulan dalam jawaban masalah penelitian.<sup>45</sup>

## **H. Keabsahan Data**

Dalam melaksanakan teknik keabsahan data, diperlukan pemeriksaan yang berdasarkan kriteria tertentu. Hal ini dilakukan untuk memastikan data yang dikumpulkan telah valid. Pada penelitian ini, peneliti menguji keabsahan data Teknik triangulasi sumber ialah triangulasi yang mengarahkan peneliti untuk mengumpulkan data dari beragam sumber yang tersedia, karena data yang sejenis akan lebih matap kebenarannya apabila digali dengan sumber yang berbeda, seperti halnya:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang secara pribadi

---

<sup>44</sup> Ahmad Rijali, 94.

<sup>45</sup> Ahmad Rijali, 246.

3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang dengan yang terlihat sepanjang waktu
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan pandangan orang lain dalam berbagai strata social yang berbeda
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isu yang tercatat dalam dokumen yang berkaitan.<sup>46</sup>

### **I. Tahap-tahap Penelitian**

Proses penelitian akan terlaksana sistematis, maka peneliti memerlukan tiga tahapan yaitu:

1. Tahap Pra Lapangan
  - a. Menyusun rencana penelitian
  - b. Memilih lapangan penelitian
  - c. Mengurus perizinan
  - d. Menjajaki dan menilai lapangan
  - e. Memilih dan memanfaatkan informan
  - f. Menyiapkan perlengkapan penelitian.
2. Tahap Pelaksanaan

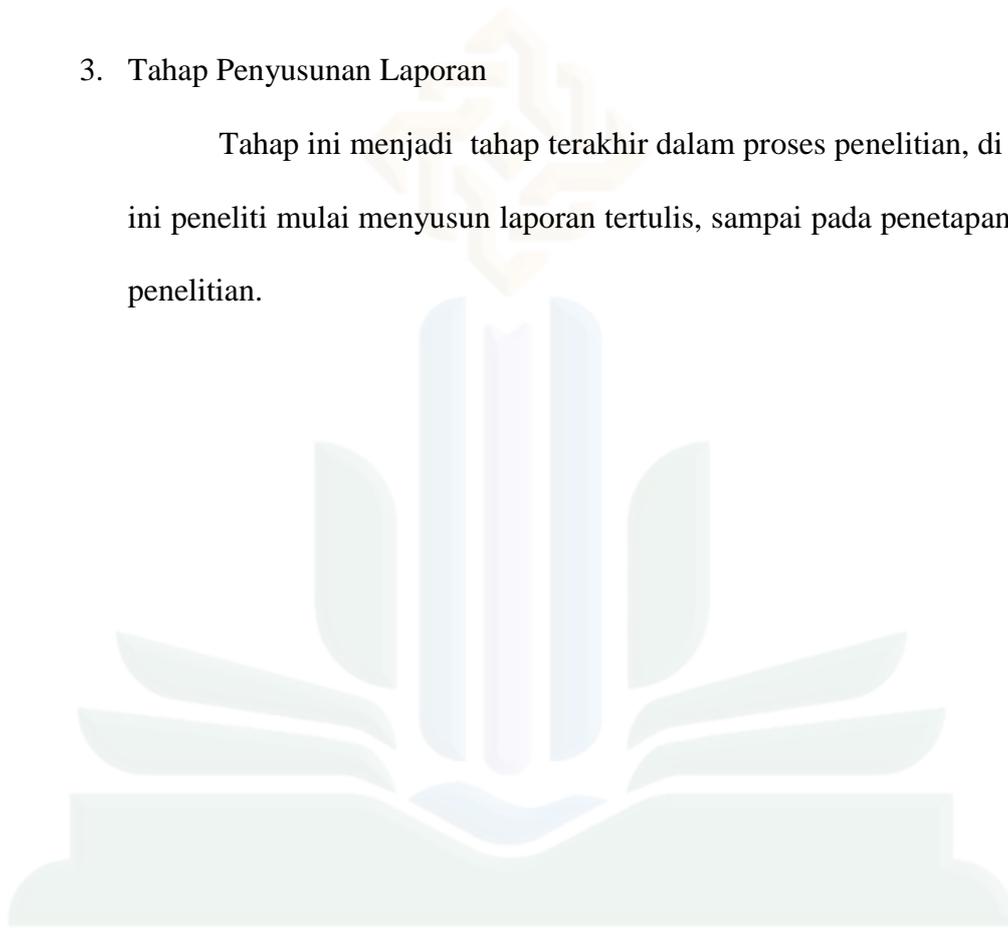
Pada tahap ini merupakan tahap yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang diinginkan dengan melakukan kunjungan langsung ke lokasi penelitian serta mendatangi informan yang telah ditentukan sebelumnya.

---

<sup>46</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif: Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Surakarta: Farida Nugharani, 2014), hal, 116.

### 3. Tahap Penyusunan Laporan

Tahap ini menjadi tahap terakhir dalam proses penelitian, di tahap ini peneliti mulai menyusun laporan tertulis, sampai pada penetapan hasil penelitian.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## **BAB IV**

### **PENYEJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Gambaran Lokasi Prosa FM**

Media radio yang menjadi objek penelitian adalah PT. Radio Probolinggo Suara Andhika yang terletak di Jl. Raya Sudirman 3B K raksaan-Probolinggo 67282.

Untuk lebih mengetahui keadaan yang berada di daerah penelitian, maka dipaparkan mengenai gambaran lokasi tersebut dibawah ini:

##### **a. Sejarah Singkat Radio Prosa Fm**

Pada tanggal 8 agustus 2004 berdirilah sebuah media radio, yakni PT. Radio Probolinggo Suara Andhika, radio ini didirikan oleh salah satu keluarga yang berasal dari Probolinggo, mereka adalah ir. Iwan irawan dengan ibundanya sutrisnaniati. Pada saat itu di Probolinggo khususnya kabupaten Probolinggo, media radio sangat jarang di temukan, hanya ada beberapa radio yang berada di kota Probolinggo, di antaranya Angkasa Jaya Fm yang sekarang sudah menjadi suara giri , Bromo Fm, dan Suara Kota Fm, sedangkan di kabupaten Probolinggo sendiri hanya ada media cetak seperti: Koran, majalah, dan lain sebagainya. Maka dari itu ir. Iwan irawan dan ibunda mendirikan media radio untuk memberikan hiburan dan informasi kepada masyarakat kabupaten Probolinggo.

Akhirnya dari pemikiran tersebut, mereka ajukan kepada Kementrian Koinfo dan mendapatkan respon yang cukup positif. Dan dari tahun 2004 itulah radio Prosa FM di resmikan, dengan perkembangan radio yang pesat serta banyaknya pendengar membuat radio prosa FM berdiri sampai saat ini.s

Karena Radio Prosa FM menjadi sebuah perusahaan yang berada dalam bidang jasa *broadcasting*, yang artinya perusahaan ini di jual dengan menggunakan stasiun pemancar, yang di maksud adalah radio. Maka dari itu, dari pemilihan atau lokasinya harus di sesuaikan pada peraturan yang sudah di tentukan, serta tetap memperhitungkan aspek-aspek komersil yang menguntungkan. Berdasarkan sejarah dan pertimbangan lokasi, media penyiaran, lokasi radio prosa FM berada di Jl. Raya Sudirman 3B Kraksaan, Probolinggo, Jawa Timur dengan bangunan lantai satu yang di lengkapi berbagai macam fasilitas. Fasilitas-fasilitas tersebut adalah : ruangan ber-AC, computer, dan mesin fotocopy, untuk ruangnya sendiri cukup lengkap meliputi: ruang direksi, ruang siaran, ruang operator, ruang administrasi dan sebagainya. Di atas gedung ini juga terdapat tiang pemancar radio.

b. Maksud dan tujuan Radio Prosa Fm

Keberadaan Radio Prosa FM di kalangan masyarakat Probolinggo memiliki maksud

- 1) Sebagai media informasi, pendidikan, dan hiburan
- 2) Sebagai media yang akan membantu terciptanya masyarakat yang sejahtera

Meningkatkan potensi daerah, perekonomian, dan melestarikan kebudayaan di kabupaten Probolinggo. Kemudian dari radio prosa FM untuk menjadi sebuah radio terbaik yang menyajikan informasi dan hiburan berkualitas yang menciptakan masyarakat yang sejahtera.

c. Profil Radio Prosa FM



Radio prosa FM ( Probolinggo suara andika) adalah sekaligus tempat PPL (praktek pengalaman lapangan) peneliti, radio ini berada di kabupaten Probolinggo Jl. Raya Sudirman 3B Kraksaan –Jawa Timur 67282. Dimana jarak radio prosa dengan rumah peneliti hanya membutuhkan 30 menit dalam perjalanan. Pendengar radio prosa FM memiliki panggilan pecinta prosa, dimana pendengar disini bisa mendengarkan siaran radio prosa pada frekuensi 105,7 MHz.

Profil radio prosa FM secara umum sebagai berikut:

Badan penyelenggara : PT.RADIO PROBOLINGGO  
SUARA ANDHIKA

Nama Stasiun Radio : PROBOLINGGO SUARA  
ANDHIKA (PROSA FM)

Frekuensi : 105.7 MHz

Nomor IPP : 1383 Tahun 2017

Nomor ISR : 01937619-000 SU/2020172022

NPWP : 02.265.965.0-625.000

Call Sign : PM6FIG

Radio Station Call : 105,7 PROSA FM

Positioning Slogan : saluran informasi dan hiburan yang  
semakin dekat di hati

Listener Call/Estimasi Tot : PECINTA PROSA/± 800.000  
orang

Alamat : Jl. Raya Sudirman 3B Kraksaan –  
Probolinggo – Jawa Timur 67282

Telepon / Fax. : (0335) 846078 / (0335) 841649

Situs Web / E-mail : [www.prosa\\_fm.net/](http://www.prosa_fm.net/) prosa  
[fm@yahoo.co.id/](mailto:fm@yahoo.co.id/)  
prosa.fm@gmail.com

Twitter/FB/Instagram : @PROSAFM / Prosa Probolinggo/  
radioprosafm1057

Contact Person	: Iwan Hermawan – 082 140 101 982
Radius Pemancar	: Pegunungan argopuro kec.Pakuniran, Kab.pakuniran pada ketinggian sekitar 500 meter dpl
Format musik	: pop Indonesia 18,05%, dangdut 60,28%, pop manca Negara 6,67%, tradisional/daerah 13,33%, musik lainnya (religi/qosidah/gambus) 1,67%
Segmentasi pendengar	: pria 55,56% dari 8.000 pendengar Wanita 44,44% dari 8.000 pendengar
Usia pendengar	: Usia 12-15 tahun 1,04% Usia 16-20 tahun 3,11% Usia 36-45 tahun 20,96% Usia 46-55 tahun 30,70% Usia 56 tahun ke atas 26,52%
Status Ekonomi Sosial	: >3.000.000 2,92% 2.000.000-3.000.000 8,37% 1.000.000-2.000.000 17,90% 700.000-1000.000 22,66% 500.000-700.000 26,03% <500.000 22,12%. <sup>47</sup>

<sup>47</sup> Lampiran Dokumen Analisis Radio Prosa FM

Untuk pendengar dalam program Sa-Te (sapaan terbang) Madura adalah dari usia 20 tahun sampai 40 tahun ke atas.

d. Aspek Pengelolaan

Aspek pengelolaan Radio Prosa FM mengikuti kebutuhan Standar Operasional Prosedure (SOP), karena SOP ini penting agar tidak di lakukan kesalahan informasi untuk media radio saat melakuka siaran, SOP di antaranya:

a. *Planning*: merencankana produksi program acara, secara menyeluruh untuk kegiatan operasional penyiaran distasiun radio siaran. perencanaan di dalam radio prosa dilakukan dengan berdiskusi semua tim tentang tujuan dan target, biaya produksi, durasi, promosi, sumber materi musik, target pendengar, dan penempatan jam siaran.

e. *Collecting*: pengumpulan materi yang dibutuhkan dalam pelaksanaan siaran, radio prosa FM mengumpulkan materi menggunakan media internet.

f. *Writing*: penulisan naskah yang sudah siap dibacakan penyiar berasal dari klasifikasi materi yang telah di terima kemudian dirangkai menjadi sebuah naskah yang siap di bacakan saat on air.

a. *Mixing*: menggabungkan materi antara suara penyiar dengan berbagai pendukung baik itu lagu, ataupun soun efek.

b. *On Air*: dalam penyayangan acara disesuaikan pada random yang sudah di rencanakan.

c. *Evaluation*: proses evaluasi dilaksanakan sesuai siaran untuk mendapatkan apakah siaran itu ada yang tidak sesuai dengan rencana, sehingga dapat di lakukan pembenahan, dari sini nantinya akan di temukan hasil siaran apah sesuai dengan harapan atau tidak.

Menjalankan SOP ini harus patuh, karena ini mejadi sumber utama untuk keberhasilan pengelolaan radio prosa FM, kesalahan SOP akan membuat kegagalan dalam media radio.

e. Struktur Organisasi Radio Prosa FM

Radio prosa FM sebagai perusahaan yang perseroan terbatas harus memiliki struktur organisasi yang jelas, maka dari itu prosa FM harus mendapatkan dukungan manajemen yang baik.

Apabila di jabarkan organisasi prosa FM sebagai berikut

Komisaris	: Sutrisnaniati
Direktur Utama	: Ir. Iwan Hermawan
Manager Teknik	: Ir. Heri

Staf Teknik :

Program Director	: Badi'ah Agustin S.Pd
------------------	------------------------

Manager Event	: Fendy Hermawan
---------------	------------------

Music Director	: Vreede Intang Chaosa
----------------	------------------------

Manager Pemberitaan	:Ratna Wahyuningtias, SE
---------------------	--------------------------

Penyiar	: a. Ocha
---------	-----------

	b. Verry
--	----------

c. Rara

d. Agustin

e. Rindu

Reporter: : 1. Taufan Merico

2. Taufan Maurice

Manager Usaha : Iin Irnawati. S KG

Staf Administrasi : Nita Dwi Puspita Dewi

f. Program acara Radio Prosa FM

Radio Prosa FM menyajikan konten siaran berupa program hiburan dan informasi yang telah ditetapkan dengan berpegang teguh pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standart Program Siaran (P3/SPS). Mengudara selama 19 jam non-stop yang di padukan menggunakan lagu-lagu. Program radio prosa FM ada tiga macam yakni, program utama, program unggulan, program khusus, dan program sekilas. Berikut deskripsi program siaran radio prosa FM

1. Program Utama Radio Prosa FM

- a) Seputar peristiwa, program ini berisi tentang pemberitaan, informasi umum dari segala macam aspek kehidupan masyarakat yang actual, akurat dan terpercaya yang di sampaikan oleh reporter radio prosa FM dan juga berupa informasi dari masyarakat yang menyampaikan melalui telepon dan media social.

- b) Goyang pagi, program ini berisi tentang pemutaran lagu dangdut remix dengan tujuan untuk memberi semangat kepada pendengar dalam menjalani aktifitas di pagi hari.
- c) Morning request, program ini berisi tentang informasi dunia entertainment, salam dan request lagu pop Indonesia dan mancanegara dengan tema yang berbeda setiap harinya.
- d) Dangdut boxes, program ini menyuguhkan informasi seputar info/tips kuliner, salam dan request lagu dangdut terkini yang di kemas dengan semenarik mungkin.
- e) Bingkai nostalgia, program ini berisi tentang informasi seputar info/tips kesehatan, salam dan request lagu pop Indonesai tahun 70an dan 80an.
- f) Sa-Te Madura, program ini berisi tentang informasi dunia wisata di Probolinggo dan sekitarnya yang di kemas dalam bahasa Madura guna mempertahankan eksistensi budaya lokal Probolinggo serta salama dan request lagu bahasa madhura.
- g) Syi'ar agama, program ini berisi tentang ceramah konsultasi agama untuk memberikan edukasi kepada pendengar mengenai seputar keagamaan.
- h) Seputar pariwisata siang, program ini berisi tentang pemberitaan, infomasi umum dari segala macam aspek

kehidupan masyarakat yang actual, akurat dan terpercaya yang di sampaikan oleh reporter radio prosa FM, dan informasi dari masyarakat yang menyampaikan melalui telepon, juga media social.

- i) Kumpulan dangdut Indonesia, program ini berisi tentang informasi lagu dangdut terbaru serta informasi musisi dangdut Indonesia yang mencakup salam dan request.
- j) Musik tema kita(MTK), program ini berisi tentang gaya hidup (live stile) dan salam request lagu pop Indonesia hingga mancanegara.
- k) Pentas dangdut malam, program ini berisi tentang hiburan uang berupa lagu dangdut nostalgia untuk menemani para pendengar saat beristirahat.

## 2) Program Unggulan Radio Prosa FM

- a) Seputar Peristiwa, program ini berisi tentang pemberitaan, informasi umum dari segala macam aspek kehidupan masyarakat yang actual, akurat dan terpercaya yang di sampaikan oleh reporter radio prosa FM dan juga berupa informasi dari masyarakat yang menyampaikan melalui telepon dan media social
- b) Morning request, program ini berisi tentang informasi dunia entertainment, salam dan request lagu pop Indonesia

dan mancanegara dengan tema yang berbeda setiap harinya.

- c) Sa-Te Madura, program ini berisi tentang informasi dunia wisata di Probolinggo dan sekitarnya yang di kemas dalam bahasa Madura guna mempertahankan eksistensi budaya lokal Probolinggo serta salam dan request lagu bahasa madhura.
- d) Musik tema kita(MTK), program ini berisi tentang gaya hidup (live stile) dan salam request lagu pop Indonesia hingga mancanegara.
- e) Kumpulan dangdut Indonesia, program ini berisi tentang infromasi lagu dangdut terbaru serta informasi musisi dangdut Indonesia yang mencakup salam dan request.
- f) Dangdut boxes, program ini menyuguhkan informasi seputar info/tips kuliner, salam dan request lagu dangut terkini yang di kemas dengan semenarik mungkin.
- g) Program dialog (Talk Show), program ini berisi tentang dialog interaktif antara masyarakat/pendengar dengan narasumber yang telah dihadirkan ke studio untuk memecahkan masalah yang mereka hadapi, sesuai dengan tema pembicaraan. Program ini bisa di manfaatkan oleh dinas atau instansi pemerintah guna menyampaikan atau mensosialisasikan secara efektif program mereka kepada

masyarakat atau pendengar radio. Biasanya pihak radio prosa FM akan mengubungkan mereka secara langsung melalui komunikasi telepon sehingga mereka bisa mendapatkan penjelasan pemecahan langsung dari pihak atau instansi yang mengurus masalah tersebut.

### 3) Program Khusus

- a) Kota kita, program yang berisi talk show tentang berbagai macam aspek kehidupan.
- b) Komando, program ini berisi talk show yang membahas politik dan keamanan.
- c) Dialog kesehatan, program ini berisi talk show yang membahas seputar kesehatan.
- d) Sejuta hikmah, program yang berisi talk show yang membahas seputar keagamaan.
- e) Konsep, program ini berisi talk show yang membahas seputar pendidikan.
- f) Liga Bola, program ini berisi informasi seputar sepak bola.
- g) Bagi cerita (GiTa), program ini berisi tentang curhat pendengar dan pemecahan masalah dengan tujuan menampung aspirasi, sehingga dapat memberikan solusi untuk pendengar, khususnya bagi kalangan remaja.

- h) Gema Islami, program ini khusus ramadhan yang menampilkan talk show bersama tokoh agama setempat yang membahas seputar keagamaan.
- i) Indo Top 10/dangdut top 10, program ini tentang informasi mengenai tangga lagu Pop Indonesia terkini/dangdut terkini.
- j) Special Fantasi Andika (SFA), program ini menampilkan kreasi pelajar atau mahasiswa dengan mendatangkan mereka secara langsung untuk menampilkan kreasi yang mereka miliki.

#### 4) Program Sekilas

- a) Penyejuk Qolbu, program ini berisi tentang pembacaan ayat-ayat suci Al-Qur'an dan hadits nabi secara sekilas disetiap waktu dengan tujuan menjaga dan meningkatkan moralitas serta nilai-nilai agama dari masyarakat/pendengar

- b) Flash News, program ini berisi tentang siaran reportase langsung dari reporter radio prosa FM yang akan disiarkan setiap saat, hal ini berfungsi untuk:

- 1) Memberikan informasi umum kepada masyarakat secara actual dan terpercaya, sehingga pertumbuhan kesejahteraan masyarakat dapat berkembang dengan

cepat serta menyesuaikan dengan keadaan yang terjadi.

2) Membantu tugas monitoring dari pihak kepolisian untuk segera mengatasi masalah kriminal yang timbul di masyarakat serta menambah kewaspadaan masyarakat terhadap adanya tindak kriminalitas.

3) Dengan siaran reportase ini yang di siarkan setiap saat secara sekilas, sehingga masyarakat atau pendengar yang tidak ingin ketinggalan berita terbaru dari kondisi kehidupan di sekitarnya, akan selalu memantau siaran radio prosa FM setiap saat.

c) Lintas Informasi, program ini berisi tentang siaran informasi ilmu pengetahuan, seni, budaya, infotainment, dan olahraga yang akan di siarkan setiap saat. Hal ini berfungsi untuk :

1) Memberikan informasi ilmu pengetahuan, seni, budaya, infotainment dan olahraga, sehingga wawasan pengetahuan masyarakat bertambah.

2) Dengan siaran lintas informasi ini yang disiarkan setiap saat secara sekilas sehingga masyarakat/pendengar radio yang tidak ingin ketinggalan berita terbaru. Mereka akan terus memantau siaran radio setiap saat

- d) **Spesial Fantasi Andika (SFA)**, Program ini berisi tentang acara gabyar kreasi dan seni hasil kerja sama radio prosa FM dengan instansi terkait, komunitas, dan organisasi masyarakat kabupaten Probolinggo untuk meningkatkan prestasi seni dan budaya masyarakat.

## **2. Gambaran Umum Program Sa-Te Madura**

Acara musik Sa-Te Madura adalah program musik yang didalamnya hanya memutar lagu-lagu bernuansa Madura, program ini di kemas untuk semua kalangan sesuai target pendengar yakni mulai dari umur 20 thn hingga 40 ke atas. Awal berdirinya program ini pada tanggal 15 April 2007, hal yang melatarbelakangi program ini di buat karena pada saat itu semua tim di radio Prosa FM ini memikirkan bagaimana caranya membuat suatu program yang bisa mengangkat budaya lokal dari Probolinggo. Di karenakan masyarakat Probolinggo mayoritas menggunakan bahasa madhura, maka mereka berfikir sesuatu yang berhubungan dengan bahasa keseharian masyarakat adalah musik dangdut Madura. Didirikannya program ini juga bertujuan untuk melestarikan kebudayaan lokal Probolinggo yakni bahasa Madura dan menghibur kepada mayoritas masyarakat Probolinggo yang berbahasa Madura (etnis Madura). Kemudian kepanjangan dari Sa-Te Madura ini adalah Sa-sapaan, dan Te adalah tembang, jadi Sa-Te Madura adalah sapaan tembang Madura.

Program ini mengudara setiap hari pada jam 15.00-17.00 WIB. Dengan durasi 2 jam, siaran ini memutar lagu-lagu Madura dengan seorang penyiar Sa-Te Madura ini menggunakan bahasa Madura. Dalam program ini tidak hanya pemutaran lagu saja, seorang penyiar juga mengulik lagu-lagu yang akan di putar baik sejarah dari seorang penyiar, maupun cerita dari lagunya, sehingga pendengar bukan hanya mendengarkan lagu saja, tetapi mereka mengetahui cerita dari lagu tersebut.

Dalam program Sa-Te Madura ini pemutaran lagu menurut request pendengar. Program director mengatakan Prosa FM ingin memberikan apa yang dibutuhkan oleh pendengar. Banyaknya request lagu, sangat dianjurkan bagi Pecinta Prosa (nama untuk pendengar Prosa FM), lebih cepat gabungan di awal program Sa-Te Madura, agar lagu yang di request dapat di putarkan. Kemudian program Sa-Te Madura menjadi salah satu program yang di unggulkan radio Prosa, hal ini di lihat dari program Sa-Te Madura sudah di mulai pada tahun 2007 sampai saat ini masih ada, pendengar program ini juga masih bertahan.

Seiring berjalannya waktu, mulai dari awal rilisnya Sa-Te Madura sampai hari ini masih belum melakukan pergantian waktu siaran, yakni setiap jam 15.00-17.00 WIB. Pemilihan waktu siaran Sa-Te Madura ini di lihat dari aktifitas masyarakat setempat.

“Kami memilih jam mengudara Sa-Te Madura pada waktu sore, karena pada sore hari masyarakat setempat merasa lelah setelah seharian bekerja dan mereka membutuhkan hiburan”<sup>48</sup>.

Program ini pertama kali di bawakan oleh sukardi dengan nama udara bang ardi yang sekaligus pendiri program Sa-Te Madura. Program ini mempunyai kelebihan dari pada program yang lainnya diantaranya, penyiar pada program ini menggunakan bahasa Madura, program ini selain tentang pemutaran musik juga memberikan informasi seputar pariwisata yang ada di Probolinggo, dan mengenalkan budaya lokal Probolinggo.<sup>49</sup>

## B. Kajian Data

### 1. Alasan Radio Prosa FM mempertahankan Program Sa-TeMadura

Program Sa-Te Madura merupakan program yang memutar lagu-lagu Madura, dimana peminat lagu Madura saat ini semakin menurun, tetapi radio prosa tetap mempertahankan program tersebut, di karenakan memiliki alasan yang kuat, di antaranya :

#### a. Sosial budaya

Radio Prosa FM selain menghibur masyarakat, juga memiliki tujuan melestarikan kebudayaan yang ada di Probolinggo ini, dengan program Sa-Te Madura kebudayaan lokal di Probolinggo di kenalkan kembali, dengan menggunakan bahasa Madura yang menjadi bahasa keseharian masyarakat Probolinggo, di karenakan masyarakat Probolinggo mayoritas adalah etnis Madura.

<sup>48</sup> Ir.iwan Hermawan, *Director* Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 20 Oktober 2021

<sup>49</sup> Ir.Iwan Hermawan , *Director* Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 20 Oktober 2021

“Saat ini dampak globalisasi sangat besar, budaya asing masuk ke negara kita dan masyarakat mengikuti budaya tersebut, sedangkan budaya lokal sendiri di lupakan, contohnya di Probolinggo ini khususnya anak muda sudah melupakan lagu daerah sendiri, mereka lebih memilih lagu-lagu dari negara sebrang, jadi kami ingin mengingatkan kembali kepada masyarakat Probolinggo, bahwa di kota kita sendiri ini banyak lagu-lagu yang juga menarik yang menggunakan bahasa madura”

Dengan pemaparan direktur Radio Prosa FM tersebut membuktikan bahwa alasan program Sa-Te madura tetap di pertahankan salah satunya adalah untuk melestarikan kebudayaan lokal Probolinggo. Peneliti melihat dari bagaimana seorang penyiar Sa-Te Madura ini memberitahukan tentang informasi-informasi seputar Probolinggo.

Selain itu ada juga informasi tentang tempat wisata Probolinggo yang tak kalah menarik dari wisata kota lainnya, seperti pantai bohay, pantai duta dan lainnya.

“Kami juga memberikan informasi tentang tempat-tempat yang bisa di kunjungi oleh masyarakat Probolinggo, jadi mereka tau bahwa di Probolinggo sendiri itu ada berbagai wisata yang bagus loh, yaNg disana itu menyediakan makanan-makanan khas dari Probolinggo.”<sup>50</sup>

Penyiar disini harus selalu update tentang budaya apa saja yang ada di Probolinggo, baik itu dari makanan, kesenian, dan lain sebagainya.

“Saya sebagai penyiar Sa-Te Madura ini harus faham betul mengenai budaya di Probolinggo ini, baik itu makanan, terus kesenian ojung salah satunya dan masih banyak lagi, dari itu

---

<sup>50</sup> Ir.Iwan Hermawan , Director Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 20 Oktober 2021

saya harus tau sejarahnya juga agar nanti saat on air saya tidak bingung menyampaikannya.”<sup>51</sup>

Dari pemaparan diatas sudah seharusnya program Sa-Te Madura ini di pertahankan, karena budaya Probolinggo tetap harus di lestarikan. Peneliti melihat social budaya ini memang alasan yang kuat untuk mempertahankan program Sa-Te Madura.

#### b. Ekonomi

Sebuah radio juga membutuhkan biaya operasional untuk tetap bertahan, karena banyak kebutuhan yang harus terpenuhi baik itu dari fasilitas kantor, biaya administrasi dan lain sebagainya. Begitu juga dengan radio prosa FM yang membutuhkan biaya agar radio bisa tetap mengudara, diantaranya:

##### 1) Pengelolaan iklan

Iklan adalah suatu bentuk promosi paling dikenal dan paling banyak dibicarakan, hal ini di karenakan daya jangkau iklan yang luas. Iklan, juga menjadi sebuah instrumen promosi yang sangat penting terutama untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan untuk masyarakat. Salah satunya media radio yang membutuhkan biaya operasional

Program Sa-Te Madura memiliki pemasang iklan terbanyak di radio Prosa FM, karena di lihat dari pendengarnya juga lumayan,

---

<sup>51</sup> Vreede Intang Chaosa, Penyiar dan Music Director Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 22 Oktober 2021

jadi pemasang iklan tertarik untuk menempatkan iklannya di program ini.

“Iklan di program Sa-Te Madura ini terbanyak dari pada program yang lainnya, Karena pendengar di Sa-Te madura ini lumayan banyak ya, jadi pemasang iklan tertarik untuk menaruh iklanya dalam program ini.”<sup>52</sup>

Dalam durasi dua jam itu pemutaran iklan di Sa-Te Madura bisa 8 sampai 10 iklan dengan durasi 3 menit, 4 menit sampai 5 menit.

“Pemutaran iklan di radio prosa FM ini dengan durasi dua jam ada 8 samapai 10 iklan, setiap iklan itu mungkin ada 3 menit, 4 menit sampai 5 menit. Karena lagu-lagu di Sa-Te Madura ini lumayan panjang.”<sup>53</sup>

Iklan tersebut bisa dari kesehatan, ILM, dan masih banyak lagi. Semakin banyak permintaan penayangan iklan oleh klien, maka itu membuat semakin besar laba yang diterima oleh pengelola radio. Peneliti melihat alasan pendapatan iklan Sa-Te madura sangat membantu ekonomi di radio Prosa FM.

## 2) Kolaborasi instansi

Selain pemasangan iklan, radio Prosa FM melakukan kolaborasi dengan instansi, hal ini dilakukan juga untuk membantu pendapatan di Radio Prosa FM. Berkolaborasi dengan berbagai lembaga akan memperluas jaringan radio.

<sup>52</sup> Ir.Iwan Hermawan , *Director* Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 20 Oktober 2021

<sup>53</sup> Vreede Intang Chaosa, Penyiar Program Sate Madura dalam wawancara penelitian, 22 Oktober 2021

“Disini kami selain mendapatkan pendapatan dari iklan, juga ada kolaborasi dengan lembaga-lembaga, dari sana kami akan memperluas jaringan.”<sup>54</sup>

Dengan memiliki tujuan yang sama, maka sebuah kolaborasi akan sukses. Radio Prosa FM melakukan kolaborasi dengan instansi pemerintah dan instansi swasta, tetapi untuk saat ini Radio Prosa FM menjalin kolaborasi dengan instansi swasta yakni, instansi pariwisata mulai dari pantai bohay, pantai duta, bromo dan lain-lain.

“Kami melakukan kolaborasi dengan instansi pemerintah dan instansi swasta, tetapi lebih banyak kolaborasinya dengan instansi swasta yaitu instansi pariwisata yang memiliki destinasi wisata, seperti pantai bohay, pantai duta dan bromo, bahkan ada café yang juga menjadi wisata saat ini, dan kita melakukan kolaborasi dengan instansi pariwisata karena tujuan kami sama, akhirnya kolaborasi ini berhasil, bahkan samapai saat ini masih berjalan.”<sup>55</sup>

Bentuk kolaborasi antara Radio Prosa FM dengan instansi pariwisata adalah prosa akan menginformasikan kepada masyarakat tentang keadaan suatu destinasi wisata tersebut, dan itu pasti ada biaya administrasi yang akan di terima oleh radio prosa FM.

## **2. Strategi Prosa FM dalam Program Sa-Te Madura Dalam Mempertahankan Pendengar**

Sebagai media penyiaran, Prosa FM tentu memiliki strategi di setiap sajian siarannya. Untuk mendapatkan pendengar sebanyak mungkin

<sup>54</sup> Ir.Iwan Hermawan ,*Director* Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 20 Oktober 2021

<sup>55</sup> Ir.Iwan Hermawan, *Director* Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 20 Oktober 2021

serta mempertahankan pendengar, berikut hasil temuan yang peneliti peroleh:

a. Penyajian Program Sa-Te madura

Program Sa-Te madura menyajikan sebuah lagu yang berupa request para pendengar yang mana dalam lagu tersebut berisi lagu-lagu yang disukai oleh pendengar. Sa-Te madura ini berbeda dengan yang lain, meskipun berisikan lagu-lagu dangdut yang sudah umum tetapi penyajiannya tersebut dibawakan dengan gaya sendiri sang penyiar. Gaya penyiar yang santun tersebut menjadi sorotan karena tidak terlalu bertele-tele dan sesuai dengan program yang dijalankan.

Vreede Intang Chaos, mengatakan bahwa Sa-Te madura telah melakukan sebisa mungkin agar bahasa yang disampaikan jelas dan dapat di pahami oleh pendengar, sebab menurut beliau pendengar menginginkan sebuah informasi yang jelas serta padat. Pendengar sendiri ingin di sapa oleh penyiar dan ingin diputarkan sebuah lagu yang disukai.<sup>56</sup>

Dari hal tersebut penyiar menyimpulkan bahwa sesuatu yang disampaikan dengan jelas, santai dan padat dapat membuat pendengar paham apa yang disampaikan oleh penyiar. Secara hakikat penyiar merupakan teman yang dapat mendengarkan segala sesuatu yang disampaikan oleh pendengar (semacam curhat), hal tersebut menarik perhatian para pendengar yang lain sehingga mereka dapat stay tune

---

<sup>56</sup> Vreede intang chaos, Penyiar Program Sate Madura dalam wawancara penelitian, 22 Oktober 2021

mendengarkan siaran Sa-Te madura.

Dalam Sa-te madura hanya dilakukan oleh satu penyiar saja dan penyiar tersebut tidak diganti. Karena penyiar tersebut dapat mengambil hati sang pendengar dan sudah menjalin hubungan yang sangat baik. Ocha selaku kru disana mengatakan bahwa tidak pernah ada komplain dari sang pendengar mengenai apa yang telah disampaikan oleh penyiar satu-satunya tersebut.

Sa-Te madura ini memiliki cara sendiri (khusus) agar pendengar tetap stay di radio masing-masing. Langkah tersebut yaitu *pertama*, Mendengarkan apa yang dijadikan keluhan kesah sang pendengar. Dengan begini maka pendengar yang lain juga bersimpati dan ingin membantu masalah yang disampaikan. Kedua, menuruti atau memutar lagu yang ingin sudah di request. Hal ini menjadi point penting dalam mengembangkan penyiaran ini.

Supaya mereka tetap stay, kami harus memenuhi semua lagu yang ingin didengar oleh perequest. Kemudian directur music menyiapkan lagu-lagu dangdut madura yang hits atau tren pada saat itu. Hal tersebut menjadi efek addictive mereka tetap terus mendengarkan penyiaran kita. Tentunya penyiar yang kami sajikan berkualitas sehingga dapat memahami para pendengar, dengan begini mereka dapat lebih akrab.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> Vreede intang chaosa, Penyiar Program Sate Madura dalam wawancara penelitian, 22 Oktober 2021

b. Durasi Siaran

Waktu merupakan sesuatu yang menjadi persoalan besar bagi seseorang. Semakin cepat maka semakin baik. Dalam melakukan sebuah penyiaran seperti Sa-Te madura ini membutuhkan 2 jam setiap harinya yaitu dimulai dari pukul 15:00-17:00.

Waktu durasi siaran di program Sa-Te madura adalah 2 jam setiap hari. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh *Program Director* tentang durasi waktu siaran program Sa-Te madura, yakni “Setiap hari senin sampai minggu, jadi setiap hari jam 15.00 sampai 17.00 jadi Cuma 2 jam aja.”<sup>58</sup>

Sesuai penuturan Vreede intang Sa-Te madura atau Sapaan Tembang madura yakni salah satu program siaran di Prosa FM yang ada setiap hari. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, acara ini mengudara pada pukul 15.00-17.00 WIB, yakni ketika para pendengar telah melakukan kegiatan seharian. Lagu-lagu yang diputar dalam program ini adalah lagu-lagu dangdut madura dengan catatan lagu tersebut tidak berbau politik.

“Kriteria lagunya adalah lagu madura yang hits saat ini, tetapi kami tetpa menyeleksi lagu-lagu itu, lagu yang berbau politik tidak akan kami putarkan”.<sup>59</sup>

Adapun yang menjadi program ini melakukan siaran setiap hari yakni antusiasnya para pendengar, selain itu agar pendengar juga selalu mengingatkan kebudayaan yang ada di Probolinggo. Mengudara pada sore hari salah satu strategi dari Prosa FM untuk membuat program ini.

<sup>58</sup> Vreede intang chaosa, Penyiar Program Sate Madura dalam wawancara penelitian, 27 Oktober 2021

<sup>59</sup> Vreede intang chaosa, Penyiar Program Sate Madura dalam wawancara penelitian, 27 Oktober 2021

Diwaktu semua orang sudah selesai melakukan akifitasnya.

“Bagi prosa FM itu adalah jam sangat strategis, kenapa, kita tembakannya atau sasarannya adalah semua kalangan. Nah di jam-jam itu mereka sudah lebih senggang dan merasa lelah setelah melakukan aktivitas pada siang hari. Kalau pagikan mereka yang mau nyucilah kalo dikantor lagi ngetik ini jadi bikin repot. Tapi kalau sore hari kan jam-jam santai.”<sup>60</sup>

Dari pemaparan tersebut, bisa diketahui kalau pendengar program Sa-Te madura semua kalangan. Di waktu selesai melakukan kegiatan para pendengar menikmati lagu-lagu dangdut madura dengan mendengarkan informasi terbaru dari kota Probolinggo. Dan Vreede Intang juga mengatakan kalau di siang hari pendengar pasti disibukkan sama kegiatan berangkat kerja atau pekerjaan lainnya. Disamping hal itu diberikan durasi tersebut ialah untuk mengantisipasi terjadinya kebosanan terhadap pendengar yang senantiasa mendengarkan Sa-Te madura. “Program ini mengudara dua jam menurut kami sudah sangat efektif, kami tidak mau membuat pendengar bosan. Jadi, abaikan saja kalau telah 2 jam ya 2 jam aja. Biar pendengar itu ada semacam ‘*aduh telah habis ya, yaudah besok lagi*’. Akan tetapi kalau terlalu lama pasti mereka mengatakan ‘*ah bosen*’. Mungkin kalau sudah 3 jam pasti ditinggal, kan sayang. Mereka juga jarang sekali ada yang mendengarkan radio dengan berjam-jam kecuali, jika lagi saat kerja atau kumpul dengan temannya. Artinya, orang yang mendengarkan acara dengan sengaja sehingga berjam- jam itu jarang sekali, paling

---

<sup>60</sup> Ir.Iwan Hermawan, *Director* Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 30 Oktober 2021

maksimal 2 jam. Secara logis aja, yaudah kita bikinnya 2 jam.”<sup>61</sup>

Jika dilihat dari waktu jam mengudaranya, Sa-Te madura mendapatkan waktu yang lumayan sama dengan program yang lain di prosa FM. Tetapi, durasi siaran yang peneliti amati lebih sedikit di bandingkan sama jumlah atensi pendengar yang masuk. Saat melihat catatan siaran itu dengan jumlah lagu yang diputar terdapat *request* pendengar yang belum sempat di putarkan oleh penyiar.

Seiring berjalannya waktu, bertambah banyak pendengar yang merequest lagu yang sama saat program Sa-Te madura *on air*. Dengan konsep siaran memutar lagu-lagu sesuai dengan *request* pendengar, akan menjadikan seorang penyiar memutar lagu yang sama setiap harinya menurut dengan permintaan pendengar. Hal ini tidak membuat pendengar bosan, karena mereka senang dengan lagu-lagu yang di requestnya.

“Pemutaran lagu yang sama setiap harinya tidak membuat pendengar bosan, karena mereka antusias sekali jika lagu yang di request kami putarkan, ada beberapa lagu juga yang menjadi faforit pendegar, jadi mereka requestnya hanya lagu yang mereka senangi”<sup>62</sup>

Adapun lagu-lagu faforit pendengar unuk di putarkan di program Sa-Te madura di antaranya: niser (5 menit), bile bule engak (5menit), mawar se mera (6 menit), sellok soca biru (6 menit), nyareh

<sup>61</sup> Ir.Iwan Hermawan, *director* Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 30 Oktober 2021

<sup>62</sup> Vreede Intang Chaosa, penyiar program Sate Madura dalam wawancara penelitian, 22 Oktober 2021

genteh (5 menit) dan masih banyak lagi.<sup>63</sup> sedangkan di dalam satu kali siaran program Sa-Te madura kurang lebih seorang penyiar bisa memutarakan 8 sampai 15 lagu. Tidak menentunya jumlah itu tergantung dengan durasi lagu yang akan diputar.

“Satu jam itu kurang lebih 6 sampai 8 lagu, karena masih ada pemutaran iklan jadi 2 jam sekitar 15 lagu. Tergantung durasinya. Karena lagu dangdut madura ini durasinya panjang, 5 menit sampai 6 menit bahkan ada yang 7 menit”<sup>64</sup>

### c. Media sosial

Seperti yang di ketahui, saat ini sudah masuk pada era digitalisasi, dimana khalayak bisa dengan praktis mengakses dan juga mendapatkan segala informasi-informasi yang mereka butuhkan dengan cepat dan mudah. Seperti halnya melihat informasi terkait berita terupdate, lagu-lagu rilis terbaru, dan banyak lainnya. Maka dari itu penggunaan media sosial saat ini merupakan strategi yang efektif untuk mempertahankan eksistensinya, radio prosa FM sudah memiliki beberapa akun media sosial untuk tetap menjaga eksistensinya pada saat ini

“ Saat ini zaman sudah semakin canggih. Apapun itu bisa di searching melewati internet, jadi kami harus bisa mengikuti zaman jika tidak ingin ketinggalan dari radio-radio yang lainnya, kami sudah memiliki akun face book, instagram, dan youtube”.<sup>65</sup>

Jika di lihat dari akun instagran , facebook dan whatsapp

<sup>63</sup> Vreede Intang Chaosa, penyiar program Sate Madura dalam wawancara penelitian, 27 Oktober 2021

<sup>64</sup> Vreede Intang Chaosa , penyiar program Sate Madura dalam wawancara penelitian, 27 Oktober 2021

<sup>65</sup> Iwan Hermawan, *direktur Prosa FM*, Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 30 Oktober 2021

peneliti melihat radio prosa sangat aktif mulai dari promosi tentang setiap program, salah satunya program Sa-Te madura ini, radio prosa FM juga memiliki radio siaran internet streaming yang telah dimulai semenjak beberapa tahun yang telah lalu dan masih tetap dijalankan hingga sampai saat ini. Pak iwan selaku direktur juga mengatakan saat ini, sudah melakukan live di youtube dan facebook

“Saat ini kami sudah melakukan live di akun youtube dan facebook, jadi selain audio kami juga sudah menggunakan audio visual dalam setiap on air, dan menjadi tantangan tersendiri bagi seorang penyiar, karena mereka harus bisa memvisualisasikan juga apa yang mereka bicarakan, baik itu dari gerakan tangan ataupun mimik wajah mereka”.<sup>66</sup>

Dari pemaparan tersebut peneliti melihat radio prosa FM ini mengikuti arus perkembangan zaman yang semakin canggih, bisa dilihat dari story instagram radio dan status whatsapp dari masing-masing penyiar di radio prosa FM. Akun media social radio prosa FM di antaranya: instagram (prosa.FM), facebook (Prosa Probolinggo) dan Youtube (Radio Prosa FM).

#### d. Interaksi sosial

Radio prosa FM selain berinteraksi menggunakan media, juga melakukan interaksi secara langsung yaitu dengan jumpa fans setiap tahun satu kali. Hal ini dilakukan untuk lebih mempererat hubungan dari penyiar dan pendengar.

“ Kami melakukan jumpa fans itu satu tahun satu kali, dan hal ini dilakukan untuk menjaga hubungan antara kami sebagai penyiar dan pengelola radio dengan pendengar, selain itu

---

<sup>66</sup> Iwan Hermawan, direktur Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 30 Oktober 2021

kegiatan ini untuk mempertahankan segmen pendengar, disana kami juga mengadakan kuis, jadi antusias mereka sangat kalau akan di adakan jumpa fans”<sup>67</sup>.

Peneliti menyimpulkan kegiatan jumpa fans ini sangat efektif dilakukan, pendengar bisa melihat secara langsung bagaimana seseorang yang selama ini mereka idolakan berada di depan mereka, dan pendengar juga bisa melihat bagaimana sikap dari seorang penyiar.

Menurut direktur radio Prosa FM ini jumpa fans biasanya di lakukan di salah satu tempat seperti di pantai Bohay ataupun di pantai Duta.

“ Jumpa fans ini kami adakan di bohay atau di pantai duta, juga biasanya ada usulan dari pendengar itu mau di mana tempatnya”<sup>68</sup>.

Untuk menjalin sebuah hubungan yang erat ternyata selain jumpa fans, kru Radio Prosa FM juga melakukan kunjungan ke kediaman masing-masing pendengar.

“Kami juga melakukan kunjungan ke rumah masing-masing pendengar, mereka sangat welcome jika kami akan berkunjung, apalagi yang rumahnya di pegunungan itu sangat senang, kami banyak di suguhkan makanan disana, jadi kami sudah anggap mereka seperti keluarga sendiri”<sup>69</sup>

Dari pemaparan di atas peneliti melihat hubungan antara kru Radio Prosa FM dengan pendengar sangat erat, jadi strategi interaksi social ini sangat berpengaruh terhadap mempertahankan segmen pendengar di program Sa-Te Madura.

<sup>67</sup> Iwan Hermawan, direktur Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 30 Oktober 2021

<sup>68</sup> Iwan Hermawan, direktur Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 30 Oktober 2021

<sup>69</sup> Ir.Iwan Hermawan, direktur Radio Prosa FM dalam wawancara penelitian, 30 Oktober 2021

## C. Pembahasan Temuan

### 1. Alasan Radio Prosa FM Mempertahankan Program Sate Madura

Di buatnya sebuah program radio dengan melihat keadaan suatu masyarakat atau pendengar, hal ini di buat untuk mencapai tujuan dari di bentuknya sebuah program.

Seetelah melakukan wawancara mendalam yang telah di lakukan kepada pihak Radio Prosa FM, peneliti mendapatkan hasil penelitian mengenai apa alasan Radio Prosa FM mempertahankan program Sa-Te Madura

#### a. Alasan sosial budaya

Teori perencanaan Berger mengemukakan bahwa semakin banyak yang di ketahui (khusus dan umum), akan semakin kompleks sebuah rencana, dengan demikian jika kita banyak memiliki motivasi dan pengetahuan, maka akan menciptakan rencana yang lebih kompleks serta jika motivasi dan pengetahuan rendah, maka rencananya tidak akan berkembang.

Dari hasil wawancara peneliti dengan Iwan Hermawan selaku direktur Radio Prosa FM , beliau mengatakan bahwa alasan program Sa-Te Madura tetap di pertahankan salah satunya adalah untuk melestarikan kebudayaan lokal Probolinggo, dan seorang penyiar Sa-Te Madura ini memberitahukan tentang informasi seputar Probolinngo dan juga penyiar disini harus selalu update tentang budaya apa saja yang ada di Probolinggo, baik dari makanan, kesenian, dan lain sebagainya.

Setelah melakukan penelitian dan, pengumpulan dan pengkajian serta analisis data di lapangan, peneliti melihat ada kesamaan antara pendapat dari Berger dan juga kenyataan yang ada di lapangan bahwa dalam perencanaan pesan seorang penyiar harus memiliki wawasan yang luas tentang materi yang akan di sampaikan kepada khalayak.

b. Alasan ekonomi

Ekonomi adalah sumber usaha manusia dalam mencapai kemakmuran, begitu juga dengan sebuah perusahaan yang membutuhkan ekonomi baik dari keuangan pemasaran dan lain sebagainya. Schendel dan Charles Hofer mengemukakan dalam tingkatan strategi ada Strategi Functional Ekonomi, yaitu mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sehat, antara lain yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, peneliti dan pengembangan.

Dari hasil wawancara peneliti dengan direktur Prosa FM , beliau mengatakan selain alasan budaya ekonomi juga menjadi alasan program Sa-Te Madura ini tetap di pertahankan. Program Sa-Te Madura yang memiliki pemasang iklan terbanyak di Radio Prosa FM, yang di lihat dari banyaknya pendengar, jadi pemasang iklan tertarik untuk menempatkan iklannya di program Sa-Te Madura. Dari pemaparan tersebut peneliti melihat bahwa ada kesamaan antara pendapat Schendel dan Charles Hofer dengan temuan dilapangan.

## **2. Program ini. Strategi Prosa FM dalam program Sa-Te madura dalam mempertahankan pendengar**

Strategi adalah pendekatan secara holistik yang berakaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan hukuman sebuah aktivitas pada kurun waktu. Sebuah strategi dilakukan untuk membuat perencanaan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Radio Prosa FM memiliki strategi tersendiri dalam mempertahankan segmen pendengar dari Program Sa-Te Madura yang sesuai dengan teori Susan Tyler yakni strategi kesesuaian yang meliputi penjadwal, pemilihan tipe acara dan pokok permasalahan terhadap kebutuhan pendengar.

### **a. Strategi pembentukan kebiasaan**

Pembentukan kebiasaan yang dilakukan oleh Radio Prosa FM dalam Program Sa-Te Madura dimaksud adalah membuat kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan acara-acara. Karenanya penyajian suatu program harus dilakukan secara rutin dengan durasi yang sama setiap waktunya.

### **b. Strategi pengontrolan arus pendengar**

Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan pendengar mengalir berasal dari program satu ke program lainnya dan meminimalkan pendengar berpindah ke saluran lainnya. Untuk melakukannya stasiun radio perlu menghadirkan program yang berbeda dengan radio lainnya. Dalam penelitian ini, stasiun Radio Prosa FM memiliki beberapa strategi yang dilakukan untuk mengontrol arus pendengar. Yang

pertama, dengan adanya program khusus yang bertemakan hiburan dan budaya lokal, yaitu Sa-Te Madura. Yang kedua, dengan mengadakan jumpa fans yang dilakukan setahun sekali di tempat rekreasi seperti pantai, dimana banyak pendengar berasal dari daerah pesisir dan di pantai juga lebih banyak pendengar yang datang. Yang ketiga, dengan mengadakan kunjungan kerumah pendengar yang ada di daerah pegunungan.

c. Strategi penyimpanan sumber-sumber program

Penyimpanan sumber program ini berguna ketika suatu saat program akan dipakai lagi, tentunya dengan menambahkan hal yang sedikit berbeda. Ketersediaan sumber daya dalam sebuah program harus benar-benar diperhitungkan oleh stasiun penyiaran.

d. Strategi daya penarik massa

Daya penarik massa sangat penting buat diperhatikan, karena stasiun penyiaran mendapatkan laba menggunakan cara memaksimalkan jumlah massa. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menghadirkan program yang menarik dan memenuhi kebutuhan pendengar. Perbedaan minat merupakan hal harus diperhatikan oleh stasiun radio agar semua dapat dikomudir dalam program yang disajikan

Hasil dari wawancara peneliti dengan direktur Radio Prosa FM, beliau mengatakan radio memiliki strategi-strategi untuk mempertahankan segmen pendengar, khususnya di program Sa-Te

Madura terdapat strategi yang akan mempertahankan segmen pendengar, di antaranya

#### 1) Penyajian program Sa- Te Madura

Berdasarkan hasil wawancara dengan Vreede Intang Chaosa Radio Prosa FM pendengar diperbolehkan untuk merequest atau memilih lagu yang disukai.

Namun dalam penyiaran harus dengan gaya yang apa adanya seperti menyiarkan program yang lainya namun tetap santun, tidak bertele-tele dan sesuai dengan program ini.

Peneliti menyimpulkan bahwa pembawaan yang santai, jelas dan padat lebih cepat di fahami oleh pendengar, dan pemenuhan keinginan pendengar terhadap lagu yang mereka request menjadi poin yang baik untuk di lakukan.

#### 2) Durasi Siaran

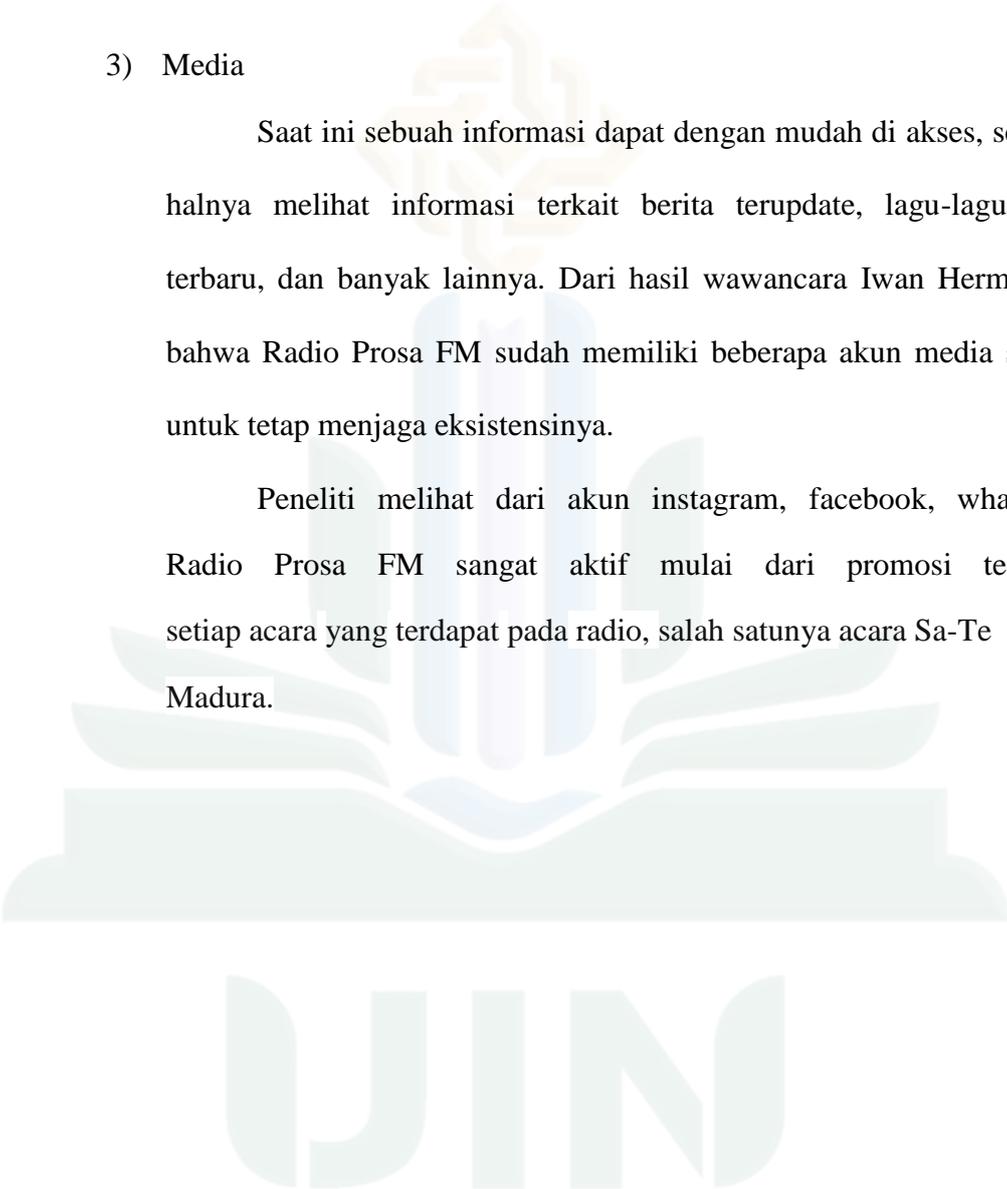
Durasi siaran dalam program Sa-Te Madura yakni dua jam setiap hari, berdasarkan hasil wawancara dari Vreede Intang Chaosa lagu-lagu yang di putar dalam program ini adalah lagu-lagu dangdut Madura dengan catatan lagu tersebut tidak berbau politik.

Jika di lihat dari porsi jam siaran, Sa-Te Madura memperoleh waktu yang cukup sama menggunakan acara lainnya pada prosa FM, tetapi durasi siaran ini peneliti amati lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah atens pendengar yang masuk, waktu melihat catatan siaran dan jumlah lagu yang diputar adakalanya terdapat request pendengar yang belum sempat di putar sang penyiar.

### 3) Media

Saat ini sebuah informasi dapat dengan mudah di akses, seperti halnya melihat informasi terkait berita terupdate, lagu-lagu rilis terbaru, dan banyak lainnya. Dari hasil wawancara Iwan Hermawan bahwa Radio Prosa FM sudah memiliki beberapa akun media sosial untuk tetap menjaga eksistensinya.

Peneliti melihat dari akun instagram, facebook, whatsapp Radio Prosa FM sangat aktif mulai dari promosi tentang setiap acara yang terdapat pada radio, salah satunya acara Sa-Te Madura.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Sesuai klasifikasi pada atas, peneliti dapat menarik kesimpulan menjadi berikut:

1. Alasan Radio Prosa FM mempertahankan program Sa-Te Madura ada dua: pertama alasan sosial budaya yang bertujuan untuk melestarikan kebudayaan Probolinggo yang sesuai dengan Teori perencanaan Berger mengemukakan bahwa semakin banyak yang di ketahui (khusus dan umum), akan semakin kompleks sebuah rencana, dengan demikian jika kita banyak memiliki motivasi dan pengetahuan, maka akan menciptakan rencana yang lebih kompleks serta jika motivasi dan pengetahuan rendah, maka rencananya tidak akan berkembang. Alasan kedua adalah ekonomi dengan strategi radio functional ekonomi yang mencakup fungsi-fungsi memungkinkan organisasi hidup menjadi satu kesatuan ekonomi yang sehat akan membantu keuangan..
2. Strategi Prosa FM dalam program Sa-Te Madura dalam mempertahankan pendengar, strategi yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu penyajian. strategi Radio Prosa FM program Sa- Te Madura pendengar diperbolehkan untuk merequest atau memilih lagu yang disukai. Namun dalam penyiaran harus dengan gaya yang apa adanya seperti menyiarkan program tidak bertele-tele , tetap santun, dan sesuai dengan program ini.

Untuk Durasi Siaran Sa-Te Madura yakni dua jam setiap hari, dengan pemutaran lagu-lagu dalam program Sa-Te Madura ini adalah lagu-lagu dangdut Madura dengan catatan lagu tersebut tidak berbau politik. Radio juga menggunakan media yang di gunakan sebagai promosi tentang setiap program yang ada di radio, salah satunya program Sa-Te Madura.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian dan kesimpulan di atas, peneliti dengan segala hormat memberikan saran kepada pembaca.

1. Kepada Radio Prosa FM hendaknya lebih meningkatkan lagi untuk kualitas suara dan frekuensi dari radio, Karena hal ini sangat menentukan ketertarikan pendengar untuk mendengarkan radio.
2. Kepada penyiar, hendaknya lebih di perhatikan lagi untuk pemilihan kata dan juga iklan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## DAFTAR PUSTKA

- Arifuddin, 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV Pustaka Setia
- Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2012), 131
- Farida Nugrahani, 2014, *Metode Penelitian Kualitatif: Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, Surakarta, Farida Nugharani
- Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, 2011, *Dasar-Dasar Penyiaran*, Jakarta, Kencana.
- Hardani, dkk, 2020, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta, CV. Pustaka Ilmu
- Morrisan, *Manajemen Media Penyiaran*
- Masduki, 2005, *Menjadi Broadcaster Profesional*, Jogjakarta LKIS
- Morissan, 2009, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta Kencana Prenada
- Onnong Uchjana Effendy, 1991, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju
- Prayuda, Harlay 2005, *Radio Sebuah Pengantar Untuk Wawancara Dan Praktik Penyiaran* Malang: Banyumedia
- Santi Indra Astuti, 2008, *Jurnalisme Radio Teori dan Praktek* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sekertariat, 2019, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Jember: IAIN Jember: 2019
- Susan Tyler, 1985, *Broadcast and Programing, Startegis and Practice*, California, Wadshworth publishing company
- Sugiyono, 2008, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV Alfabeta, 2008
- Sugiyono, 201, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta,

## Undang-Undang Penyiaran

### Jurnal Skripsi:

Ayu Pratiwu dan Hadiyanto, *Hubungan Pola Mendengarkan Siaran Konservasi Radio Edelweis Dengan Sikap Khalayak Terhadap Program Adopsi Pohon*, Mahasiswi dan Dosen Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Volume 16, No.2 Juli 2018. hal, 222

Ahmad Rijali. *Analisis Data Kualitatif*. Jurnal Alhadharah. Vol. 17. No.

33 Januari-Juni 2018, 91.

Dinda Helsa Novia dan Besti Rohana Simbolon, *Strategi Komunikasi Radio SLA FM 105,6 mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar*, Universitas Darma Agung Medan, *Jurnal Social Opinion*, VOLUME 4 Nomor 1, Tahun 2019 April (1-13). hal.4

Ditty Heppyanti Lulu, *Strategi Perubahan Segmentasi Pendengar RRI PRO 2 FM Surabaya*, Jurnal Unair. hal.3

Dirgantoro, *Manajemen Strategik, Konsep, Kasus, dan Implementasi*,

(Jakarta: PT. Gramedia Wisiasarana Indonesia, 2001). Hal, 5

Innayah dan Mariana Susanti, *Peran Serta Pendengar dan Lembaga Pemerintah Dalam Siaran Radio Pendidikan*, Balai Pengembangan Media Radio SPEKOMMAS, Vol.1 No.1, April 2016:21-32. Hal,22

Nur Ahmad, *Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik*, Stain Kudus, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol 3, No.2 Desember 2015. Hal, 234

Novlein Theodora, *Studi Tentang Ragam Bahasa Gaul di Media Elektronika Radio Pada Penyiar Memora-FM Manado*, *Journal Acta Diurna*, Vol.II No. 1. Th 2013. hal,5

Sesra Budio, *Strategi Manajemen Sekolah*, Sekolah Tinggi Agama Islam YAPTIP Pasaman Barat, *Jurnal Menata*, Volume2, No.2, Juli-Desember 2019. hal.58

Tarida Elisabet Christina dan Reni Nuraeni, *Peran Siaran Radio Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Orang Tua Untuk Anak*, Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom, *Jurnal UNLA*. Hal,5

Warter Agustin, Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Melalui Program Siaran Pada Radio MItra 97.0 FM, Universitas Tribhuwana Tunggadewi, Jurnal Unitri, hal.2

**Website :**

<http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio> , di akses pada tanggal 10 Agustus 2021

<https://jurnal.diary.co.id/radio/> , di akses pada tanggal 10 Agustus 2021

<https://gurupendidikan.co.id/pengertian-strategi/> diakses pada tanggal 5 November 2021



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Lilis Romadhoni

NIM : D20171023

Prodi : Komunikas dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Institusi : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini yang berjudul “ **Strategi Radio Prosa FM Mempertahankan Segmen Pendengar Dalam Lagu-Lagu Madura Studi Kasus Sa-Te Madura**” ini adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang di tunjuk sumbernya.

Jember, 15 Desember 2021

  
Lilis Romadhoni



Nomor : B.1761 /In.20/6.d/PP.00.9/ 09 /2021  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

16 September 2021

Yth.

Ir. Iwan Hermawan

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Lilis Romadhoni  
NIM : D20171023  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Semester : IX (sembilan)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama  $\pm$  30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Strategi Radio Prosa FM Mempertahankan Segmen Pendengar Dalam Lagu-Lagu Madura Studi Kasus Program Sate Madura"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**



An Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

  
Siti Raudhatul Jannah

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 0033/PROSA/MAN-SK/XI/2021

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ir. IWAN HERMAWAN  
Jabatan : DIREKTUR UTAMA  
Bertindak atas nama : PT. RADIO PROBOLINGGO SUARA ANDHIKA  
Alamat : Jl. RAYA PANGLIMA SUDIRMAN, 3B KRAKSAAN, PROBOLINGGO (67282)  
Telephon/HP : 0821-4010-1982 / 0822-1999-1057

Dengan Ini Menyatakan Bahwa ;

Nama : LILIS ROMADHONI  
Tempat Tanggal Lahir : PROBOLINGGO, 05 JANUARI 2000  
NIM : D20171023  
Prodi/Fakultas : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM / DAKWAH  
Judul Skripsi : STRATEGI RADIO PROSA FM MEMPERTAHKAN **SEGMENT PENDENGAR**  
DALAM LAGU-LAGU MADURA STUDI KASUS PROGRAM **SATE MADURA**

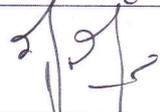
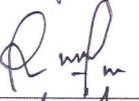
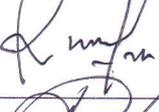
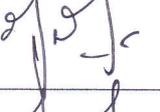
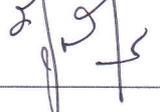
Telah selesai melaksanakan penelitian di PT. RADIO PROBOLINGGO SUARA ANDHIKA. Jl. Panglima Sudirman 3B Kraksaan, Probolinggo (61282), Terhitung mulai tanggal 16 Oktober 2021 s/d 05 November 2021. Selanjutnya setelah selesai mahasiswa tersebut wajib menyerahkan hasil penelitian kepada pihak PT. RADIO PROBOLINGGO SUARA ANDHIKA. Jl. Panglima Sudirman 3B Kraksaan, Probolinggo (61282) dalam bentuk hard copy.

Demikian surat ini kami buat. Atas perhatiannya di sampaikan Terima Kasih.

Probolinggo, 13 November 2021  
Direktur Utama Prosa Fm

Ir. Iwan Hermawan

JURNAL PENELITIAN

NO.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Informan	Tanda Tangan
1.	16 Oktober 2021	Penyerahan surat penelitian	Ir. Iwan Hermawan	
2.	18 Oktober 2021	Wawancara	Ratna Wahyuningtias,SE	
3.	20 Oktober 2021	Wawancara	Ir. Iwan Hermawan	
4.	22 Oktober 2021	Wawancara	Vreede Intang Chaosa	
5.	24 Oktober 2021	Wawancara	Ratna Wahyuningtias,SE	
6. s	27 Oktober 2021	Wawancara	Vreede Intang Chaosa	
7.	30 Oktober 2021	Wawancara	Ir. Iwan Hermawan	
8.	5 November 2021	Wawancara	Ir. Iwan Hermawan	

Probolinggo, 13 November 2021

Direktur Utama Prosa Fm

  
 Probolinggo Sumedus 105.7 MHz  
 Ir. Iwan Hermawan

## PEDOMAN WAWANCARA

### Lembar Wawancara

Direktur Prosa Fm

1. Kapan berdirinya program Sa-Te Madura?
2. Bagaimana sejarah terbentuknya program Sa-Te Madura
3. Apa tujuan di bentuknya program ini?
4. Bagaiman feed back nilai budaya dari program Sa-Te Madura?
5. Apakah program Sa-Te Madura meningkatkan pendapatan iklan?
6. Apakah program Sa-Te Madura yang berkolaborasi denga instansi akan meningkatkan pendapatan?
7. Bagaimana tingkat kelas pendengar program Sa-Te Madura?
8. Bagaimana usia pendengar program Sa-Te Madura?
9. Bagaiman upaya radio menarik pendengar melalui media social?
10. Apa alasan program ini tetap di pertahankan?

Penyiar

1. Apa saja yang harus di kuasai oleh seorang penyiar program Sa-Te Madura?
2. Bagaimana strategi penyiar program Sa-Te Madura untuk menarik/mempertahankan pendengar?
3. Berapa persen pendengar program Sa-Te Madura?
4. Bagaimana mengukur tingkat pendengar program Sa-Te Madura?

## Dokumentasi



*Wawancara dengan direktur radio Prosa FM*



**WAWANCARA DENGAN PRODUSER**



**WAWANCARA DENGAN PENYIAR**



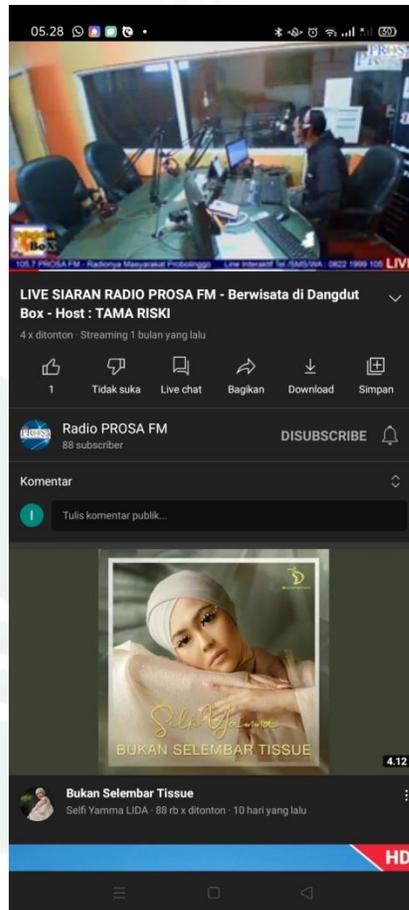
**GAMBAR STUDIO RADIO PROSA FM**





**GAMBAR MEDSOS RADIO PROSA FM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



**GAMBAR MEDSOS RADIO PROSA FM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

➤ Musik Lainnya (Religi/Qosidah/Gambus) 1,67 %

### Khalayak Sasaran

Pria 55,56 % , Wanita 44,44 %

Usia ... – 15 tahun 1,04 %

16 – 20 tahun 3,11 %

21 – 35 tahun 17,67 %

36 – 45 tahun 20,96 %

46 – 55 tahun 30,70 %

56 – ... tahun 26,52 %

Status Ekonomi Sosial	> 3.000.000	2,92 %
	2.000.000~3.000.000	8,37 %
	1.000.000~2.000.000	17,90 %
	700.000~1.000.000	22,66 %
	500.000~700.000	26,03 %
	< 500.000	22,12 %

Pendidikan Terakhir	Tidak Tamat SD	7,12 %
	Tamat SD	25,02 %
	Tamat SLTP	10,72 %
	Tamat SLTA	18,88 %
	Akademi	23,21 %
	Perguruan Tinggi	15,05 %

Pekerjaan	PNS/TNI/POLRI	7,23 %
	Pegawai Swasta	8,16 %
	Wiraswasta	15,31 %
	Pensiunan	20,24 %
	Pelajar	3,43 %
	Mahasiswa	10,07 %
	Ibu Rumah Tangga	17,14 %
	Tidak Bekerja	13,38 %
	Lainnya	5,04 %

### Dokumen Analisis Radio Prosa FM

## BIODATA PENULIS



### Data Pribadi :

Nama : Lilis Romadhoni  
NIM : D20171023  
Tempat tanggal lahir : Probolinggo, 5 Januari 2000  
Alamat : Ds. Sumber Kembar, Kec. Pakuniran, Kab. Probolinggo  
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

### Riwayat Pendidikan

1. SDN Bucor Kulon 1 2005-2011
2. Mts Syafi'iyah Besuk 2011-2014
3. MA Bahrul Ulum Besuk 2014-2017
4. Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember 2017-2021