

**STRATEGI PROSA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
PROGRAM *MORNING REQUEST*
(STUDI KASUS PADA PROGRAM *MORNING REQUEST* PROSA FM
KRAKSAAN PROBOLINGGO)**

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
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :

SALMAN BARIZI
NIM: D20191090

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
2024**

**STRATEGI PROSA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
PROGRAM *MORNING REQUEST*
(STUDI KASUS PADA PROGRAM *MORNING REQUEST* PROSA FM
KRAKSAAN PROBOLINGGO**

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 :

SALMAN BARIZI

NIM: D20191090

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Disetujui Pembimbing



Dr. Imam Turmudi, M.M
NIP. 197111231997031003

**STRATEGI PROSA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
PROGRAM MORNING REQUEST
(STUDI KASUS PADA PROGRAM MORNING REQUEST PROSA FM
KRAKSAAN PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari : Selasa
Tanggal: 11 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Ahmad Havvan Najikh. M.Kom.I.
NIP. 198710182019031004

Arik Fajar Cahyono. M.Pd.
NUP. 198802172020121004

Anggota:

1. Dr. Hj. Siti Raudhatul Jannah, M.Med.Kom.
2. Dr. Imam Turmudi, M.M.

Menyetujui,
Dekan Fakultas Dakwah



Dr. Fawaizul Umam, M.Ag.
NIP. 197302272000031001

MOTTO

وَدَشِّرِ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرَى 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

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 rezeki 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).*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

* Al-Quran Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2015),195.

PERSEMBAHAN

Rasa syukur saya ucapkan kepada Allah SWT sebanyak-banyaknya yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga terselesaikannya tugas akhir dengan segala kekurangan saya. Terima kasih sebanyak-banyaknya kepada Engkau sang Maha Pencipta yang telah memberikan jalan petunjuk dan kekuatan serta telah menghadirkan orang-orang yang selalu memberi semangat, dan do'a kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Karena sesungguhnya karena Engkaulah mereka ada disekitar saya, dan karena Engkaulah tugas akhir saya telah terselesaikan dan hanya kepada Engkau saya mengucapkan syukur dan berdo'a.

Dengan penuh syukur dan dengan do'a skripsi ini saya persembahkan pula kepada:

1. Pertama, saya berterima kasih untuk kedua orangtua saya bapak Ali Ansori dan ibu Nurul Hidayati yang telah mendidik dan memberi kasih sayang yang tiada akhir. Serta doa yang tiada henti selalu mereka panjatkan setiap waktu untuk segala hal yang terbaik atas diri saya. Tanpa do'a dari mereka saya yakin saya tidak akan bisa dititik penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua saya berterimakasih kepada seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan dan semangatnya, khususnya kepada kakak sepupu saya mas Agus dan mbak Dian.
3. Ketiga saya berterimakasih untuk teman teman seperjuangan, yang senantiasa memberikan semangat, dan dukungan moral dalam menghadapi berbagai tantangan.

4. Keempat saya berterimakasih untuk semua pihak yang turut membantu dalam penyediaan data dan informasi yang diperlukan untuk penelitian ini.
5. Kelima saya berterimakasih kepada semua yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala dukungan dan do'a yang telah kalian berikan.



ABSTRAK

SALMAN BARIZI, 2024 *Strategi Prosa Fm Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Morning request (Studi Kasus Pada Program Morning request Prosa FM Kraksaan Probolinggo)*

Kata kunci: *Strategi, Eksistensi, Morning request*

Radio merupakan media massa yang memiliki kekuatan pada suara atau bersifat auditif, hal ini membuatnya bisa mengajak pendengar untuk berimajinasi mengenai materi yang disampaikan oleh penyiar. Radio, sebagai salah satu media komunikasi tertua, memiliki tempat khusus dalam kehidupan masyarakat. Namun, dengan seiring perkembangan zaman dan teknologi digital mulai memunculkan platform media konvergensi, terutama internet, radio dihadapkan pada persaingan sengit untuk mempertahankan pendengar dan pembiayaan yang cukup besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi radio Prosa FM dalam mempertahankan eksistensi program *Morning request* yang telah ada selama 20 tahun.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah 1) Bagaimana strategi radio Prosa FM dalam mempertahankan eksistensi program *Morning request*? 2) Bagaimana strategi radio Prosa FM dalam meningkatkan jumlah pendengar program *Morning request*?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, karena peneliti menjelaskan fenomena yang terjadi dilapangan dengan cara mengumpulkan data-data yang diperoleh dari lapangan. Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Sementara untuk teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dalam uji keabsahan data yang diperoleh dari lapangan.

Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan 1) Dalam mempertahankan eksistensi Program *Morning request* pihak Prosa FM melakukan *strategy of content* yaitu memperbarui format konten yang *update* dan relevan kepada pendengar untuk mempertahankan eksistensinya, selain itu taktik yang digunakan Prosa FM juga memberikan ruang partisipasi kepada audien untuk ikut terlibat dalam program acara *morning request* dengan tujuan melihat loyalitas dari pendengar. 2) Dalam upaya peningkatan jumlah pendengar pihak prosa FM melakukan segmentasi geografis yang terbagi menjadi wilayah lokal dan luar, segmentasi psikografis, *targeting* dan *positioning* kepada para pendengarnya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur *alhamdulillah* atas segala rahmat dan hidayah yang diberikan oleh Allah SWT. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita umat manusia keluar dari masa yang gelap gulita menjadi ke masa yang penuh dengan ajaran berbudi luhur yakni *ad dinul Islam*. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan di perguruan tinggi negeri yaitu dengan membuat karya ilmiah yaitu berupa skripsi. Penyusunan karya ilmiah ini dapat digunakan sebagai sumber literatur dan sebagai sarana bagi pembaca dalam memahami suatu fenomena. Dalam proses penyusunan dan pemenuhan data penelitian tidak terlepas dari orang-orang hebat yang ikut membantu dalam memberikan sumbangsih berupa motivasi, pemikiran serta gagasan yang mendukung penelitian ini sehingga, peneliti dapat menyusun karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “Strategi Prosa Fm Dalam Mempertahankan Eksistensi Program *Morning request* (Studi Kasus Pada Program *Morning request* Prosa FM Kraksaan Probolinggo). Beberapa orang hebat tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah mengakui penulis sebagai salah satu mahasiswa UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. Fawaizul Umam, M.Ag. selaku dekan Fakultas Dakwah.
3. Bapak Ahmad Hayyan Najikh M.Kom.I, selaku kepala Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

4. Bapak Dr, Imam Turmudi, M.M. yang telah bersedia membimbing penulis selama dalam masa penyusunan karya ilmiah ini.
5. Seluruh dosen UIN KHAS Jember yang bersedia memberikan pengajaran serta mentransfer ilmunya kepada penulis.

Semoga dengan dukungan dari para orang-orang hebat ini termasuk ke dalam amal jariah yang memiliki manfaat bagi berbagai pihak yaitu bagi peneliti, pembaca, dosen, guru, siswa, orang tua dan seluruh lapisan masyarakat yang dapat mengakses informasi melalui penerbitan karya ilmiah ini.

Jember, 20 Mei 2024
Penulis

SALMAN BARIZI
NIM: D20191090

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat teoritis	5
2. Manfaat Praktis	5
E. Definisi Istilah.....	6
1. Strategi	6
2. Eksistensi	7
3. <i>Morning request</i>	7
F. Sistematika Pembahasan	7

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	9
A. Kajian Terdahulu	9
B. Kajian Teori.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
B. Lokasi Penelitian.....	51
C. Subjek Penelitian.....	51
D. Teknik Pengumpulan Data	53
E. Keabsahan Data.....	57
F. Tahapan-tahapan Penelitian	58
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	60
A. Gambaran Objek Penelitian	60
B. Penyajian Data Dan Analisis Data	69
C. Pembahasan Temuan Data	80
BAB V PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTKA	94

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sebagai salah satu radio yang melakukan penyiaran selama 20 tahun, Prosa FM memiliki tempat khusus dalam kehidupan masyarakat. Namun dengan seiring perkembangan jaman dan teknologi digital yang sangat pesat mulai bermunculan platform media digital, terutama internet. Prosa FM sebagai radio tradisional dihadapkan pada persaingan sengit untuk mempertahankan para pendengarnya khususnya pada program acara *Morning Request*, program acara yang identik dengan kaum muda dengan usia antara 19-30 tahun secara perlahan mulai beralih meninggalkan radio, generasi muda sekarang cenderung mengakses konten melalui platform digital seperti *streaming online* dan *podcast*, yang menawarkan alternatif baru dalam mencari berita, musik, dan hiburan, hal ini dikatakan lebih praktis dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja asal terhubung dengan internet.¹

Selain itu survey yang telah dilakukan kementerian komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) Republik Indonesia bersama *Katada Insight Center* (KIC) populasi pendengar radio di Indonesia tampaknya sangat sedikit, survey pendengar untuk tahun 2020-2021 menunjukkan dari 10.000 orang responden yang biasa mengakses radio untuk mencari informasi hanya 4%. Hal ini juga di ikuti dengan menurunnya pangsa

¹ Iwan Irawan, pengembangan radio : 2019

pasar iklan radio nasional persemester 1 2023 hanya tersisa 0,3% turun 13% dari periode yang sama pada tahun lalu.² Survey tersebut menunjukkan bahwa masyarakat mulai banyak beralih kepada platform digital dan penggunaan platform *streaming* dan media sosial untuk mendengarkan musik dan berinteraksi, platform seperti *Spotify*, *Apple Music*, dan *YouTube* menawarkan pengalaman yang lebih personal dan *on-demand*, sementara media sosial seperti Instagram dan TikTok menyediakan interaksi *real-time* yang menarik perhatian banyak pengguna.

Fenomena ini juga diperparah dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia, hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2024 tingkat penetrasi internet di Indonesia meningkat menjadi 79,5%, dengan demikian terdapat 221,563,479 juta jiwa penduduk yang terkoneksi internet dari total populasi 278,6 juta jiwa.³ Fenomena ini menunjukkan betapa besarnya pengaruh internet dalam mengubah penggunaannya untuk bermigrasi memilih internet berbasis digital dalam keseharian masyarakat, Prosa FM sebagai radio tradisional berada di tengah-tengah tekanan platform digital internet untuk mempertahankan para pendengarnya.

Prosa FM berada diposisi untuk menghadapi beberapa tantangan diantaranya bagaimana cara mereka untuk mempertahankan para

²Santa Cicilia Sinabariba, Eksistensi Radio: Tantangan dan Peluang di Era Digital dan Post-Pandemic COVID-19, Sebuah Pendekatan dengan Metode Tinjauan Literatur Sistematis, (Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi 7, 2 Juni 2023

³ <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
Diakses 21 Juni 2024

pendengarnya dan beradaptasi dengan perubahan tanpa kehilangan identitas dan keunikannya yang telah mereka miliki selama bertahun-tahun, secara spesifik masalah yang dapat diidentifikasi oleh peneliti di antaranya; penurunan pendengar, seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna internet, radio tradisional kehilangan daya tariknya terutama di kalangan generasi muda yang lebih memilih media digital, selanjutnya radio harus bersaing dengan berbagai platform digital yang menawarkan konten serupa namun dengan fitur yang lebih menarik, seperti pilihan lagu, *on-demand* dan interaktivitas yang lebih tinggi, selain itu stasiun radio yang belum sepenuhnya mengadopsi teknologi digital dalam operasionalnya mengakibatkan kesenjangan teknologi yang membuat mereka kesulitan untuk bersaing dengan platform digital yang lebih canggih.

Ditengah tantangan yang sedang dihadapi oleh Prosa FM, saat ini telah melakukan evaluasi pada permasalahan yang dihadapi dengan penggunaan langkah-langkah atau strategi yang telah didiskusikan dan disepakati bersama, disamping itu strategi sendiri memiliki pengertian sebagai proses perumusan rencana oleh para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, serta penyusunan langkah-langkah atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut,⁴ Atau dapat diartikan secara sederhana strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai suatu sasaran khusus⁵. Adanya penerapan strategi

⁴ Onong Uchjana, Effendy, Radio Siaran Teori dan Praktek. (Bandung: Alumni 2008), 22

⁵ Onong Uchyana, Effendy, Kamus Komunikasi, (Bandung: Alumni 2010), 22

yang tepat memungkinkan dapat membantu stasiun penyiaran untuk tetap eksis dan mempertahankan para pendengarnya di era digitalisasi yang terus berkembang dengan pesat.

Era digital memberikan tantangan besar bagi stasiun radio tradisional dalam mempertahankan eksistensinya, hal ini dapat di lihat dari penurunan jumlah pendengar dan pergeseran masyarakat ke media digital menunjukkan perlunya stasiun radio melakukan adaptasi dan inovasi dengan strategi yang telah direncanakan, dengan strategi yang tepat radio masih memiliki peluang untuk tetap menjadi media komunikasi yang penting di era digital, dengan memanfaatkan kelebihan-kelebihan yang di miliki radio yang tidak di miliki oleh program digital.

Mengingat pentingnya masalah ini, peneliti memilih pembahasan tentang strategi Prosa FM yang digunakan agar dapat mengetahui permasalahan yang dialami Prosa FM secara jelas, sehingga peneliti mengangkat topik yang berjudul Strategi Prosa FM dalam Mempertahankan Eksistensi Program *Morning Request* (Studi Kasus Pada Prosa FM Kraksaan Probolinggo), melalui penelitian ini, peneliti berusaha untuk memahami permasalahan yang ada di Prosa FM dalam menghadapi penurunan pendengar radio meskipun telah berusaha mempertahankan program utama yang ada di Prosa FM kraksaan Probolinggo yaitu *Morning Request*.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi radio Prosa FM dalam mempertahankan eksistensi program *Morning request*?
2. Bagaimana strategi radio Prosa FM dalam meningkatkan jumlah pendengar program *Morning request*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi radio Prosa FM dalam mempertahankan eksistensi program *Morning request*.
2. Mengetahui strategi radio Prosa FM dalam meningkatkan jumlah pendengar program *Morning request*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian di sini berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian.⁶ Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki nilai-nilai positif bagi para komunitas penyiar radio yang masih eksis dan beroperasi pada saat ini

2. Manfaat praktis

- a. Peneliti

Sebagai bahan referensi empiris bagi penyusun skripsi di UIN

Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, dan sebagai kajian untuk

⁶ Onong Uchjana, Effendy, Radio Siaran Teori dan Praktek. (Bandung: Alumni 2008),, 45

menambah wawasan bagi peneliti yang berhubungan dengan strategi penyiaran Prosa FM dalam mempertahankan eksistensinya.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada mahasiswa Fakultas Dakwah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam mengenai strategi media radio mempertahankan eksistensinya dalam dunia penyiaran.

c. Bagi UIN KHAS Jember

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan hal baru yang positif untuk dapat menambah literatur mengenai strategi media radio mempertahankan dan meningkatkan segmen pendengar.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah adalah pengertian istilah, dan tujuan penerapan istilah ini adalah untuk mencegah kesalahpahaman makna istilah. Berikut adalah definisi istilah yang ditemukan dalam penelitian ini.⁷

1. Strategi

Strategi adalah suatu keterampilan yang dimiliki organisasi perusahaan atau Lembaga dengan perencanaan tujuan yang sudah direncanakan atau sebuah rancangan rencana yang telah disusun untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan yang dimaksud strategi dalam penelitian ini adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh pihak Prosa FM dalam mempertahankan program *morning request* tetap terus berjalan dan eksis.

⁷ Tim penyusun pedoman karya ilmiah IAIN jember, (Jember, IAIN Jember Press, 2021),45

2. Eksistensi

Adalah merujuk pada keberadaan atau kenyataan sesuatu hal. Biasanya terdapat pada konsep pemahaman filsafat dan pemahaman manusia tentang keberadaan. Sedangkan yang dimaksud eksistensi pada penelitian ini merujuk kepada mempertahankan keberlangsungan program *Morning request* yang telah berjalan bertahun-tahun, tolak ukur dari eksistensi ini adalah program *morning request* masih diminati oleh para pendengarnya.

3. *Morning request*

Program acara yang berisi tentang informasi dunia *entertainment*, salam dan request lagu pop Indonesia dan mancanegara dengan gaya penyiaran yang semangat dan ceria untuk menemani aktivitas dipagi hari, program ini selalu dibawakan oleh Rendi Rizki. Keunggulan dari acara ini adalah memberikan ruang partisipasi kepada pendengarnya untuk terlibat dalam program acara melalui panggilan telepon, pesan teks, dan sosial media.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yaitu mencakup gambaran alur pembahasan skripsi, yang dimulai dari bab pendahuluan dan berakhir pada bab penutup, dan disajikan dalam format deskriptif naratif.⁸ Adapun hal yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pembahasan yang mencakup konteks penelitian, fokus, tujuan, dan keuntungan penelitian, serta definisi istilah

⁸Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan*, 42.

dan sistematika penulisan, untuk memperoleh gambaran umum tentang pembahasan skripsi.

Bab II Kajian Pustaka, pembahasan yang menjelaskan tentang tinjauan pustaka yang diawali dengan pembahasan penelitian terdahulu dan kajian teori pada penelitian terdahulu, bertujuan untuk memberikan landasan teoritis dan konseptual bagi penelitian yang dilakukan dan dapat dijadikan sebuah rujukan peneliti.

Bab III Metode Penelitian, pembahasan yang menjelaskan secara rinci tentang langkah-langkah yang dilakukan dalam proses penelitian, di dalamnya mencakup tentang metode penelitian, tempat penelitian, subjek penelitian, pengumpulan data, daftar pustaka, teknik analisis data, dan validitas data..

Bab IV Penyajian data dan Analisis, bagian yang menyajikan temuan dan hasil dari penelitian yang telah dilakukan secara sistematis oleh peneliti.

Bab V Kesimpulan dan Saran, bagian pembahasan yang secara singkat dan jelas membahas hasil penelitian dan mencakup semua diskusi yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Pada tahap ini peneliti menyajikan beberapa penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang telah dilakukan. Peneliti telah meringkasnya baik penelitian yang telah terpublikasi maupun penelitian terdahulu.

1. Penelitian terdahulu

- a. Aliftha Qiroatul Aini 2019 “Strategi Radio Suara Kendal FM dalam Mempertahankan Eksistensinya di era Media Online”. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif, penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode analisis SWOT dalam analisis datanya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi berdasarkan teori Susan Tyler Eastman yang diterapkan di radio Suara Kendal FM belum optimal, menurut peneliti, hal ini disebabkan kurangnya penerapan strategi dalam pengelolaan sumber daya program seperti sumber daya manusia, perangkat siaran, dan konten program, meskipun demikian Radio Suara Kendal masih berhasil mempertahankan jumlah pendengar aktif meskipun mengalami penurunan setiap tahunnya.

Persamaan pada penelitian ini adalah variabel permasalahan yang diangkat oleh peneliti yaitu tentang eksistensi radio, dan metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan

pada penelitian ini terletak pada metode analisis data yang digunakan peneliti, metode analisis menggunakan analisis SWOT. Perbedaan yang lain juga ditunjukkan pada tempat penelitian.⁹

- b. Megawati H 2019 “Strategi Radio Venus 97.6 Fm dalam Mempertahankan Program Siaran Unggulan” penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan untuk mempertahankan pendengar program unggulan ada sebelas yaitu dengan menyajikan informasi yang *update*, tidak keluar dari konsep program, konsisten, *upgrade* program, mengetahui kebutuhan pendengar, mengadakan evaluasi, *meeting* setiap bulan, penyiar yang akrab, *survey* kecil-kecilan, bekerjasama dengan media dan *support* kegiatan-kegiatan mahasiswa.

Persamaan pada penelitian ini terletak pada objek yang diteliti yaitu tentang radio, metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan pada penelitian ini terlihat pada lokasi penelitian, dan fokus permasalahan yang diteliti oleh peneliti.¹⁰

- c. Besty Cahyani 2020 “Strategi Ekologi Media Radio Start 102,6 FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Bahasa Daerah Mandailing Natal” penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif

⁹ Alifia Qiroatul Aini, *Strategi Radio Suara Kendal Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya Diera Media Online*, (Skripsi: Universitas Negeri Walisongo, 2019)

¹⁰ Megawati H, *Strategi Radio Venus 97.6 Fm Dalam Mempertahankan Program Siaran Unggulan*, (Skripsi: UIN Alauddin Makassar, 2019)

dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam mempertahankan eksistensinya, radio Start melakukan perencanaan program yang dibuat sendiri serta melakukan eksekusi program dan pengawasan program. Disamping itu juga melakukan segmentasi pasar pendengar, *targeting*, dan *positioning* dalam merebut pasar audien juga gencar melakukan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan untuk mendukung program.

Penelitian ini memiliki kesamaan pada metode penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Permasalahan yang diangkat juga sama tentang mempertahankan eksistensi sebuah radio. Penelitian ini memiliki perbedaan pada fokus masalah yang diteliti oleh peneliti dan juga tempat atau lokasi penelitian yang dipilih sebagai tempat penelitian.¹¹

d. Nurhasimin 2020 “Strategi Komunikasi Radio dalam Mempertahankan Eksistensinya di tengah Dunia Digitalisasi Tahun 2019/2020 (Studi Kasus: Radio Suara Kancatan Lombok Timur)” penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa suara kencana dalam mempertahankan eksistensinya di tengah dunia digitalisasi diantaranya

¹¹ Besty Cahyani, *Strategi Ekologi Media Radio Start 102,6 FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Bahasa Daerah Madailing Natal*, (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020)

dengan menggunakan aplikasi *streaming* dan meningkatkan *digital marketing*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi, kedua penelitian membahas strategi radio dalam mempertahankan eksistensinya, namun berbeda dalam fokus masalah dan lokasi penelitian.¹²

- e. Sefda Pridayanti 2021 “Strategi komunikasi Radio Aska FM dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Radio Pendidikan dan Dakwah”. Metode pada penelitian ini berupa kualitatif dan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi untuk memperoleh data.

Hasilnya menunjukkan strategi yang digunakan oleh radio Aksa FM dengan mengadakan *gathering* dan ketemu langsung untuk menjalin keakraban dengan para pendengar radio, strategi yang lain juga dilakukan dengan cara membuka komunikasi dengan pendengar melalui sosial media, telepon, atau sms untuk menyampaikan kritik dan saran yang nantinya dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola radio, dan cara yang ketiga yang dilakukan adalah dengan mengadakan program acara yang berbentuk *talkshow* dengan mengundang orang yang cukup berpengaruh di masyarakat.

Penelitian ini memiliki persamaan pada metode penelitiannya kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara,

¹² Nurhasimin , *Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di tengah Dunia Digitalisasi Tahun 2019/2020 Studi Kasus: Radio Suara Kancatan Lombok Timur*; (Skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Mataram 2020)

observasi, dan dokumentasi, persamaan yang lain terletak pada objek yang diteliti yaitu eksistensi radio. Penelitian ini memiliki perbedaan pada lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti.¹³

- f. Lilis Romadhoni 2021 “Strategi Radio Prosa FM Kabupaten Probolinggo Mempertahankan Segmen Pendengar dalam Lagu-Lagu Madura Studi Kasus Program Sate Madura” penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif karena peneliti menjelaskan fenomena yang ada di lapangan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah radio Prosa FM memiliki alasan untuk mempertahankan Program Sate Madura yang pertama adalah alasan sosial budaya dan alasan yang kedua yaitu berkaitan dengan ekonomi, karena pada acara Sate Madura banyak yang memasang iklan pada program tersebut. Di samping itu strategi yang digunakan dalam Sate Madura membuat program semenarik mungkin, penggunaan media digital sosial dimanfaatkan sebagai tempat promosi dan interaksi.

Penelitian ini memiliki letak persamaan yakni pada penggunaan jenis penelitian yang sama-sama menggunakan kualitatif deskriptif untuk menjelaskan fenomena yang terjadi di lapangan, selain itu tempat penelitian juga sama dilakukan di radio Prosa FM. Penelitian ini memiliki perbedaan pada fokus masalah dan konteks yang diteliti.¹⁴

¹³ Sefda Prisdyananti, *Strategi Komunikasi Radio Aska FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Radio Pendidikan Dan Dakwah*, (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2021)

¹⁴ Lilis Romadhoni, *Strategi Radio Prosa FM Kabupaten Probolinggo Mempertahankan Segmen Pendengar Dalam Lagu-Lagu Madura Studi Kasus Program Sate Madura*, (Skripsi Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Achmad Siddiq Jember 2021)

- g. Kiki Hasanah 2021 “Strategi Radio Citra Buana FM dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital” penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian ini memperlihatkan hasil bahwa strategi yang digunakan radio Citra Buana terletak pada program siaran yang disampaikan, dan bagaimana cara radio mempertahankan pendengarnya melalui program siaran itu.

Persamaan penelitian ini pada metode penelitian yang digunakan peneliti yakni kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi, jenis permasalahan yang diteliti juga tentang eksistensi radio. Perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian dan fokus permasalahan yang diteliti oleh peneliti.¹⁵

- h. Wulan Ayu Pratiwi 2023 “Strategi Komunikasi Radio Duta Nusantara FM Ponorogo dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital” penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan Teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa radio Duta Nusantara FM mengenal khalayaknya dengan mengadakan lomba, menggunakan media sosial untuk memahami situasi sosial, dan mengangkat topik yang sedang tren. Mereka memanfaatkan program unggulan dan menyiarkan program secara *on air* dan *streaming*.

¹⁵ Kiki hasanah, *Strategi Radio Citra Buana Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital*, (Skripsi: Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara, 2021)

Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi, persamaan pada penelitian ini pada konteks penelitian yang diteliti tentang strategi dan eksistensi sebuah radio. Penelitian ini memiliki perbedaan pada fokus masalah dan tempat penelitian.¹⁶

- i. Alissa Prasistarini 2023 “Strategi Manajemen Penyiaran LPPL Radio Magelang FM dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital” penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode studi kasus, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi manajemen yang digunakan untuk mempertahankan eksistensinya dengan cara melakukan pemusatan kepada teknologi dan budaya melalui frekuensi dan *web streaming* serta melakukan kolaborasi pada tahap perencanaan dan pengawasan yang dilakukan dengan cara diskusi bersama masyarakat dan pengawas sebagai strategi untuk menarik pendengar dan menentukan program siaran.

Penelitian ini, memiliki persamaan pada jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan metode studi kasus dan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, selain itu permasalahan yang diteliti juga tentang

¹⁶ Wulan Ayu Pratiwi, *Strategi Komunikasi Radio Duta Nusantara Fm Ponorogo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Diera Digital*, (Skripsi Fakultas Ushuludin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2023)

eksistensi penyiaran radio. Fokus permasalahan dan tempat penelitian yang dipilih peneliti berbeda dengan penelitian yang diteliti peneliti..¹⁷

- j. Indah Puji Astuti 2023 “Strategi Radio Perdana FM dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar” pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah interview dan wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai penunjang pelengkap.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa radio Perdana FM melakukan strategi dengan meningkatkan kualitas penyiaran dengan mengevaluasi serta memperbaiki produktivitas pengetahuan dengan melakukan pelatihan.

Persamaan pada penelitian ini terletak pada jenis penelitiannya yaitu yang menggunakan kualitatif sebagai metodenya dan wawancara, observasi, dan dokumentasi, sebagai teknik pengumpulan datanya. Pada konteks penelitian juga membahas mengenai strategi radio. Perbedaannya terletak pada fokus permasalahan yang diteliti oleh peneliti dan lokasi penelitian yang di pilih peneliti.¹⁸

¹⁷ Alissa Prasistarini, *Strategi Manajemen Penyiaran LPPL Radio Magelang FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Diera Digital*, (Skripsi Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tidar 2023)

¹⁸ Indah Puji Astuti, *Strategi Radio Perdana FM Dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar*, (Skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2023)

Table 2.1
Persamaan dan Perbedaan Peneliti

NO	Nama peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Alifta Qiroatul Aini 2019	Strategi Radio Suara Kendal FM dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Media Online	Persamaan penelitian ini adalah variabel permasalahan yang diangkat oleh peneliti yaitu tentang eksistensi radio, dan penggunaan metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan pada penelitian ini terletak kepada metode analisis data yang digunakan peneliti, dalam penelitian ini metode analisis menggunakan analisis SWOT. Perbedaan yang lain juga ditunjukkan pada tempat penelitian.
2	Megawati H 2019	Strategi Radio Venus 97.6 FM dalam Mempertahankan Program Siaran Unggulan	Persamaan pada penelitian ini terletak pada objek yang diteliti yaitu tentang radio, persamaan yang lain juga terdapat kepada metode penelitian yang digunakan yaitu dengan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi	Perbedaan pada penelitian ini terletak kepada lokasi penelitian, dan fokus permasalahan yang diteliti oleh peneliti.
3	Besty Cahyani 2020	Strategi Ekologi Media Radio Start 102,6 FM dalam Mempertahankan Eksistensi Bahasa Daerah Madailing Natal	Persamaan pada penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan kualitatif deskriptif dengan teknik	penelitian ini memiliki perbedaan pada fokus permasalahan yang diteliti dan tempat atau lokasi penelitian yang dipilih

			pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Permasalahan yang diangkat juga sama tentang mempertahankan eksistensi sebuah radio	sebagai tempat peneliti
4	Nurhasimian 2020	Strategi Komunikasi Radio dalam Mempertahankan Eksistensinya di tengah Dunia Digitalisasi Tahun 2019/2020 (Studi Kasus: Radio Suara Kancatan Lombok Timur)	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta membahas strategi radio dalam mempertahankan eksistensinya.	perbedaannya terletak pada fokus permasalahan yang diteliti oleh peneliti dan lokasi penelitian yang diteliti oleh peneliti
5	Sefda Pridayanti 2021	Strategi Komunikasi Radio Aska FM dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Radio Pendidikan dan Dakwah	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Objek yang diteliti juga sama, yaitu eksistensi radio.	Perbedaan penelitian ini pada lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti
6	Lilis Romadhoni 2021	Strategi Radio Prosa FM Kabupaten Probolinggo Mempertahankan Segmen Pendengar dalam Lagu-Lagu Madura Studi Kasus Program Sa-Te Madura	Metode penelitian kualitatif deskriptif untuk menjelaskan fenomena yang terjadi di lapangan, selain itu tempat penelitian juga sama dilakukan di radio Prosa FM	Perbedaan pada Fokus permasalahan dan konteks penelitian yang diteliti oleh peneliti
7	Kiki Hasanah	Strategi Radio Citra Buana FM	Persamaan penelitian ini	Perbedaan pada penelitian ini

	2021	dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital	terletak pada metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi, jenis permasalahan yang diteliti juga tentang eksistensi radio	terletak pada tempat atau lokasi penelitian dan fokus permasalahan yang diteliti oleh peneliti
8	Wulan Ayu Pratiwi 2023	Strategi Komunikasi Radio Duta Nusantara FM Ponorogo dalam Mempertahankan Eksistensinya di era Digital	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Keduanya meneliti strategi dan eksistensi sebuah radio.	Perbedaan penelitian ini terletak kepada fokus permasalahan yang diteliti oleh peneliti dan tempat penelitian
9	Alissa Prasistarini 2023	Strategi Manajemen Penyiaran LPPL Radio Magelang FM dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital	Persamaannya berada pada jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan metode studi kasus dan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, selain itu permasalahan yang diteliti juga tentang eksistensi penyiaran radio	Perbedaan penelitian ini pada fokus permasalahan yang diteliti peneliti dan tempat penelitian yang dipilih
10	Indah Puji Astuti 2023	Strategi Radio Perdana FM dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan	Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus permasalahan yang diteliti oleh

			dokumentasi. Keduanya juga membahas strategi radio.	peneliti dan lokasi penelitian yang dipilih peneliti
--	--	--	---	--

Sumber : Data diolah peneliti

Dari beberapa temuan yang sudah di dapat dari penelitian sebelumnya untuk meyoroti sebuah persamaan dan perbedaan utama dengan penelitian sekarang, kelebihan pada penelitian ini berfokus pada cara-cara spesifik yang digunakan oleh Prosa FM sebagai radio tradisional untuk beradaptasi dengan tantangan era digital yang sering kali diabaikan dalam penelitian media *modern* yang lebih banyak membahas platform digital, selain itu interaksi antara pendengar dan penyiar, peneliti memberikan wawasan tentang dinamika sosial dan psikologis yang mendukung keberhasilan program *morning request*.

Penelitian ini menggunakan desain pendekatan secara kualitatif deskriptif dengan menggunakan instrumen pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti, penyajian data yang telah terkumpul disajikan dengan jenis deskriptif atau penggambaran secara utuh tanpa dibuat-buat mengenai fenomena yang terjadi saat melakukan penelitian di stasiun radio Prosa FM.

Penelitian ini menganalisis tentang strategi yang digunakan Prosa FM dalam mempertahankan para pendengar *morning request* yang lambat laun mengalami penurunan secara perlahan-lahan, dan untuk memetakan keabsahan datanya peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang telah dikumpulkan pada saat melakukan penelitian.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa strategi yang digunakan Prosa FM diantaranya adalah *strategy of content* untuk memperbarui format konten yang lebih *up to date* dan relevan kepada para pendengar, dalam upaya peningkatan jumlah pendengar pihak Prosa FM telah melakukan segmentasi geografis yang terbagi menjadi wilayah lokal dan luar, selain itu segmentasi psikografis, targeting dan positioning kepada para pendengarnya juga dilakukan untuk mencapai target yang optimal.

B. Kajian Teori

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani "*strategos*," yang berarti metode untuk mencapai kemenangan dalam pertempuran. Awalnya, istilah strategi digunakan dalam konteks militer, namun sekarang istilah ini telah banyak diadopsi diberbagai bidang dengan makna yang relatif serupa.¹⁹

Keith Butterick, dalam bukunya "*Pengantar Public Relation*," menjelaskan bahwa "*Strategos*" awalnya mengacu pada peran komando militer secara keseluruhan. Namun, dalam konteks bisnis, strategi berarti menetapkan cakupan dan arah pengembangan organisasi untuk meraih keunggulan kompetitif.

Pakar ilmu komunikasi Onong Uchjana Efendi, strategi sebenarnya adalah rencana dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan sesuai dengan target yang ditentukan, lebih dari sekedar memberikan petunjuk atau peta, strategi juga menunjukkan cara-cara operasional yang akan

¹⁹ Liliweri, Alo, *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana, 2011), 240

digunakan saat memilih dan menerapkan strategi dan struktur organisasi, manajer perlu mempertimbangkan pengaruh lingkungan eksternal.²⁰

Sedangkan menurut Mintberg, setidaknya ada lima aspek dari strategi yaitu:²¹

- a. Rencana yang diinginkan.
- b. Tindakan spesifik dengan tujuan mengelabui lawan atau pesaing.
- c. Pola Tindakan yang terintegrasi.
- d. Cara menempatkan organisasi pada lingkungan tertentu.

Anderson mengatakan strategi adalah suatu keahlian yang melibatkan kemampuan kecerdasan pikiran manusia untuk mengolah sumber daya yang tersedia guna mencapai keinginan untuk memperoleh keuntungan yang optimal dan maksimal.²²

Namun secara khusus strategi adalah penempatan misi secara khusus yang dilakukan perusahaan, dengan mengikat kekuatan internal dan eksternal, dalam merumuskan peraturan dan strategi tertentu untuk mendapat target sasaran dan memastikan penerapannya secara tepat, atau dapat dijelaskan dengan kalimat lain strategi merupakan suatu acuan atau langkah awal suatu tindakan yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, strategi diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus,

²⁰ Amirullah, strategi teori konsep kerja, (Jakarta: Wacana Media, 2015), 4

²¹ Sandra Oliver, strategi public relation (Jakarta, Erlangga, 2007), 2

²² Cangara, Hafied, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2013), 61

Dapat disimpulkan bahwasanya strategi adalah suatu keterampilan yang di miliki organisasi perusahaan atau lembaga dengan perencanaan tujuan yang sudah direncanakan. Karena tiap organisasi perusahaan dan lembaga, memiliki strategi terencana untuk mencapai keberhasilan organisasi perusahaan atau lembaganya.

2. Strategi Program Radio (*type of content*)

Sumber utama yang penting pada sebuah media yaitu adalah *type of content*, yaitu menentukan program dan jenis konten, termasuk variasi program, jenis program, dan banyaknya program sangatlah penting. Konten media merujuk kepada materi yang disajikan, yang dapat berupa berbagai program acara. Konten media pada umumnya dapat dikategorikan menjadi beberapa macam seperti informasi, hiburan, dan sebagainya. Ini adalah sebuah produk yang dapat digunakan berulang-ulang dan dipasarkan kepada audiens dan pengiklan.²³

Program acara merupakan Faktor terpenting keberhasilan stasiun penyiaran radio. Oleh karena itu upaya mencapai target pendengar memerlukan program atau penata acara.²⁴

Departemen program dan penyiaran memiliki kedudukan yang tinggi dalam menunjang kemajuan stasiun penyiaran. Strategi program

²³ Haryati Ekologi media di era konvergensi, jurnal balai pengkajian dan pengembangan komunikasi dan informatika Vol. 10, 2012

²⁴ Harlay prayuda, penyiar radio suatu pengantar untuk wacana dan praktik (Malang: Bayumedia, 2005), 45

atau yang biasa disebut sebagai manajemen strategi memiliki beberapa unsur yang terdiri dari:²⁵

a. Perencanaan program

Perencanaan adalah bagian elemen terpenting dari operasional prosedur (SOP) yang harus diikuti oleh *broadcaster*, hal tersebut meliputi;

- 1) *Planning*, rencana produksi siaran yang dilakukan oleh tim kreatif yang harus dijalankan secara teratur.
- 2) *Collecting*, pengumpulan data-data dan musik, termasuk mencari dan menghubungi narasumber merupakan bagian penting dari produksi siaran.
- 3) *Writing*, materi yang telah didapatkan dikelompokkan menjadi tulisan dan disusun menjadi kalimat yang siap untuk disiarkan.
- 4) *Vocal Recording*, kegiatan perekaman suara pembaca di dalam ruang rekaman.
- 5) *Mixing*, proses penggabungan suara vocal dengan latar belakang musik pendukung atau pencampuran berbagai sumber radio.
- 6) *On Air*, penayangan secara langsung dengan jadwal yang telah ditentukan.
- 7) *Evaluation*, proses penilaian terhadap suatu program setelah acara disiarkan dengan tujuan memperbaiki program siaran kedepannya.

²⁵ Marrison, M.A, manajemen media penyiaran strategi mengelola radio & televisi, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 273

b. Produksi dan pembelian program

Merupakan penggabungan pengetahuan, kreativitas melahirkan program. Sebuah program dapat diperoleh dengan memproduksinya sendiri atau membeli dari pihak lain. Hal ini dapat dilakukan jika stasiun radio tidak mempunyai peralatan produksi yang memadai, namun memiliki konsep untuk mengembangkan.

c. Eksekusi program

Eksekusi program adalah penyiaran program sesuai rencana yang telah disusun, keberhasilannya tergantung pada penyusunan program yang efektif dan penjadwalan yang memperhatikan audiennya, penataan program secara teratur berdasarkan panduan operasional siaran yang sering disebut dengan format *clock*, dan mencakup berbagai unsur program seperti, jumlah iklan, durasi penyiaran, jumlah lagu dan informasi lainnya.

d. Pengawasan dan evaluasi program

Penilaian dan pemantauan program menentukan sejauh mana pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa Langkah yang diperlukan dalam tahap pengawasan dan evaluasi program meliputi;

- 1) Persiapan program siaran.
- 2) Pengawasan terhadap isi program supaya sesuai dengan standar penyiaran stasiun siaran.
- 3) Mengontrol catatan program yang disiarkan.
- 4) Mengarahkan dan mengawasi staf departemen program.

- 5) Memastikan biaya program tepat tidak melebihi anggaran yang telah diputuskan.²⁶

Istilah lain perencanaan program yang umum dikenal dengan sebutan bauran program (*program mix*) yang meliputi:

- 1) Produk program (*product*) adalah sebuah content yang disajikan kepada audien termasuk didalamnya yakni nama program dan tampilan visual dari program tersebut.
- 2) Harga program (*price*) yaitu harga keseluruhan program yang meliputi semua biaya produksi program dan biaya yang dikenakan pada pengiklan (tarif iklan).
- 3) Distribusi program (*place*) yaitu proses pengiriman program dari pemancar radio hingga sampai diterima oleh audien melalui pesawat radio.
- 4) Promosi program (*promotion*) informasi yang diberikan kepada audien terkait adanya suatu program menjadikan ketertarikan mereka untuk menonton atau mendengarnya.²⁷

3. Strategi Menarik Audien (*types of audiens*)

Merupakan jenis yang mengacu kepada audien yang menjadi target sasaran dari sebuah program yang meliputi segmentasi, geografis, demografis, dan psikografis. Audien berperan penting untuk menjaga eksistensi media penyiaran, seperti media radio harus mampu membuat tertarik audiensnya untuk mendengarkan program, pemilik

²⁶ Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi, (Jakarta Kencana Prenada, 2015). 315

²⁷ Marrison, M.A, manajemen media penyiaran strategi mengelola radio & televisi, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 281

dan pengelola media penyiaran radio harus memiliki strategi penyiaran yang dapat memberikan ketertarikan kepada pendengar atau dapat merebut pasar yaitu audien.

Dalam tahap ini Kotler mengatakan bahwa merebut pasar audien terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu segmentasi pasar, *targeting* dan *positioning*,²⁸

a. Segmentasi

Segmentasi pasar audien adalah sebuah konsep dalam memahami audien, penyiaran dan pemasaran program. Menurut Eric Berkowitz dan rekannya segmen pasar dijelaskan sebagai *dividing up a market into distinct groups that (1) have common needs and (2) will respond similarly to a market action*. (membagi suatu pasar ke dalam kelompok-kelompok yang jelas yang (1) memiliki kebutuhan yang sama dan (2) pemberian respons yang sama terhadap sebuah tindakan pemasaran). Dengan demikian, jika dilihat dari sudut pandang audien, maka segmentasi pasar adalah sebuah kegiatan untuk mengelompokkan pendengar kedalam bagian-bagian yang lebih seragam dan konsisten.

Kotler juga berpendapat bahwa dasar-dasar segmentasi antara lain;

- 1) Segmentasi geografis, pendengar dibagi menjadi beberapa unit geografis seperti wilayah, ukuran kota atau kota besar, populasi

²⁸ Marrison, M.A, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 174

manusia, cuaca dan pengelompokan segmentasi lainnya yang berkaitan dengan wilayah tersebut.

- 2) Segmentasi demografis, strategi pemasaran yang digunakan untuk membagi bagian pasar menjadi kelompok kecil berdasarkan identitas seperti usia, siklus hidup keluarga, ukuran keluarga, pekerjaan, pendidikan, agama, jenis kelamin, pendapatan, ras, generasi, kewarganegaraan, kelas dan berbagai macam pembagian yang berhubungan dengan kondisi demografis.
- 3) Segmentasi psikografis, sebuah strategi pemasaran yang membagi pasar menjadi berbagai segmen berdasarkan aspek psikologis, gaya hidup konsumen dan nilai-nilai yang dianut. Beberapa kelompok demografis yang sama belum tentu memiliki psikografis yang sama.
- 4) Segmentasi tingkah laku, pembagian pendengar berdasarkan perilaku konsumen. Segmentasi ini berfokus kepada bagaimana konsumen berinteraksi dengan konsumen terkait pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan mereka terhadap suatu hal, bertujuan untuk melihat loyalitas dari pendengar.²⁹

Menurut klasifikasi kelasnya, pendengar bisa dibagi menjadi dua yakni;

- 1) Kelas menengah ke atas. Pada umumnya kelas ini memiliki pendengar yang memiliki pandangan panjang ke depan,

²⁹ Ditty Hepyanti Lulu, Strategi perubahan segmentasi pendengar RRI PRO 2 FM Surabaya, Jurnal Unair, 2020., 3

wawasan luas, dan pemikiran yang terbuka. Mereka cenderung berasal dari lingkungan perkotaan, berpikir rasional percaya diri, berani mengambil resiko, serta selera yang beragam.

- 2) Kelas menengah ke bawah, pada kelas bagian ini cara pandangan mereka terhadap saat ini dan kemarin terbatas, pengetahuan pemikirannya yang masih terbatas, kondisi lingkungannya identik dengan pedesaan, dengan cara yang berpikir konkret dan non rasional (mistis dan sejenisnya) lebih terikat pada keamanan fisik dan memiliki selera pilihan yang terbatas.³⁰

b. *Targeting* atau target

Target audien adalah sebuah proses memilih satu atau beberapa segmen yang menjadi fokus utama dari kegiatan pemasaran, program, dan promosi. Proses ini biasanya disebut dengan penyeleksian (*Selection*), karena audien harus diseleksi secara cermat. Perusahaan harus memiliki keberanian untuk memfokuskan pada beberapa bagian (segmen) saja sambil meninggalkan bagian lainnya.

Pemilihan target audien yang akan dijangkau oleh media penyiaran merupakan aspek penting dari strategi program dan memiliki dampak langsung pada kegiatan iklan dan promosi. Perusahaan sering kali perlu mempersiapkan alternatif strategi program yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan audien yang

³⁰ Masduki, Manjadi Broadcaster profesional, (Jogjakarta, LKIS 2015), 19

berbeda. Hal ini disebabkan jarang sekali suatu program dapat memenuhi kebutuhan seluruh audien.³¹

c. *Positioning*

Positioning adalah strategi komunikasi yang berkaitan dengan bagaimana memposisikan produk, merek, atau perusahaan kedalam pikiran audien, sehingga terbentuk penilaian tertentu di dalam pikiran mereka. Oleh karena itu *positioning* harus dilakukan dengan perencanaan yang tepat dan matang dengan pelaksanaan yang tepat. Pengelola media penyiaran harus mengetahui bagaimana audien memproses informasi, membentuk persepsi, dan bagaimana persepsi dapat mempengaruhi keputusan mereka dengan tepat. Hal ini penting sebab informasi yang ditempatkan pada posisi yang salah, maka akan sulit untuk mengubahnya.

Suatu Produk harus memiliki pernyataan *positioning* yang erat kaitannya dengan strategi menarik konsumen dan mampu mewakili citra atau persepsi yang ingin ditanamkan dalam benak konsumen. Citra tersebut harus memiliki keterkaitan yang mencerminkan karakter suatu produk. Pernyataan *positioning* harus dirumuskan dengan rangkaian kalimat yang menarik dan disampaikan dengan gaya yang menarik dan efektif.³²

³¹ Marrison, M.A, manajemen media penyiaran strategi mengelola radio & televisi, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 193

³² Marrison, M.A, manajemen media penyiaran strategi mengelola radio & televisi, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 197

Susan Tayler juga berpendapat, untuk memperoleh audien dalam acara siaran hal-hal yang harus diperhatikan stasiun radio meliputi;

1) Strategi kesesuaian

Agenda atau penjadwalan, penyesuaian tipe program dan konten yang berhubungan dengan kebutuhan pendengar.

2) Strategi pembentukan kebiasaan

Hal bertujuan untuk membentuk *habit* mendengarkan program acara yang disiarkan oleh stasiun radio. Oleh sebab itu kegiatan program acara siaran dilakukan secara rutin dengan durasi yang sama.

3) Strategi pengontrolan arus pendengar

Tujuan dari strategi ini adalah untuk memaksimalkan pendengar mengikuti program dari program ke program lainnya, dan meminimalisir para pendengar untuk beralih pada chanel radio yang lain. Oleh sebab itu stasiun radio harus menyajikan program acara yang unik dan berbeda dengan radio lainnya.

4) Strategi penyimpanan sumber-sumber program

Bertujuan untuk menyimpan sumber program yang telah ada dan berguna ketika suatu saat program akan dipakai lagi, dengan penambahan perubahan kecil. Ketersediaan sumber daya dalam sebuah program harus diperhitungkan secara cermat.

5) Strategi menarik masa

Hal ini penting untuk dilakukan, karena stasiun memperoleh keuntungan dengan memaksimalkan jumlah pendengar. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara menyajikan program-program menarik yang memenuhi kebutuhan audiens. Perbedaan minat juga harus jadi perhatian bagi stasiun radio supaya dapat diakomodasi dalam program yang disajikan.³³

4. Strategi pemasaran program radio (*Capital*)

Pemasaran *marketing* sangat krusial dalam mendorong kemajuan media penyiaran, dimana kesuksesan atau kegagalan bagian pemasaran berdampak signifikan terhadap kelangsungan hidup stasiun tersebut bisa tetap mengudara atau tenggelam.³⁴ Strategi pemasaran radio *Capital* meliputi struktur permodalan dan pemasukan iklan. Faktor *Capital* yang mencakup modal finansial, dana pemasukan iklan, sumber daya manusia, sarana teknologi dan fasilitas lainnya.

Departemen pemasaran merupakan sumber utama pendapatan media penyiaran. durasi program acara memiliki kemampuan untuk menjual waktu siaran (*air time*) sangat tergantung kepada keberhasilan bagian program dalam menarik audien, khususnya audien yang ingin pemasangan iklan. Program yang memiliki nilai bagus dapat menarik

³³ Susan Tyler, *Broadcast and Programing, Strategis and Practice*, (California, Wadsworth publishing company, 2012), 10

³⁴ Marrison, M.A, *manajemen media penyiaran strategi mengelola radio & televisi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 197

audien dan juga dapat menarik pengiklan untuk memasang iklan sehingga memberikan pemasukan bagi media penyiaran.³⁵

Pringle Star Mc Cavitt mengatakan bahwa departemen pemasaran media penyiaran bertanggung jawab atas:

- a. Pemberian waktu siaran kepada pengiklan.
- b. Menyediakan sarana prasarana pemasangan iklan agar mencapai target audien yang diinginkan dengan biaya yang kompetitif.
- c. Menghasilkan pendapatan yang cukup agar stasiun penyiaran dapat beroperasi secara kompetitif.
- d. Mendapatkan income keuntungan bagi pemilik stasiun.

Pada dasarnya strategi pemasaran radio sama dengan strategi komunikasi pemasaran pada umumnya, dimana bauran pemasaran program radio terdiri dari:³⁶

- a. Produk program (*product*), bahwa program adalah suatu produk yang ditawarkan kepada audien yang mencakup nama program dan kemasan program.
- b. Harga program (*price*) harga satuan program yang mencakup biaya produksi program dan biaya yang akan dikenakan kepada pemasang iklan (tarif iklan) pada program bersangkutan jika ditayangkan.
- c. Distribusi program (*place*) yaitu distribusi program yang merupakan proses pengiriman program dari transmisi hingga diterima audien melalui pesawat tv dan radio.

³⁵ Marrison, M.A, manajemen media penyiaran strategi mengelola radio & televisi, 413

³⁶ Marrison, M.A, manajemen media penyiaran strategi mengelola radio & televisi,281

- d. Promosi program (*promotion*), yaitu proses bagaimana memberi tahu audien mengenai adanya suatu program sehingga membuat mereka tertarik untuk menonton atau mendengarkannya.

5. Radio

a. Pengertian Radio

Radio adalah media auditif (hanya dapat didengar) terjangkau di kalangan masyarakat menengah kebawah, murah, merakyat, dan mudah untuk dibawa kemana-mana. Radio sendiri memiliki fungsi sebagai media komunikasi, ekspresi, informasi, hiburan, dan Pendidikan. Sebab itu radio memiliki kekuatan besar sebagai media berimajinasi sebab para pendengarnya berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual yang mereka dengar.³⁷ Radio menciptakan imajinasi (*theatre of mind*) dan mudah akrab dengan audiens, karena radio siaran memiliki karakteristik di antaranya: auditori (untuk didengar), isi siaran berlaku sepiantas tidak bisa diulang, identik dengan musik, mengandung gangguan timbul tenggelam (*fading*) dan teknis, akrab dan hangat, suara penyiar hadir di rumah-rumah atau di dekat pendengar. Disamping itu radio juga memiliki sifat di antaranya: pribadi, berfikir, interpretasi, heterogen menilai, dan selektif dalam memilih gelombang siaran sesuai selera para pendengarnya.³⁸

Radio merupakan anak pertama dunia penyiaran (*Radio is the birth of broadcasting*). Suara merupakan terpaan pertama radio ke

³⁷ Jhon Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005), 9

³⁸ Asep Syamsul M.Romli, *Kamus Jurnalistik*, (Bandung Simbiosis Rekatama Media, 2008), 108

khalayak dan simulasi khalayak dan simulasi yang dikorelasikan ke khalayak ke depannya. Menurut psikologis suara adalah sensasi yang terprepsikan ke dalam kemasam auditif. Stanly R. Alten, menjelaskan suaran adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditransformasikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi dinamis antara molekul dengan lingkungannya. Suara penyiar dapat memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar.³⁹

Menurut Santi Indra Astuti radio adalah suatu perkembangan teknologi yang memungkinkan suara di transmisikan bersamaan melalui sinyal frekuensi di udara. Sedangkan Efendy menjuluki radio sebagai *the fifth estale*, yang berarti radio bersifat langsung tidak memiliki jarak dan rintangan yang memiliki kekuatan dan daya tarik.⁴⁰

Menurut Max Well, radio adalah suatu gelombang magnetis yang dapat mengarungi ruang angkasa secara gelombang dengan kecepatan tertentu yang di perkirakan sama dengan kecepatan cahaya yaitu 186,000 mil/detik.⁴¹

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) radio diartikan sebagai siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara. Sedangkan menurut istilah umum disebut siaran radio

³⁹ Masduki, *Menjadi Broadcaster, Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LKIS Maret 2004), 15

⁴⁰ Novlein Theodora, *Studi Tentang Ragam Bahasa Gaul Dimedia Elektronika Radio Pada Penyiaran Memora-FM Manado*, Jurnal ACTA Durian Vol. II. No. 1. Th 2013., 5

⁴¹ Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Dan Praktek*, (Bandung: Alumni, 1990), 15

(*Broadcasting Radio*) termasuk dalam jenis media massa atau komunikasi massa, seperti halnya surat kabar, majalah, televisi.⁴²

Radio dalam kehidupan sehari-hari berfungsi sebagai sarana hiburan dan penyampaian informasi, tentunya terciptanya suara yang dapat di dengar oleh telinga seseorang merupakan peristiwa perubahan energi elektromagnetik dari gelombang radio yang tertangkap oleh pesawat radio lalu diubah melalui *loudspeaker* menjadi energi bunyi, dengan adanya gelombang radio tersebut, radio dapat di jangkau pada setiap tempat, setiap waktu sehingga mempermudah kita dalam mendengarkan informasi atau hiburan yang disuarakan.

Sebagai stasiun penyiaran, radio selalu merencanakan programnya secara strategis, misal membuat program acara yang baik dan sebagus mungkin, sehingga menarik dan menjaga partisipasi para pendengarnya.⁴³ Program-program yang dibuat sebaiknya sesuai dengan fakta dan data yang ada untuk memberikan suatu informasi dan edukasi kepada para pendengarnya sehingga dapat menarik para pendengar untuk selalu mendengarkan informasi-informasi yang akan dibawakan oleh penyiar, stasiun radio yang memiliki masa pasar pendengar yang banyak juga akan mendatangkan para sponsor untuk memasang iklan pada stasiun radio tersebut.

⁴² Romli, Asep syamsul M, *Broadcast Journalism, Panduan Menjadi Penyiar Reporter dan Script Writer*, (Bandung: Nuansa, 2004), 19

⁴³ Hidajanto Jamal Andi Fahrudin, *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*, (Jakarta: Kencana, 2011), 11

b. Sejarah Radio

Sejarah radio merupakan sejarah yang panjang dari penemuan hingga perkembangan menjadi salah satu media komunikasi paling penting di dunia. Michael Faraday dan James Clerk Maxwell pada abad ke-19 membuka jalan kepada para pengembangan teknologi radio. Mereka menemukan bahwa gelombang elektromagnetik dapat dibangkitkan dan dipancarkan dalam bentuk sinyal radio.⁴⁴ Awal sinyal radio ditransmisikan melalui gelombang data secara *continue* baik melalui modulasi amplitude (AM), maupun modulasi frekuensi (FM). Model transmisi pengiriman sinyal seperti ini disebut sebagai analog. Seiring dengan perkembangan waktu media penyiaran di dunia dimulai pada tahun 1887 ketika ahli fisika Jerman yang bernama Heinrich Hertz, dia berhasil mengirim dan menerima gelombang radio, upaya ini terus dilanjutkan oleh Guglielmo Marconi pada tahun 1874 sampai 1973, yang sukses mengirimkan sinyal Morse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada salah satu alat penerima. Pada tahun 1901 Marconi berhasil mengirim sinyal yang menyeberangi Samudra Atlantik dengan menggunakan gelombang elektromagnetik.⁴⁵

⁴⁴ Andy Rustam M, *Radio Is Sound Only Panduan Mengelola Radio Di Era Digital*, (Jakarta: BROADCASTMAGZ 2013), 1

⁴⁵ Morrison, *Manajemen Media Penyiaran* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2009), 2

c. Sejarah Radio di Indonesia

siaran radio pertama kali di Indonesia terjadi semasa penjajahan Belanda yang bernama *Bataviase Radio Vereniging* (BRV) yang bertempat di Batavia (Jakarta Tempo Dulu) yang didirikan pada tahun 1925 pada tanggal 16 juni, Pembangunan stasiun radio ini difungsikan sebagai alat komunikasi dan hiburan untuk para pejabat kolonial dan penduduk eropa di Hindia Belanda. Berawal dari berdirinya BRV mulai adanya bermunculan badan-badan radio siaran lainnya, diantaranya: *Nederland Indiesche Radio Omroep Masstchapyj* (NIROM) bertempat di Jakarta, Bandung, dan medan, *Mataramse Virninging Voor Radio Omroep* (MAVRO) bertempat di Yogyakarta, *Solossche Radio Vereniging* (SRV) di Solo, *Verniging Oosterse Radio Luisteraashs* (VORL) di Bandung, *Vereniging Voor Oosterse Radio Omroep* (VORO) di Surakarta, *Chineese en Inheemse Radio Luisteraars Vereniging Oost Java* (CIRVO) di Surabaya, *Eerste Madiunse Radio Omroep* (EMRO) di Madiun dan Radio Semarang di Semarang adalah beberapa stasiun radio yang ada. Selain itu, ada juga radio swasta seperti *Meyer Omroep Voor Allen* (MOVA) dan *Algemene Vereniging Radio Omroep Medan* (AVROM). Dari semua badan radio tersebut, NIROM adalah yang terbesar dan terlengkap karena mendapat dukungan penuh dari pemerintah Hindia Belanda.⁴⁶

⁴⁶ Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Penyiaran*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), 4

Dengan demikian, NIROM dapat menyiarkan program secara terpusat dari Semarang, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, dan Solo. Hal ini berbeda dengan badan radio siaran lainnya yang merupakan perkumpulan swasta, terutama yang dioperasikan oleh pribumi, yang biaya operasionalnya bergantung pada iuran dari para anggotanya.⁴⁷ Pada Tahun 1933 berdirinya badan-badan radio siaran lainnya, usaha bangsa Indonesia di berbagai kota besar seperti berdirinya SRV, MERVO, VORL, CIRVO, EMRO, dan Radio Semarang yang pada awalnya dibantu oleh NIROM lambat laun dipersempit akses penyiarannya, NIROM merasa khawatir karena perkumpulan radio-radio tersebut memiliki bahan siaran yang bersifat ketimuran, NIROM mendeteksi bahwa siaran ketimuran akan membahayakan baginya. Pada Tahun 1936 terbentuk sebuah berita bahwa mulai tahun 1937 “Siaran ketimuran seluruhnya akan dikuasai oleh NIROM sendiri”.⁴⁸ Berita ini menandakan bahwa NIROM tidak akan lagi merelay siaran-siaran radio milik pribumi, hal ini sebagai upaya kontrol NIROM untuk membatasi konten budaya dan bahasa yang disiarkan, sehingga mengendalikan pengaruh budaya dan ideologi yang dapat disebarkan melalui radio, di samping itu radio swasta yang lebih bebas dapat menjadi platform untuk menyampaikan pesan politik

⁴⁷ Fajar Junaedi, *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), 25

⁴⁸ Fajar Junaedi, *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), 26

yang tidak diinginkan atau bahkan aksi perlawanan terhadap penjajah.

Pada 29 Maret 1937 diadakannya agenda perkumpulan antara wakil-wakil radio timur yang digagas oleh anggota *Volksraad* yaitu M. Sutarjo Kartokusumo dan seorang insinyur bernama Ir. Sarsito Mangunkusumo yang dilaksanakan di Bandung, perkumpulan ini dihadiri dari beberapa wakil utusan radio swasta lainnya diantaranya: VORO (Jakarta), VORL (Bandung), MARVO (Yogyakarta), SVR (Solo), dan CIRVO (Surabaya), pertemuan ini melahirkan suatu badan yang bernama PPRK (Perikatan Perkumpulan Radio Ketimuran) dengan diketuai oleh Sutarjo Kartohadikusumo. Tujuan badan yang non-komersial ini bersifat “*Sosial Cultureel*” semata-mata untuk memajukan kesenian dan kebudayaan Masyarakat Indonesia, Rohani dan jasmani.⁴⁹

Atas nama usaha PPRK diadakannya pertemuan dengan pembesar-pembesar pemerintah untuk membicarakan hubungan antara PPRK dengan NIROM pada Tanggal 7 Mei 1937. Pertemuan ini menghasilkan kesepakatan dan persetujuan Bersama antara PPRK dengan NIROM bahwa PPRK menyelenggarakan siaran ketimuran dan NIROM menyelenggarakan segi tekniknya. Berawal dari kesepakatan inilah PPRK dapat melakukan siaran ketimuran, sejak ini juga PPRK berusaha keras untuk dapat melakukan siaran sepenuhnya sendiri tanpa ada ikut campur dari

⁴⁹ Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Radio*, (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2013), hlm. 6

NIROM. Pada Tanggal 1 September 1939, Jerman dibawah pimpinan Adold Hitler menyerang Polandia sehingga menimbulkan perang dunia II, situasi perang yang semakin panas di Eropa berdampak kepada Belanda, sehingga membuat pemerintahan Hindia Belanda menjadi agak lunak, kesempatan ini dimanfaatkan oleh PPRK untuk dapat menyelenggarakan siaran sendiri secara penuh. pada tanggal 1 November 1940 tercapailah tujuan PPRK untuk dapat melakukan siaran yang pertama kali dari PPRK tanpa campur tangan NIROM.⁵⁰

d. Fungsi Radio

Radio pada dasarnya mempunyai beberapa fungsi, Effendy mengatakan diantaranya sebagai fungsi penerangan,

Pendidikan, hiburan dan propaganda.⁵¹ Sekalipun radio hanya bersifat auditif, bukan berarti radio tidak dapat menjalankan fungsinya sebagai media penerangan. Fungsi radio sebagai media penerangan dapat disajikan dalam bentuk siaran berita, wawancara, editorial, reportase secara langsung, *talk show* dan lain sebagainya. Sebagai sarana media pendidikan radio memiliki jangkauan yang sangat luas, bahkan dapat menjangkau daerah terpencil sekalipun yang sulit untuk dijangkau dengan media lain, ini menjadikan alat media pendidikan yang efektif bagi mereka yang tidak memiliki akses mudah ke sekolah atau sumber belajar lainnya. Sebagian alokasi waktu siaran juga diisi oleh acara hiburan baik dalam bentuk

⁵⁰ Nurhikmah, Radio Dakwah Ditengah Perilaku Modernisasi (Sulawesi: CV. Dirah 2017), 25

⁵¹ Onong Uchjana, Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*. (Bandung: Alumni 2008), 137

musik maupun drama radio. Radio sebagai sarana propaganda bisa dilihat dari banyaknya pemasangan iklan yang dimiliki siaran radio.⁵²

e. Keunggulan Radio

Realita Masyarakat sekarang masih banyak yang setia mendengarkan radio, bahkan menjadikan pilihan radio sebagai media sumber informasi dan hiburan, tetapi juga ada sebagian masyarakat yang telah beralih meninggalkan radio dan memilih media yang lain untuk mendapatkan media informasi dan hiburan. Tentunya radio memiliki keunggulan dan kekurangannya yaitu sebagai berikut:

1) Keunggulan radio

a) Radio bersifat langsung

Program yang disampaikan oleh radio tidak memerlukan proses yang kompleks

b) Jangkauan yang sangat luas

Siaran radio dapat menjangkau para pendengarnya di daerah terpencil, pedesaan, dan perkotaan yang sulit diakses oleh media yang lain.

c) Daya tarik

Dikarenakan siaran radio memiliki beberapa unsur yang dapat dijalankan sekaligus yaitu: musik, kata-kata dan efek suara.

⁵² Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Radio*., 42-43

d) Biaya yang murah

Dibanding dengan media yang lain radio menjadi salah satu alternatif pemasangan iklan dengan harga yang murah, untuk pendengarnya sendiri tidak dipungut biaya saat mendengarkan siaran radio tidak ada sistem langganan atau bulan.

e) Fleksibel

Radio dapat diputar kapan saja dan dimana saja. Pendengar radio dapat melanjutkan aktivitasnya dengan tetap mendengarkan siaran radionya.

f. Kelemahan radio

Dibalik kelebihan dari radio tentunya radio memiliki kelemahan yang tidak bisa dipungkiri, diantaranya adalah.⁵³

- 1) Informasi pada siaran radio bersifat sekilas dan tidak dapat diulang, bagi pendengar tidak bisa mengetahui informasi yang disiarkan secara detail pendengar hanya bisa mereka dan membayangkan saja visualisasinya.
- 2) Informasi yang disiarkan juga terbatas tidak seperti hanya media cetak seperti koran yang bisa memuat banyak berita dalam satu layer, sedangkan radio mungkin dalam satu jam hanya tersaji beberapa berita informasi sebanyak dua atau tiga

⁵³ Ius, Yudo Triartanto, *Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek*, (Yogyakarta : Pustaka Book 2010), 145

informasi, itupun berita yang penting dan viral atau memiliki sensasi.

- 3) Penyebaran sinyal radio melalui pemancar, maka para pendengar radio harus berada di jangkauan area pemancar radio dan masih tergantung dengan cuaca, jika cuacanya buruk maka sinyal radio yang dipancarkan akan lemah dan mengganggu kualitas suara yang ditangkap oleh pendengar.

6. Program Radio

a. Pengertian program

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang memiliki arti acara atau rancangan, dalam penyiaran Indonesia istilah program sering diganti dengan istilah “siaran” yang memiliki definisi sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata program lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dibandingkan dengan kata “siaran” untuk merujuk kepada program acara, program yang dimaksud mencakup segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya.⁵⁴

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang disajikan stasiun penyiaran apakah program ini dianggap sebagai produk atau sebuah layanan yang dapat dijual kepada audien atau pengiklan.

⁵⁴ Arma Febiana, *Teknik Penyiaran Radio*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan dasar dan menengah 2018), 40

dengan kata lain, program adalah produk yang dibutuhkan oleh orang-orang sehingga mereka bersedia mengikutinya.⁵⁵

b. Jenis-jenis program

Menurut pringle Starr McCavitt, seluruh format di stasiun radio dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok besar, yaitu:⁵⁶

1) Format musik, format informasi dan format khusus (*specially*).

Format musik adalah format yang paling umum digunakan hampir seluruh stasiun radio komersial. Format musik pada program radio mengacu kepada pada kategori atau gaya musik tertentu yang disajikan oleh stasiun radio dengan tujuan untuk menarik audien tertentu, tetapi pada belakangan ini masalah yang terjadi pada stasiun radio adalah kesulitan untuk menentukan format musik yang akan disiarkan, dikarenakan fragmentasi jenis musik yang memiliki kecenderungan yang sama. Sehingga menyebabkan beberapa stasiun radio menggunakan nama format yang tidak umum.

2) Format informasi adalah jenis-jenis penyiaran yang mengacu

kepada penyajian informasi yang dipilih oleh stasiun radio. Sedangkan jenis-jenis program berfokus pada penyampaian berita, informasi aktual, analisis wawancara, atau secara umumnya dibagi menjadi dua bagian, berupa dominasi berita

⁵⁵ Marrison, M.A, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015),199

⁵⁶ Marrison, M.A, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi.*, 199

(*all news*) atau lebih condong kepada perbincangan (*all talk* atau *talk news*).

- 3) Format ketiga adalah kombinasi siaran radio yang menggabungkan berbagai jenis siaran atau program radio, program yang ditampilkan mencakup pengaturan program dengan berbagai format musik, hiburan, informasi, *talk show* dan lain sebagainya. Format ketiga ini dirancang untuk memberikan variasi dan keberagaman konten sehingga stasiun radio dapat memenuhi berbagai jenis pendengar.

7. Eksistensi

a. Pengertian Eksistensi

Eksistensi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *existence*, dari Bahasa Latin *exister* yang berarti muncul, ada, timbul, memilih keberadaan actual, beberapa pengertian secara terminologi yaitu pertama, apa yang ada, kedua, apa yang memiliki aktualitas (ada) dan ketiga adalah segala sesuatu (apa saja) yang di dalam menekankan bahwa sesuatu itu ada.⁵⁷

Abidin mengungkapkan bahwa eksistensi merupakan sebuah proses dinamis yang aktif, dimana sesuatu menjadi ada atau hadir sesuai dengan makna dasar dari eksistensi yang berarti keluar atau melampaui, dengan demikian eksistensi tidak bersifat statis atau terhenti, tetapi fleksibel dan terus berkembang atau malah

⁵⁷ Lorens Bagus, Kamus Filsafat (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2013), 183

mengalami penurunan tergantung pada bagaimana potensi yang dikelola.⁵⁸

Kamus besar Bahasa Indonesia mengartikan bahwa eksistensi adalah kehadiran. Eksistensi sendiri berasal dari Bahasa latin *existive* yang memiliki pengertian ada, timbul, atau memiliki keberadaan aktual. *Existive* disusun dari kata *ex* yang memiliki makna “keluar” dan *sistive* yang bermakna “tampil” atau “Muncul”.

Aristoteles Eksistensi memiliki pandangan bahwa eksistensi adalah tentang sejauh mana manusia diikuti oleh masyarakat sekitarnya. Semakin banyak pengakuan dari orang lain maka semakin eksis seseorang. Abraham Maslow juga mengatakan bahwa pengakuan eksistensi merupakan kebutuhan paling mendasar manusia, yang lebih penting dari pada keamanan, sandang, pangan dan papan.⁵⁹

Eksistensi seringkali merujuk kepada cara kita memastikan bahwa Tindakan atau kontribusi yang telah kita lakukan bermanfaat dan dihargai oleh orang lain, di samping itu pengertian eksistensi juga dikaitkan dengan adanya pengaruh atau dampak yang dapat diakui orang lain, seperti halnya jika dikaitkan dengan eksistensi sebuah radio maka akan memberikan ingatan kepada para pendengar ketika radio tersebut memiliki program yang

⁵⁸ Abidin, analisis Eksistensi, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2017), 16

⁵⁹ Muhammad Mufid, Etika dan Filsafat Komunikasi, Cet, ke-4, (Jakarta: Kencana, 2015), 101

menarik dan *update* untuk menampilkan kebutuhan masyarakat atau pendengarnya sehingga memberikan kesan positif.

Keberadaan radio Prosa FM tidak akan diketahui jika radio tersebut tidak menjalankan prosedur dengan baik, masyarakat memiliki peran yang besar dalam mewujudkan eksistensi atau keberadaannya, program-program yang dibuat harus selaras dengan kebutuhan masyarakat dan dikemas dengan semenarik mungkin untuk dapat mempertahankan para pendengar. Mempertahankan eksistensi tidak semudah membuat eksistensi, hal ini juga tidak bisa dipungkiri karena banyak sekali faktor yang mempengaruhi dalam proses keberlangsungannya, karena tidak selamanya eksistensi dari suatu lembaga akan tetap baik. Zaman yang terus berkembang dan diiringi dengan kemajuan teknologi yang modern telah menggeser radio sebagai konten hiburan dan mendapatkan informasi pada hari ini, hal ini memberikan tantangan besar bagi media tradisional seperti radio untuk dapat mempertahankan eksistensinya atau keberadaannya di tingkat masyarakat sosial.

Kehadiran *new media* berkaitan erat dengan lahirnya perkembangan internet, yang mencakup jaringan digital, modern dan komunikasi. Internet telah menjadi salah satu media informasi global yang mempengaruhi masyarakat untuk mengonsumsi informasi dan hiburan, dengan adanya internet menjadikan orang tidak bergantung lagi kepada apa yang telah disajikan oleh media

tetapi dapat mencari konten sesuai dengan kebutuhan dan minat pribadi mereka, ini merupakan tantangan kepada media penyiaran tradisional seperti radio untuk dapat bertahan dan beradaptasi agar tetap eksis dengan berbagai strategi yang relevan. Radio saat ini telah menjajaki hal ini melalui media baru, dan menghasilkan konten yang diminati masyarakat.

b. Mempertahankan Eksistensi

Eksistensi dapat dipertahankan dengan segala langkah dengan strategi yang telah dirancang, baik dari segi program, cara menarik audien, dan pemasaran program radionya. Banyaknya persaingan pasar dan pola konsumen yang berubah ubah menjadikan suatu tantangan besar bagi pelaku bisnis sehingga perlu adanya upaya untuk mempertahankan motivasi acara, ikut perkembangan pasar, amati pergerakan para pesaing, fokus dalam mengembangkan program acara, dan perluas jaringan (*Networking*).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara menyeluruh fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, dalam konteks yang alamiah. Pendekatan ini menggunakan deskripsi verbal dan bahasa yang sesuai dengan konteksnya, serta memanfaatkan metode-metode alamiah.⁶⁰ Peneliti menggunakan pengambilan sampel *purposive*, di mana *purposive* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya subjek dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan dan pemahaman yang luas tentang sumber data, atau memiliki kekuasaan yang dapat memfasilitasi peneliti dalam menjelajahi objek penelitian.⁶¹

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian studi kasus adalah penelitian kualitatif yang bermaksud untuk menemukan makna, menyelidiki proses, dan memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam dari individu, kelompok atau situasi. Dalam pengumpulan datanya sendiri dapat menggunakan berbagai teknik wawancara, observasi, dan pemeriksaan dokumentasi dan artefak dalam pengumpulan data.

Data yang dikumpulkan merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui penggunaan alat

⁶⁰ Tohirin. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling* (Jakarta: PT raja grafindo persada, 2012)., 3

⁶¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Ketujuh*, (Bandung: CV Alfabeta, 2008), 122

pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Peneliti mengumpulkan data penelitian secara langsung dari sumber atau lokasi objek penelitian.⁶² yang berupa data gambar, kata-kata, dan bukan angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.⁶³

B. Lokasi penelitian

Penelitian bertempat di Kabupaten Probolinggo, Kecamatan Kraksaan. Letak alamat lebih lengkapnya adalah Jl. Raya Sudirman 3B Kraksaan, Probolinggo, Jawa Timur, kode Pos 67282. pendengar setia diera gempuran platform digital radio atau streaming yang banyak bermunculan pada era digital ini.

C. Subjek penelitian

Penelitian ini meneliti program *morning request* di radio Prosa FM peneliti memilih tempat tersebut karena sejarah radio Prosa FM yang telah lama berdiri selama 20 tahun di kota Probolinggo dan menjadi salah satu radio yang masih eksis sampai sekarang.

Peneliti menggunakan teknik purposive untuk memilih subjek penelitian sebagai sumber informasi, teknik ini memilih sampel data dengan pertimbangan khusus, seperti memilih orang yang dianggap paling mengerti tentang masalah yang diteliti.

⁶² Sugiono, Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (bandung: ALFABETA, 2015),137

⁶³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja rosdakarya, 2017), 11

Pada metode penelitian kualitatif subjek penelitian disebut dengan informan, yaitu orang yang memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan

Dalam penelitian ini, informasi dikumpulkan dari beberapa sumber informan yang dianggap memiliki pengetahuan relevan dengan topik penelitian, sehingga peneliti dapat memperoleh wawasan tambahan, berikut adalah subjek informan yang dipilih:

1. Pengelola Prosa FM

Bapak Ir. Iwan Irawan beliau adalah ketua dari Radio Prosa FM yang bertanggung jawab pada pengelolaan operasional dan administrasi yang berlangsung di stasiun penyiaran radio. Narasumber dipilih peneliti untuk mempermudah peneliti mendapatkan informasi terkait sistem pengelolaan yang ada radio Prosa FM karena beliau salah satu pendiri dan penggagas Radio Prosa FM.

2. Program *Director*

Ibu Badi'ah Agustina, yang bertanggung jawab di wilayah perencanaan, pengembangan dan pelaksanaan program-program yang disiarkan, narasumber tersebut dipilih dikarenakan berkaitan dengan fokus masalah yang diteliti peneliti terkait program acara *Morning request*.

3. Manager Event

Fendi Hermawan, yang bertanggung jawab pada jenis acara promosi dan pemasaran acara untuk menarik audien, narasumber tersebut dipilih peneliti berkaitan dengan eksistensi radio terhadap

lingkungan sosial di masyarakat, di samping itu Fendi Hermawan adalah orang yang tau betul kondisi lingkungan sosial diluar area radio Prosa FM.

4. Penyiar *Morning request*

Rendi Rizki sebagai penyiar program acara *morning request*, narasumber tersebut dipilih peneliti berkaitan dengan program acara yang dibawakan oleh beliau, untuk mengetahui dan mengamati program acara *morning request* dari sisi pembawa acaranya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, setiap proses tersebut dijelaskan dengan detail untuk memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhan peneliti, pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian ini karena bertujuan untuk memperoleh data yang sesuai dengan kebutuhan peneliti, berikut adalah beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data di mana pewawancara mengajukan pertanyaan langsung kepada narasumber dan hasilnya dicatat atau direkam menggunakan perangkat perekam.⁶⁴ Penelitian ini mengadopsi metode wawancara non-struktur, di mana peneliti menggunakan pertanyaan yang tidak baku agar penggalian informasi yang lebih mendalam, peneliti lebih leluasa dan bersifat

⁶⁴ Cholid Nurboko, *Metodologi Penelitian* (Jakarta :PT. Bumi Aksara, 2007), 70

terbuka sehingga memungkinkan dialog yang luas antara peneliti dan informan, dalam melakukan wawancara peneliti perlu mendengarkan dengan cermat dan mencatat apa yang disampaikan oleh informan.

2. Observasi

Selain wawancara peneliti juga menggunakan teknik observasi selain untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, observasi adalah pengamatan sistematis terhadap unsur-unsur yang terlihat dalam objek penelitian. Dalam observasi peneliti menggunakan panca indra seperti penglihatan dan pendengaran untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan.⁶⁵ Peneliti menggunakan observasi non partisipan, di mana peneliti tidak terlibat langsung dan bertindak sebagai pengamat independent, observasi dilakukan dengan mengamati proses produksi dan mendengarkan siaran radio, serta melihat situasi dan kondisi di lokasi penelitian.

3. Dokumentasi

Selain wawancara dan observasi, peneliti memanfaatkan teknik dokumentasi, dokumentasi berasal dari kata "dokumen" yang mengacu pada barang-barang tertulis, seperti buku, peraturan-peraturan, notulen rapat, dan catatan-catatan, metode ini digunakan sebagai sarana untuk mengumpulkan data yang relevan dengan judul proposal penelitian, teknik dokumentasi merupakan cara untuk mengumpulkan data dan informasi dengan mencari dan menemukan bukti-bukti yang

⁶⁵ Siti Mania, *Metodologi Penelitian dan Sosial* (Makassar: Alauddin Uneversity Press, 2013), 49

diperlukan⁶⁶ Dokumentasi merupakan sumber data yang dapat dipercaya karena mencerminkan fakta yang telah terjadi di lapangan. Untuk memperjelas hasil penelitian, peneliti mendokumentasikannya dalam bentuk foto-foto dan data yang relevan dengan topik penelitian.

4. Analisis data

Analisis data dilakukan sepanjang proses pengumpulan dan setelah selesai proses pengumpulan data, Miles dan Huberman menekankan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan hingga data terpenuhi.⁶⁷ Dalam analisis data kegiatan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi, selanjutnya data yang terkumpul akan diolah secara sistematis. Proses dimulai dari wawancara, klarifikasi, dan penyajian data lainnya, serta menarik kesimpulan dari data tersebut. Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman sebagai berikut:

a. Reduksi data

Menurut Hardani dkk dalam bukunya tentang metode penelitian kualitatif dan kuantitatif, reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang terdapat dalam catatan

⁶⁶ Sugiono, Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2013), 224

⁶⁷ Sugiono, Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D, 246

catatan lapangan.⁶⁸ Tahapan ini merupakan mengelompokkan data dari hasil observasi dan wawancara sesuai dengan fokus penelitian.

b. Penyajian data

Setelah proses reduksi data, langkah berikutnya adalah menyajikan data, dalam penelitian ini penyajian data dapat berupa uraian singkat, diagram, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sebagainya. Menurut Miles dan Huberman, format yang paling umum digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif.⁶⁹ Adanya penyajian data memudahkan untuk mendalami dan memahami hal yang terjadi dan dapat dengan mudah melakukan kegiatan selanjutnya.

c. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari penelitian di mana peneliti menginterpretasikan data sesuai dengan konteks masalah penelitian. Dari interpretasi ini kesimpulan tentang jawaban terhadap permasalahan penelitian dapat diambil. Proses interpretasi melibatkan pencarian makna dari data yang telah direduksi, termasuk perbandingan, pengidentifikasian pola, tema, hubungan, pengelompokkan, dan pemeriksaan hasil penelitian, Ini merupakan langkah penting yang dilakukan oleh peneliti.:

1) Mengumpulkan data di lapangan.

⁶⁸ Hardani dkk, metode penelitian kualitatif dan kuantitatif, (Yogyakarta, CV, Pustaka Ilmu, 2020), 164

⁶⁹ Sugiyono, metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D, (Bandung:Alfabeta, 2013), 249

- 2) Menyeleksi data yang diperoleh dan membuang data yang tidak perlu.
- 3) Mengelompokkan data sesuai dengan jenisnya.
- 4) Merangkum data yang telah disusun.
- 5) Menyajikan dengan narasi singkat dan berbentuk teks.
- 6) Menyajikan data yang telah disimpulkan dan melakukan verifikasi selama penelitian berlangsung.

E. Keabsahan data

Pengecekan keabsahan data sangat penting agar data penelitian dapat menggabungkan berbagai sumber dan teknik pengumpulan data digunakan untuk memastikan kredibilitas data. Dalam hal ini, triangulasi sumber melibatkan pemeriksaan data dari berbagai sumber dan waktu untuk memferifikasi informasi.:

1. Memeriksa konsistensi antara data observasi dengan hasil wawancara
2. Membandingkan pernyataan publik dengan pernyataan pribadi individu.
3. Mengevaluasi perbedaan antara apa yang diungkapkan dalam situasi penelitian dengan yang dinyatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan pandangan individu dengan perspektif yang didukung oleh lainnya.⁷⁰

⁷⁰ Iskandar, Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial Kuantitatif Dan Kualitatif (Jakarta: Gaung Persada Press, 2013)., 330

F. Tahap-tahapan penelitian

Pada tahapan ini peneliti akan menguraikan proses pelaksanaan penelitian yang dilakukan peneliti. Proses penelitian yang dilakukan peneliti mulai awal hingga akhir maka perlu diuraikan dalam tahap-tahap penelitian. Adapun tahap-tahap penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

Dalam penelitian lapangan terdapat lima tahapan yang dilalui peneliti diantaranya;

- a. Merencanakan penelitian.
- b. Memilih lokasi penelitian.
- c. Mengurus Perizinan.
- d. Menjelajah dan mengevaluasi lapangan.
- e. Memilih dan menggunakan informasi.
- f. Menyiapkan peralatan penelitian.

2. Tahap penelitian lapangan

Peneliti menuju ke lapangan untuk mengumpulkan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kegiatan yang dilakukan dalam tahap penelitian:

- a. Menelaah latar belakang masalah dan tujuan penelitian.
- b. Mencari data/informan yang dibutuhkan peneliti.

3. Tahap analisis data

Setelah data terkumpul dari lapangan, langkah selanjutnya adalah analisis data, dimana data secara menyeluruh dianalisis dan

dideskripsikan dalam format teks, serta ditarik kesimpulan dari data yang telah terkumpul, adapun kegiatan yang dilakukan pada tahap ini

- a. Data yang terkumpul dianalisis secara keseluruhan dan dideskripsikan dalam bentuk tulisan.
- b. Menyusun data
- c. Memberikan kesimpulan data-data yang sudah terkumpul.



BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Radio Prosa FM

Radio prosa FM didirikan oleh satu keluarga yang bertempat tinggal dan lahir di Probolinggo, pendiri tersebut bernama Ir. Iwan dengan ibundanya yang bernama Sutrisniati. Mereka mendirikan sebuah media radio yang bernaung sebagai PT. Radio Probolinggo Suara Andhika pada tanggal 08 Agustus 2004. Pada waktu itu khususnya di Kabupaten Probolinggo media radio sangat jarang ditemukan, hanya ada beberapa radio yang ada di kota Probolinggo seperti Angkasa Jaya FM dan sekarang sudah berubah nama menjadi Suara Giri, Bromo FM, dan Suara Kota FM. Sedangkan di Kabupaten Probolinggo sendiri masih sangat jarang ditemukan, salah satu media informasi yang banyak ditemukan adalah media cetak seperti: koran, majalah, poster dan sebagainya. Berawal dari situlah Ir. Iwan dan ibunya Sutrisniati berinisiatif untuk mendirikan sebuah media radio untuk memberikan alternatif lain kepada masyarakat dalam mencari hiburan dan informasi di Kabupaten Probolinggo.

Pada Tahun 2004 Ir. Iwan dan ibu Sutrisniati mulai mengajukan persyaratan perizinan pendirian media radio kepada kementerian komunikasi dan Informasi (KOMINFO) dan mendapatkan respon positif, dan bersamaan pada tahun itu juga radio Prosa FM diresmikan.

Prosa FM memiliki bangunan berlantai satu dengan dilengkapi berbagai fasilitas penunjang siaran, selain juga ada beberapa fasilitas

pendukung di antaranya: Komputer, Foto copy dan ruangan yang dilengkapi AC. Untuk ruangan sendiri terbagi menjadi beberapa bagian yang meliputi: ruangan direksi, ruangan operator, ruang administrasi, ruang siaran dan sebagainya.

2. Lokasi Radio Prosa FM

Prosa FM beralamat di Jl. Raya Sudirman 3B Kraksaan, Probolinggo, Jawa Timur. Letak radio prosa FM cukup strategis karena berada pada jalan kota yang menghubungkan Probolinggo dan Surabaya, selain itu letak bangunan yang berada dipinggir jalan memudahkan untuk diketahui dan memberikan kemudahan akses bagi pengunjung atau tamu yang ingin berkunjung.

3. Profil Radio Prosa FM

Berikut ini adalah profil umum radio Prosa FM ⁷¹

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
Cal Sign	: 02.265.965.0-625.000
Radio station call	: 105,7 PROSA FM
Positioning Slogan	: Saluran informasi dan hiburan yang semakin dekat di hati.

⁷¹ Dokumentasi, Probolinggo, 02 Desember 2023

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/ prosafm @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 Argupuro 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 – 1.000.000 22,66%
	500.000 – 700.000 26,03%
	<500.000 22,12%

4. Struktur Organisasi Radio Prosa FM

Radio prosa FM memiliki badan struktur organisasi yang jelas dan mendapatkan dukungan manajemen yang baik. Struktur organisasi ini dibuat untuk memudahkan kinerja anggota ketika melaksanakan tugas supaya sesuai dengan tanggung jawab jabatan masing-masing. Penjabaran struktur organisasi Prosa FM sebagai berikut:

Komisaris	: Sutrisnaniati
Direktur Utama	: Ir. Iwan Hermawan
Manager Teknik	: Ir. Heri
Program Director	: Badi'ah Agustin S.Pd
Manager Event	: Fendy Hermawan
Musik Director	: Vreede Intang Chaosa
Manager	: Ratna Wahyuningtias, SE
Pemberitaan	
Penyiar	: a. Ocha

- b. Verry
- c. Rara
- d. Agustin
- e. Rizki

Reporter : Iin Irnawati. S KG

Staf Administrasi : Nita Dwi Puspita Dewi

5. Program acara Radio Prosa FM

Radio Prosa FM memiliki beberapa program konten siaran berupa sebuah program informasi dan hiburan. Program yang dimiliki mengudara selama 19 jam non stop, program yang dimiliki oleh Radio Prosa FM ada tiga macam yakni, program utama, program unggulan, program Khusus dan program sekilas.

a. Program Utama

Program ini berisi tentang informasi pemberitahuan umum yang berkaitan tentang kehidupan masyarakat pada umumnya secara aktual akurat, dan terpercaya. Informasi yang diberikan didapat oleh beberapa reporter yang turun kelapangan dan beberapa informasi yang didapat melalui telepon dan media sosial. Berikut ini beberapa macam program yang tergolong pada program utama Radio Prosa FM di antaranya:

- 1) *Morning request*, program yang menyiarkan informasi dunia *entertainment*, kirim salam dan merequest lagu pop Indonesia dan mancanegara dengan kemasan tema acara yang berbeda pada setiap harinya.

- 2) Goyang pagi, program ini berisi tentang lagu-lagu dangdut remix, tujuan dari program ini memberikan semangat kepada para pendengar dalam menjalin aktifitas di pagi hari.
- 3) Dangdut Boxes, program ini mengangkat seputar informasi info/tips kuliner, salam dan request dangdut yang dikemas dengan semenarik mungkin.
- 4) Bingkai Nostalgia, adalah program yang membawa para pendengarnya dalam perjalanan yang penuh kenangan, dengan menyuguhkan informasi seputar kesehatan, menyampaikan salam hangat, dan memenuhi permintaan lagu-lagu pop Indonesia dari era 70an dan 80an.
- 5) Sate Madura, Program yang membawa para pendengarnya untuk menambah informasi dunia wisata di Probolinggo dengan gaya pembawaan Bahasa madura sebagai dialog penyiaranya di sekitarnya.
- 6) "Syi'ar Agama" adalah program yang dapat membawa para pendengarnya dalam perjalanan mendalam ke dalam ajaran agama, dengan menyajikan ceramah dan konsultasi terkait keagamaan Islam, bertujuan untuk memberikan edukasi dan pencerahan kepada para pendengar..
- 7) Seputar peristiwa siang, program yang memberikan informasi berita kejadian siang yang dialami dan terjadi di masyarakat secara aktual, akurat dan terpercaya.

- 8) Kumpulan dangdut Indonesia, program yang membawa pendengarnya dalam petualangan musik dangdut terkini, dengan menyajikan informasi terbaru tentang lagu-lagu dangdut dan profil musisi dangdut Indonesia, serta memberikan kesempatan bagi pendengar untuk memberikan salam dan permintaan lagu.
- 9) Musik tema kita (MTK), program siaran yang memberikan gaya hidup (*live stile*) dan salam request lagu pop Indonesia hingga mancanegara.
- 10) Pentas dangdut malam, program ini berisi tentang hiburan yang dapat menghidupkan suasana malam dengan hiburan dari lagu-lagu dangdut masa lalu yang menghadirkan nuansa nostalgia, mempersembahkan pengalaman hiburan yang menyenangkan bagi para pendengar ketika mereka beristirahat.

b. Program khusus

- 1) Kota kita, program talk show terkait aspek-aspek kehidupan.
- 2) Kemando, program talk show yang bertemakan politik dan keamanan negara dalam negeri
- 3) Dialog Kesehatan, program *talkshow* yang membicarakan Kesehatan
- 4) Sejuta hikmah, program *talkshow* yang mengangkat sisi keagamaan (Islam)
- 5) Konsep, program edukasi informasi seputar dunia Pendidikan
- 6) Liga bola, program yang memberikan informasi seputar sepak bola

- 7) Bagi cerita (GiTa), program yang memiliki tema curhatan para pendengar dan pemberian solusi masalah sebagai wadah menampung aspirasi, khususnya bagi remaja.
- 8) Gema Islam, program *talkshow* bersama tokoh agama setempat yang dilakukan khusus pada bulan Ramadhan
- 9) Indo top 10 (dangdut top 10), program pemberian informasi terkait tangga lagu dangdut terkini.
- 10) Special fantasi Andika (SFA), program yang menyajikan kreasi pelajar, mahasiswa secara langsung untuk menampilkan kreasi.

c. Program Sekilas

- 1) Flas news, program yang berisi tentang siaran langsung reportase dari para reporter, siap disiarkan kapan pun diperlukan. Tujuannya sederhana: memberikan informasi aktual dan terpercaya kepada masyarakat dengan cepat, membantu pihak kepolisian dalam memantau situasi, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kejahatan. Diharapkan program ini akan membuat pendengar Radio Prosa FM tetap terhubung dengan berita terkini dan situasi sekitar dengan lebih baik.
- 2) Lintas Informasi, program ini berisi tentang sumber informasi terkini tentang ilmu pengetahuan, seni, budaya, infotainment, dan olahraga. Dengan disiarkan secara berkelanjutan, program ini bertujuan untuk memperluas wawasan pengetahuan masyarakat. Pendengar bisa terus mengikuti siaran radio untuk tetap update dengan informasi terbaru.

6. Gambaran umum Program *Morning request*

Morning request merupakan sebuah program yang telah mengudara sejak awal berdirinya Radio Prosa FM. Program ini dimulai setiap pagi pada jam 07.00 – 10.00 WIB, *Morning request* dibuat bertujuan untuk menciptakan atmosfer yang positif dan menyenangkan yang dapat didengarkan setiap pagi hari, dengan menghadirkan musik yang diinginkan oleh pendengar, program ini juga bertujuan untuk menyegarkan dan membangkitkan semangat untuk mengawali hari-hari untuk beraktifitas. *Morning request* menekankan interaksi langsung kepada pembawa acara dan pendengar dan memberikan kesempatan bagi pendengar untuk memilih atau request lagu favorit mereka sehingga dapat membangun kedekatan antara pendengar dan pembawa acara.

Program ini memutar lagu-lagu pop Indonesia sampai dengan mancanegara dan juga informasi seputar dunia intertainment serta kirim salam dari per request lagu. Pendengar dapat merequest lagu kesukaannya sehingga diharapkan mampu untuk memberikan semangat di pagi hari untuk mengawali aktivitas. Disamping itu pendengar juga dapat menitipkan salam kepada pendengar lainnya untuk kirim salam sapa lewat radio.

Sesuai dengan nama program acara yaitu *Morning request* acara ini selalu dikemas dengan suasana yang penuh keceriaan dan semangat,

karena acara ini bertujuan untuk menciptakan atmosfer yang positif dan menyegarkan untuk membantu para pendengar membangkitkan semangat di pagi hari.

B. Penyajian Data dan Analisis Data

Penelitian menyajikan data dan analisis data untuk mendeskripsikan data dan hasil yang diperoleh dengan menggunakan metode dan proses yang sudah diuraikan pada BAB III.⁷² Bukti dan temuan dalam penelitian ini bersumber dari data yang dikumpulkan melalui survei, wawancara, dan sumber informasi lainnya. Presentasi data ini dimaksudkan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam penelitian, termasuk perumusan masalah, kerangka teoretis, serta informasi yang berkaitan dengan subjek penelitian.

Sugiono menjelaskan bahwa analisis data merupakan kegiatan memeriksa data secara detail dan menyusun informasi yang berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumen terkait. Proses ini melibatkan pemilihan data ke dalam kelompok-kelompok tertentu, mengorganisirnya menjadi pola, serta menentukan data mana yang relevan dan perlu diinklusion.⁷³

Setelah menyelesaikan penelitian, penulis menghadirkan informasi mengenai Strategi Prosa FM dalam Mempertahankan Eksistensi Program *Morning Request* berdasarkan hasil observasi dan data yang terhimpun.

⁷² Tim Penyusun, Pedoman Karya Ilmiah, 94.

⁷³ Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, hal 244.

Penulis telah melaksanakan studi tersebut dan berikut adalah temuan yang ditemukan:

1. Strategi radio Prosa FM dalam mempertahankan eksistensi program

Morning Request

Radio merupakan penyampai informasi, hiburan, dan konten audio melalui gelombang elektromagnetik yang disebarkan melalui udara, hal ini melibatkan penggunaan perangkat penyiar radio seperti pemancar dan antena untuk mentransmisikan sinyal radio frekuensi tertentu kepada penerima radio. Dalam era digital, penyiaran radio juga telah berevolusi untuk mencakup streaming online, podcast, dan layanan radio internet lainnya memperluas jangkauannya hingga seluruh dunia dan memberikan pendengar akses yang lebih luas terhadap berbagai konten audio. Tetapi hal ini juga harus diimbangi dengan strategi untuk dapat terus tetap bersaing dengan radio lain.

Penyiaran radio yang telah berevolusi dalam era digital juga akan memberikan tantangan persaingan penyiaran, akan selalu bermunculan inovasi dan gagasan yang baru dengan penyiaran yang lebih unik daripada sekedar suara. Banyak beberapa stasiun penyiaran radio yang tidak bisa eksis dan tenggelam karena tidak memiliki manajemen strategi dalam memperoleh mangsa pasar pendengar dan kurang berkembangnya konten yang disajikan. Hendaknya dalam membuat strategi penyiaran radio harus memperhatikan beberapa faktor, diantaranya target audien, konteks siaran, platform penyiaran, dan evaluasi kinerja. Pada kesempatan kali ini peneliti

telah melakukan wawancara dengan Bapak Iwan Irawan selaku pengelola operasional dan administrasi Prosa FM, berikut ini petikan wawancaranya.

“perkembangan dunia digital yang pesat secara tidak langsung memberikan pengaruh kepada radio konvensional. Seiring dengan popularitas streaming musik online, layanan podcast, dan platform media sosial, banyak pendengar beralih dari radio tradisional ke platform digital, hal ini membuat kita selaku usaha radio terus berupaya untuk tetap eksis dikalangan masyarakat dengan program-program yang sudah kita miliki selama bertahun-tahun, hal ini juga perlu adanya manajemen strategi untuk dapat menarik pendengar atau pelanggan pendengar radio kita tetap setia.”⁷⁴

Pada kesempatan lain peneliti juga telah mewawancarai Ibu Badi'ah Agustina selaku program director, berikut ini hasil wawancara dengan beliau;

“Radio telah mengalami perkembangan yang begitu pesat dengan dibantu pertumbuhan teknologi digital, mau tidak mau kita juga harus mengikuti perkembangan untuk tetap eksis dan bersaing dengan radio-radio yang lain. Saya selaku program director juga telah memajemen strategi supaya program yang telah kita miliki tetap eksis. Langkah yang kita terapkan yaitu mengevaluasi performa program, pembaruan format dan konten, interaksi dengan pendengar, kerjasama dan kemitraan dan pengembangan komunitas.”⁷⁵

Selain hasil wawancara diatas peneliti juga telah melakukan wawancara dengan Bapak Fendi Hermawan selaku manager event radio

Prosa FM, berikut hasil wawancara dengan beliau:

“Strategi yang kita lakukan untuk dapat tetap eksis yaitu dengan melakukan pendekatan dengan komunitas-komunitas yang ada di wilayah probolinggo sendiri, hal ini cukup efektif mengingat komunitas adalah sebuah ruang tempat berkumpulnya orang-orang. Selain itu kita juga melakukan pembaruan format konten, hal ini dilakukan untuk menjaga konten tetap segar, relevan dan menarik bagi audien. Selanjutnya kita juga memperkuat interaksi dengan

⁷⁴ Iwan Irawan, wawancara, 20 Februari 2024

⁷⁵ Badi'ah Agustina, wawancara, 20 Februari 2024

pendengar melalui saluran komunikasi seperti telepon, pesan teks, media sosial dan kolom surat pembaca”.⁷⁶

Dapat disimpulkan dari pemaparan diatas langkah-langkah strategi yang digunakan untuk menjaga program *morning request* untuk tetap eksis diantaranya melakukan evaluasi program, pembaruan format dan konten, interaksi dengan pendengar, kerjasama dan kemitraan, serta pengembangan komunitas. Pendekatan komunitas lokal menjadi fokus strategis, dan pembaruan konten dilakukan untuk menjaga kesegaran dan daya tarik program. Interaksi dengan pendengar juga diperkuat melalui berbagai saluran komunikasi seperti telepon, pesan teks, media sosial dan surat pembaca.

Suatu program yang unik dan memiliki ciri khas akan membantu program tersebut bertahan dan memiliki pendengar setia, hal ini juga akan menjadikan suatu program tersebut akan terus eksis dan diminati oleh banyak pendengar. Program *morning request* adalah salah satu program yang memiliki keunikan dan ciri khas yang tersendiri sehingga mampu membentuk lingkaran pendengar setia dalam program tersebut. Program acara yang dikemas dengan cara yang santai dan ceria, memiliki konten yang dapat dipilih oleh pendengarnya sendiri dan dapat berinteraksi secara langsung dengan para pendengar menjadikan program ini dapat bertahan dan masih diminati banyak kalangan, seperti yang telah dikatakan oleh Rendi Rizkia selaku penyiar program *Morning request*, berikut ini petikan wawancara dengan beliau;

⁷⁶ Fendi Hermawan, wawancara, 21 Februari 2024

“Program *Morning request* telah berjalan kurang lebih 20 tahun lamanya, program ini termasuk kedalam program unggulan pada radio kita karena pemerhatinya yang banyak. Acara yang disajikan menggunakan gaya bahasa yang santai dan ceria memberikan semangat untuk beraktifitas dipagi hari. Selain itu interaksi secara langsung dengan pendengar lewat media telepon dan digital juga memberikan pengalaman keterlibatan langsung dengan pendengar menjadi lebih personal”.⁷⁷

Hal yang sama juga diutarakan oleh Ibu Badi’ah Agustina selaku program director Prosa FM, berikut hasil petikan wawancara dengan beliau

“program *Mornig Request* memiliki keunikan tersendiri bagi saya. Program ini disiarkan setiap pagi dengan tujuan memberikan semangat pagi dan menemani para pendengar untuk memulai kegiatan dipagi hari, konten yang disajikan berupa berita ringan dan hiburan serta interaksi langsung dengan para pendengar melalui media telepon dan digital membangun rasa kepemilikan program kepada para pendengar karena para pendengar dapat menentukan lagu yang ingin didengar serta dapat berkirim-kirim salam kepada semua orang”.⁷⁸

Dapat disimpulkan dari hasil pemaparan narasumber diatas bahwasanya program *Morning Request* telah menjadikan salah satu program unggulan radio Prosa FM selama kurun waktu 20 tahun. Dengan pembawaan gaya bahasa yang santai dan ceria, program ini berhasil memberikan semangat pagi bagi pendengar, interaksi secara langsung dengan pendengar melalui telepon dan media digital menambah dimensi personal dan membuat para pendengar merasa memiliki program tersebut, konten berupa berita ringan dan hiburan juga berhasil menghibur dan menyegarkan pendengar pada pagi hari. Hal ini menjadikan program

⁷⁷ Rendi Rizkia , wawancara, 21 Februari 2024

⁷⁸ Badi’ah Agustina, wawancara, 20 Februari 2024

Morning Request memiliki keunikan tersendiri dan menjadi bagian integral dari pengalaman mendengarkan radio bagi para pendengarnya.

Hasil observasi yang didapatkan oleh peneliti juga menunjukkan hasil yang sama. Hal ini terlihat Ketika pembawa acara berbincang-bincang langsung dengan para pendengar yang meminta untuk memutar lagu kesukaan pendengar.⁷⁹

Dalam mempertahankan sebuah eksistensi program acara yang telah lama berjalan kurang lebih selama 20 tahun tentunya tidak mudah, pastinya ada sebuah tantangan besar yang harus dilalui, ditambah lagi dengan berkembangnya digital telah membuka peluang baru bagi stasiun radio dan menciptakan tantangan kompetitif yang lebih besar. Persaingan dengan platform digital lainnya seperti layanan streaming musik, podcast dan platform media sosial membuat stasiun radio harus terus memiliki inovasi dan beradaptasi untuk tetap relevan dipasar yang semakin ramai. Pada kesempatan ini peneliti telah melakukan wawancara kepada Bapak Iwan Irawan, selaku pengelola operasional dan administrasi Prosa FM, berikut ini hasil petikan wawancara dengan beliau;

“tantangan besar yang kita hadapi Sekarang adalah persaingan dengan platform digital seperti layanan streaming musik online. Karena para pendengar telah banyak juga yang beralih ke platform digital tersebut untuk mendengarkan musik atau konten hiburan lainnya”.⁸⁰

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Badi'ah Agustina selaku program director, berikut ini hasil wawancara dengan beliau;

⁷⁹ Observasi, Probolinggo, 25 Februari 2024

⁸⁰ Iwan Irawan, wawancara, 20 Februari 2024

“saat ini kita mengalami tantangan besar menurut saya, berkembangnya digital yang begitu pesat juga telah banyak merubah pola pendengar untuk mendengarkan radio, banyak para pendengar telah beralih menuju layanan musik online berbayar atau berlangganan dan mencari hiburan yang lainnya. Tapi dari tantangan tersebut membuat kita untuk selalu berinovasi dan mengevaluasi segala aspek dalam penyiaran, salah satunya kita selalu menyajikan konten yang relevan dan menarik bagi pendengar dan mengikuti tren industri penyiaran untuk tetap kompetitif di pasar. Selain itu kita juga melakukan pendekatan interaksi secara langsung dengan para pendengar melalui panggilan telepon, pesan dan media sosial, kita juga aktif melakukan pendekatan-pendekatan dengan komunitas lokal yang ada di sekitar Probolinggo”.⁸¹

Dapat disimpulkan dari hasil pemaparan diatas bahwasanya dalam mempertahankan sebuah program agar tetap eksis prosa FM memiliki tantangan besar dalam mempertahankannya, diantaranya perkembangan digital yang pesat telah merubah gaya pendengar untuk beralih kepada layanan musik digital yang berbayar dan berlangganan untuk mendengarkan musik dan mencari hiburan. Dalam mengatasi hal tersebut prosa FM juga melakukan inovasi dan evaluasi salah satunya adalah selalu menyajikan konten yang relevan dan menarik dan mengikuti trend industri penyiaran. Interaksi secara langsung dengan pendengar melalui telepon, pesan dan media sosial juga merupakan bagian untuk mengatasi tantangan tersebut. Pendekatan kepada komunitas lokal juga merupakan Solusi untuk mempertahankan program acara dan mengatasi tantangan tersebut.

Dari beberapa temuan yang telah didapatkan oleh peneliti dengan Teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan fokus permasalahan yang pertama dapat disimpulkan bahwasanya strategi

⁸¹ Badi'ah Agustina, wawancara, 20 Februari 2024

yang digunakan oleh pihak prosa FM dalam mempertahankan eksistensi program acara *Mornig Request* adalah dengan melakukan evaluasi untuk memperbarui format dan konten yang update dan relevan kepada para pendengar. Membangun identitas sebuah program sehingga memiliki ciri khas pada program tersebut diantaranya keterlibatan berinteraksi secara langsung dengan para pendengar melalui media telepon, pesan dan digital untuk membangun rasa kepemilikan program tersebut kepada para pendengar.

Dalam melakukan upaya untuk mempertahankan eksistensi program *Morning Request* tidak semua diterapkan dalam manajemen penyiarannya karena terpecah dengan dengan program acara lainnya, evaluasi yang dilakukan untuk dapat mempertahankan eksistensi dari program *morning request* lebih banyak kepada konten yang terus diupdate dan menyesuaikan dengan kebutuhan pemerhati.

2. Strategi Radio Prosa FM dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar *Morning Request*

Strategi merupakan sebuah perencanaan yang dilakukan dalam menjalankan suatu aktivitas perusahaan guna menjadikan kegiatan tersebut menjadi terarah kedepannya untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama. Adanya sebuah strategi yang baik juga akan mempermudah perusahaan dalam mencapai tujuan. Dalam menarik minat pendengar tentunya diperlukan sebuah strategi yang tepat sehingga apa yang telah direncanakan menjadi maksimal dalam penerapannya. Segmentasi merupakan konsep yang penting untuk memahami audien penyiaran dan

pemasaran program, karena hal ini yang akan menimbulkan *feedback* kepada stasiun radio untuk mengetahui ketertarikan dan kepuasan audien dalam mendengarkan program siaran yang telah diberikan. Peneliti telah mendapatkan hasil wawancara dengan Ibu Badi'ah Agustina selaku *program director* terkait strategi prosa FM dalam meningkatkan jumlah pendengar *Morning request*, berikut ini hasil petikan wawancaranya dengan beliau;

”Hal yang kita lakukan untuk menambah jumlah pendengar diantaranya yaitu melakukan segmentasi audien, kita membagi beberapa kelompok audien berdasarkan karakteristik demografis, geografis, dan psikografis. Sebelum kita melakukan pemetaan kita melakukan survey kepada para pendengar terkait usia, kesukaan, pekerjaan, jenis kelamin generasi dst, data ini kita kumpulkan untuk menentukan langkah selanjutnya”.⁸²

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Fendi Irawan selaku manager event radio Prosa FM, berikut hasil wawancara dengan beliau;

“Untuk menarik para pendengar sejauh ini hal yang kita lakukan adalah membuat segmentasi para pendengar, hal ini kita buat untuk mempermudah kita untuk mengambil langkah selanjutnya sebagai bahan dalam evaluasi konten yang akan kita buat dan penargetan promosi untuk melakukan pendekatan kepada para pendengar. Contoh konkret yang telah kita lakukan adalah pendekatan kepada komunitas-komunitas lokal anak muda yang ada di probolinggo”.⁸³

Hal yang sama juga dikatakan oleh Iwan Irawan selaku pengelola operasional dan administrasi Prosa FM, berikut ini hasil petikan wawancaranya

“Langkah yang kita lakukan saat ini untuk menambah audien pada program acara *Morning Request* adalah melakukan pendekatan

⁸² Badi'ah Agustina, wawancara, 20 Februari 2024

⁸³ Fendi Irawan, wawancara, 21 Februari 2024

secara massif kepada komunitas-komunitas lokal yang ada disekitar daerah Probolinggo”⁸⁴

Dari beberapa pemaparan hasil data di atas dapat dijelaskan bahwasanya dalam meningkatkan jumlah pendengar pihak Prosa FM melakukan segmentasi pasar kepada audien untuk mengklasifikasikan pendengar sebagai bahan penyesuaian dengan konten yang akan dimuat dalam acara program *Morning request*. Disamping itu pihak Prosa FM juga melakukan pendekatan secara massif kepada komunitas-komunitas lokal yang ada di sekitar kota Probolinggo sebagai upaya untuk menarik para audien baru

Hasil observasi yang telah didapatkan peneliti juga menunjukkan bahwa adanya sebuah kegiatan yang dilakukan pihak Prosa FM untuk melakukan pendekatan kepada komunitas-komunitas yang ada di kota probolinggo hal ini terlihat ketika ada beberapa komunitas yang diundang langsung ke studio Prosa FM untuk melakukan siaran bareng secara *On Air*.⁸⁵

Upaya meningkatkan pendengar tidak harus berhenti pada satu strategi yang digunakan, melainkan penggabungan atau penggunaan strategi yang beragam untuk bisa memaksimalkan tujuan yang telah dibentuk dan disepakati oleh pihak stasiun radio Prosa FM. Pada kesempatan lain peneliti telah melakukan wawancara kepada Fendi Irawan selaku manager event radio Prosa FM, terkait adanya strategi pendukung

⁸⁴ Iwan Irawan, wawancara, 20 Februari 2024

⁸⁵ Observasi, Probolinggo, 25 Februari 2024

atau pelengkap dalam meningkatkan jumlah pendengar di acara *Morning Request*. Berikut hasil petikan wawancaranya;

“Strategi lain yang kita terapkan yaitu berupa pemanfaatan platform digital. Kita mencoba meningkatkan kehadiran program acara kita pada platform digital yaitu berupa siaran live streaming yang kita Kelola di channel youtube Prosa FM”⁸⁶

Hal yang sama juga dikatakan oleh Rizki selaku pembawa acara

Morning Request berikut hasil petikan wawancaranya;

“kita juga merambah kepada digitalisasi, hal ini kita lakukan untuk menarik audien pada kalangan orang yang memiliki kepribadian, dan gaya hidup sehingga kita menawarkan inovasi penyiaran radio secara live berbentuk video audio visual”⁸⁷

Pada kesempatan lain peneliti telah melakukan wawancara kepada

Iwan Irawan pengelola operasional dan administrasi Prosa FM, berikut ini hasil petikan wawancaranya;

“Langkah ini kita ambil supaya kita tetap terus bersaing dengan stasiun radio yang lain, Dimana kita berusaha untuk menyesuaikan kebutuhan pasar dan trend yang ada dalam Masyarakat. Hal ini sangat membantu dan berdampak baik kepada kami khususnya program acara *Morning Request*”.⁸⁸

Dari beberapa hasil pemaparan diatas dapat dijelaskan bahwasanya dalam meningkatkan jumlah pendengar, Prosa FM juga memanfaatkan digital dengan cara menyiarkan video secara streaming di chanel youtube, hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pasar dan tren yang ada dalam Masyarakat.

Hasil observasi yang didapatkan peneliti juga menunjukkan hal yang sama dengan hasil wawancara, adanya sebuah kegiatan penyiaran

⁸⁶ Fendi Irawan, wawancara, 21 Februari 2024

⁸⁷ Rizki , wawancara, 21 Februari 2024

⁸⁸ Iwan Irawan, wawancara, 20 Februari 2024

yang dilakukan oleh stasiun radio Prosa FM yang disiarkan secara langsung lewat chanel youtube untuk menarik pendengar dengan pemanfaatan digital sesuai dengan kebutuhan para pendengar.⁸⁹

Dari beberapa hasil temuan peneliti yang telah didapatkan dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwasanya prosa FM dalam meningkatkan jumlah pendengar melakukan segmentasi pasar kepada audien untuk mengklasifikasikan pendengar. Contoh konkret yang telah dilakukan Prosa FM yakni melakukan pendekatan secara massif kepada komunitas-komunitas local, dan Langkah selanjutnya adalah pemanfaatan teknologi digital untuk menyiarkan program acara *Morning request* secara langsung berupa siaran audio visual pada channel youtube Prosa FM.

C. Pembahasan Temuan Data

1. Strategi radio Prosa FM dalam mempertahankan eksistensi program

Morning Request

Setelah mendapatkan data dengan Teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi secara mendalam kepada stasiun radio Prosa FM ditemukannya beberapa hasil temuan oleh peneliti terkait strategi Prosa FM dalam mempertahankan eksistensi program *morning request* melalui tahapan evaluasi yang nantinya melahirkan pembaruan terhadap format dan konten yang up to date dan relevan kepada para pendengar, evaluasi menjadi modal awal yang dilaksanakan untuk dapat mengidentifikasi permasalahan yang terjadi, hasil evaluasi akan memberikan *new idea*

⁸⁹ Observasi, Probolinggo, 25 Februari 2024

untuk menentukan aspek-aspek program. Dimmick dan Rohtenbuhle dalam jurnalnya Haryati, mengatakan bahwa; Sumber utama penghidupan sebuah media yaitu adalah *type of content*, yaitu menentukan aspek program dan jenis isi media, variasi program, jenis program, dan banyaknya program. Content merupakan isi dari sebuah media yang bersangkutan, hal ini dapat dilihat dari beberapa program acara yang ada. Secara luas content media diklasifikasikan kedalam kategori informasi, hiburan, dan lain sebagainya. Konten media merupakan produk yang dapat secara berulang digunakan dan dipasarkan kepada audien dan pengiklan.⁹⁰

a. Strategi Program Radio (*type of conten*)

Dalam perumusan strategi program radio terdapat perencanaan yang dilakukan oleh Prosa FM sesuai prosedur (SOP)

- 1) *Planning*, Adanya sebuah *planning* yang dilakukan untuk merumuskan program radio yang dilakukan oleh tim kreatif guna untuk meningkatkan kualitas dan relevansi program acara *morning request*.
- 2) *Collecting*, adanya pengumpulan data musik dalam program acara *morning request* sebagai bahan siaran sehingga memudahkan pembawa acara untuk memutar lagu yang telah di request. Pengumpulan informasi berupa berita perkembangan peristiwa terkini dan dunia permusikan ditanah air juga dilakukan.
- 3) *Writing*, dalam proses siaran penyiar telah membuat materi sebagai bahan siaran yang akan disampaikan setiap kali melakukan siaran,

⁹⁰ Haryati Ekologi Media Di Era Konvergensi, jurnal Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komuniaksi Dan Informatika Vol. 10, 2012

materi yang di tulis terkait dengan dunia musik dalam negeri dan mancanegara, berita pagi dan informasi terkini.

- 4) *Mixing*, adanya kegiatan mixing yang dilakukan oleh tim produksi untuk memberikikan efek dinamis ketika siaran berlangsung, diantaranya pemberian latarbelakang musik ketika melaksanakan siaran untuk membuat siaran lebih interaktif dan enak didengar para audien.
- 5) *Evaluation*, kegiatan evaluasi dilakukan setiap kali acara *morning request* selesai dilakukan dengan tujuan memperbaiki kekurangan program siaran kedepannya, hasil evaluasi juga memberikan kemudahan kepada Ibuk Badi'ah untuk mengambil keputusan kedepannya.

b. Produksi program dan pembelian program

Morning request merupakan program musik yang dibuat oleh Prosa FM yang melibatkan tim keratif dan telah melalui penyempurnaan dari tahun ketahun, dengan peralatan yang memadai dapat memberikan ruang kreativitas bagi semua anggotanya sehingga Prosa FM tidak membeli program tetapi memproduksi program acaranya sendiri, selain itu peralatan yang dimiliki memadai untuk melakukan produksi sendiri.

c. Eksekusi program

Dalam eksekusi program *morning request* terdapat perencanaan dan persiapan yang telah dibuat diantaranya penyusunan waktu siaran program yang telah diberi segmen-segmen didalamnya seperti berita

pagi, pemutaran musik, dan dialog interaktif dengan para pendengar, mengecek dari semua segi peralatan teknis seperti mikrofon, mixer dan komputer dapat berfungsi dengan baik.

d. Pengawasan dan evaluasi program

Pengawasan ini dilakukan oleh ibu Badiyah selaku penanggung jawab program acara pengawasan yang dilakukan dimulai dari persiapan program siaran, isi program siaran, mengontrol catatan program yang disiarkan, dan memastikan biaya program tepat tidak melebihi anggaran yang diputuskan. Evaluasi program dilakukan setelah program siaran selesai seperti durasi penyiaran yang terkadang terlewat dengan informasi-informasi penting sehingga informasinya tidak tersampaikan secara optimal, adanya beberapa musik yang sudah tidak relevan lagi untuk diputar, hasil dari evaluasi ditinjau lanjut oleh tim kreatif untuk melakukan perbaikan penyiaran selanjutnya. Pada tahap pengawasan terkadang terkendala dengan jumlah SDM yang kurang memadai untuk melakukan pengawasan secara konsisten dikarenakan berbenturan dengan tugas lain yang lebih penting untuk persiapan program acara lain.

e. Strategi pemasaran program radio

Prosa FM memanfaatkan media sosial dalam pemasaran program, media sosial yang digunakan adalah Facebook, Instagram untuk memposting cuplikan siaran pagi, foto kegiatan dibalik layar dan pamflet acara tamu yang akan di undang dalam acara *morning request*, penggunaan media sosial dinilai memudahkan Prosa FM dalam

mempromosikan acaranya selain itu juga dapat menarik para pengiklan untuk mendukung program acaranya. Platform digital seperti media sosial bukanlah ancaman bagi stasiun radio tradisional melainkan dapat difungsikan sebagai alat untuk melakukan promosi asalkan digunakan dengan cara yang tepat.

f. Keunggulan Radio

1) Radio Bersifat langsung

Prosa FM dalam program acara *morning request* menyampaikan siaran secara *real-time* tanpa menunda atau mengeditnya sebelum melakukan penyiaran, keunggulan radio yang bersifat langsung dimanfaatkan oleh Prosa FM dalam acara *morning request* untuk berinteraksi secara langsung kepada para pendengar melalui telepon, pesan teks, atau media sosial. Selain itu siaran langsung juga memberikan kesan kejujuran dan keaslian karena para pendengar tau bahwa yang sedang mereka dengar adalah kejadian saat itu juga tanpa pengeditan.

2) Jangkauan yang luas

Prosa FM termasuk dalam kategori radio lokal karena menggunakan daya 1.000 watt yang memiliki daya jangkauan siaran tingkat menengah dengan jangkauan kurang lebih 50 km hal ini juga di pengaruhi dengan topografi dan geografi tempatnya, semakin datar tempat pemancarnya dan tidak terhalangi benda-benda maka semakin luas jangkauan sinyal yang dapat dipancarkan.

3) Biaya yang murah

Prosa FM tergolong dalam stasiun radio tradisional yang memiliki biaya yang murah karena tidak membebankan para pendengarnya untuk berlangganan tiap bulan selagi dapat terhubung dengan sinyal yang dipancarkan maka selama itu bisa mendengarkan radio, selain itu radio menjadi salah satu alternatif pemasangan iklan, pada acara morning request saja ada empat iklan yang terpasang dengan tarif;

- Per 1x siar Rp. 175,000-200,000 Prime Time (PT)- 06.00 – 12.00 WIB, 16.00 – 20.00 WIB.

- Dan diputar 6x dalam satu bulan dengan tarif Rp. 2.000.000

g. Kelemahan radio

Sistem yang masih dominan tradisional menjadikan Prosa FM memiliki kelemahan dalam mengoptimalkan siaran pada era sekarang informasi masih bersifat sekilas dan tidak dapat diulang, selain itu terbatasnya dengan durasi penyiaran menjadikan informasi yang disampaikan terbatas, melalui identifikasi dari kelemahan yang ada pada radio Prosa FM telah mencoba merambah kepada dunia digital yakni melalui channel youtube meskipun tidak semua program acara, dikarenakan terkendala dengan peralatan yang kurang memadai, keterbatasan peralatan menjadikan Prosa FM masih mempertahankan penyiaran radio menjadi tradisional.

2. Strategi Radio Prosa FM Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar

Morning Request

Dalam meningkatkan jumlah pendengar Prosa FM melakukan segmentasi pasar kepada para pendengarnya untuk mengklasifikasikan para pendengar. Hal yang telah dilakukan oleh Prosa FM yakni membuat segmentasi geografis yang terbagi menjadi dua yaitu wilayah lokal (dalam daerah) dan wilayah luar (luar daerah), untuk wilayah lokal strategi yang digunakan dengan cara mendekati komunitas-komunitas yang berada disekitar area Probolinggo sedangkan untuk wilayah luar daerah menggunakan media digital untuk menyebarluaskan konten yang telah di buat melalui channel Youtube dan sosmed.

a. Strategi Manarik Audien

Marrison, M.A mengatakan bahwa, merebut pasar audien terdiri dari serangkaian langkah berkesinambungan yang terdiri atas tiga tahapan, segmentasi pasar, targeting dan positioning, dasar- dasar segmentasi pasar antara lain:⁹¹

1) Segmentasi geografis

adanya pembagian dua wilayah yang dilakuakn oleh Prosa FM yang dipecah menjadi wilayah lokal (dalam daerah) dan wilayah luar (luar daerah), hal ini dilakukan untuk mempermudah penyampaian pesan yang lebih efektif dan relevan sehingga penyampaian informasi menjadi lebih efektif, selain itu pembagian wilayah memudahkan Prosa FM untuk menarik audiennya dengan

⁹¹ Marrison, M.A, manajemen media penyiaran strategi mengelola radio & televisi, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 178

melakukan pendekatan yang berbeda, untuk wilayah lokal Prosa FM melakukan pendekatan kepada komunitas sekitar sedangkan untuk wilayah luar pendekatan yang digunakan menggunakan media sosial dan channel youtube dengan tujuan dapat di akses pendengar yang jauh di luar frekuensi stasiun radio.

2) Segmentasi demografis

segmentasi demografis dilakukan Prosa FM untuk mengetahui acara *morning request* relevan dengan kebutuhan konsumen, informasi demografis berkaitan dengan usia, jenis kelamin, pendapatan, dan pendidikan dijadikan acuan untuk memperbarui dan menyelaraskan konten program acara *morning request* segmentasi ini memiliki peranan penting dalam mengembangkan konten dan menarik audien, dengan mengetahui kondisi demografis Prosa FM lebih mudah untuk membuat isi konten yang relevan untuk menarik audien.

3) *Targeting* atau target

Prosa FM memiliki target dalam menambah jumlah pendengarnya dengan memaksimalkan segmentasi geografis dan demografis, terbaginya wilayah menjadi dua bagian luar dan dalam mempermudah Prosa FM dalam menyusun strategi untuk menarik audien, pada wilayah lokal target yang diutamakan adalah perkumpulan masyarakat dan komunitas pemuda-pemuda yang berada di wilayah probolinggo, sedangkan bagian luar yaitu

dengan memanfaatkan media digital untuk menyebar luaskan konten melalui channel Youtube dan media sosial.

Pada penentuan target audien acara *morning request* fokus utama Prosa FM lebih kepada anak-anak muda, hal ini didasari dengan beberapa alasan strategis dan praktis karena anak muda memiliki kebiasaan mendengarkan musik lebih tinggi dibanding kelompok usia lainnya, keterbukaan tren baru, mereka lebih terbuka terhadap eksplorasi genre dan artis baru, sehingga stasiun radio dapat memperkenalkan musik baru dan mempromosikan artis-artis baru dengan lebih efektif.

4) *Positioning*

Dalam penentuan *positioning* program *morning request* merupakan acara yang dirancang untuk disiarkan di pagi hari dan mengakomodasi permintaan lagu dari para pendengar, *morning request* memposisikan dirinya menjadi teman pagi yang membawa semangat dan keceriaan untuk memulai beraktivitas dipagi hari. *Morning request* juga menciptakan hubungan yang interaktif dan dinamis antara penyiar dan pendengarnya melalui telepon, SMS atau media sosial untuk mengirim permintaan pemutaran lagu

a) Strategi pembentukan kebiasaan

Dalam membentuk kebiasaan (*habit*) kepada pendengar, *morning request* menetapkan jam siaran yang konsisten setiap hari mulai jam 06.00 – 10.00 WIB, konten yang disajikan

berupa berita pagi, musik *hits* dan dialog interaktif dengan para pendengarnya.

b) Strategi menyimpan sumber-sumber program

Penyimpanan sumber-sumber program digunakan oleh Prosa FM dalam bentuk kerangka tulisan, penyimpanan program ini berguna ketika suatu saat program akan di pakai lagi dengan melewati proses modifikasi, dalam *morning request* strategi terkadang digunakan untuk menentukan konsep isi acara yang akan dibawakan oleh penyiar, dengan melakukan perubahan kecil dari sebelumnya.

c) Strategi pengontrolan arus

Dalam mengontrol arus pendengar Prosa FM membagi program *morning request* menjadi beberapa segmen yang teratur dan konsisten diantaranya;

- 06.00-07.00 berita pagi terkini dan update lalu lintas
- 07.00-09.00 pemutaran music energik dan request lagu
- 09.00-10.00 wawancara dan diskusi topik terkini

Selain itu pemutaran musik juga di buat segmentasi, yakni musik musik yang berenergi dan cepat diputar dipagi hari, dan musik musik santai yang diputar menjelang siang hari untuk mengurangi tempo

5) Eksistensi

eksistensi program *Morning request* masih dapat dibilang stabil sampai saat ini hasil data yang diperoleh peneliti dari Prosa FM

menunjukkan persentase pendengar dalam bidang acara masih didominasi hiburan dan musik yang memiliki persentase 40,99% dengan program acara lainnya. Dengan pendengar laki-laki 45,60% dan Wanita sebanyak 54,40%. Hal ini menunjukkan bahwa program acara hiburan dan musik masih memiliki ruang untuk dapat memiliki para pendengar yang setia, didukung dengan manajemen yang baik untuk dapat mengemas sebuah acara hiburan dan musik untuk dapat selalu mendapatkan perhatian para pendengarnya. Sesuatu yang tidak ditinggalkan oleh pendengar setianya maka program acara tersebut memberikan makna dan memiliki manfaat bagi para pendengarnya, karena pada dasarnya salah satu fungsi dari radio adalah sebagai sarana media hiburan.⁹²

Program *Morning Request* masih dapat dikatakan konsisten dalam memegang perannya sebagai program acara yang menyuguhkan hiburan dan edukasi kepada para pendengarnya, sekalipun hanya bersifat auditif bukan berarti tidak memiliki nilai dan kehilangan manfaatnya, seperti yang telah dikemukakan oleh Onong Uchiana Efeendy bahwa radio memiliki fungsi sebagai media penerangan, pendidikan, hiburan dan propaganda. Hal ini memperkuat identitasnya sebagai program acara hiburan dan edukasi.

⁹² Onong Uchjana, Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek.*,137

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian tentang strategi Prosa FM dalam mempertahankan eksistensi program *Morning Request* telah sesuai dengan teori yang telah ada, sehingga dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam mempertahankan eksistensi Program *Morning Request* pihak Prosa FM melakukan *strategy of Content* yaitu memperbarui format konten yang *up to date* dan relevan kepada pendengar untuk mempertahankan eksistensinya, selain itu taktik yang digunakan Prosa FM juga memberikan ruang partisipasi kepada audien untuk ikut terlibat dalam program acara *Morning Request* dengan tujuan melihat loyalitas dari pendengar. Strategi sebenarnya adalah rencana dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan sesuai dengan target yang ditentukan, lebih dari sekedar memberikan petunjuk atau peta, strategi juga menunjukkan cara-cara operasional yang akan digunakan saat memilih dan menerapkan strategi dan struktur organisasi, manajer perlu mempertimbangkan pengaruh lingkungan eksternal.⁹³ Berdasarkan teori dari Amirullah dalam bukunya “Strategi Teori Konsep Kerja” strategi sangatlah penting dilakukan dalam mempertahankan eksistensi Program *Morning Request* pihak Prosa FM karena dalam strategi tersebut mencakup perencanaan dan pengelolaan dalam mencapai suatu tujuan.

⁹³ Amirullah, strategi teori konsep kerja, (Jakarta: Wacana Media, 2015), 4

2. Dalam upaya peningkatan jumlah pendengar pihak Prosa FM melakukan segmentasi geografis yang terbagi menjadi wilayah lokal dan luar, segmentasi psikografis, *targeting* dan *positioning* kepada para pendengarnya. Segmentasi geografis, pendengar dibagi menjadi beberapa unit geografis seperti wilayah, ukuran kota atau kota besar, populasi manusia, cuaca dan pengelompokan segmentasi lainnya yang berkaitan dengan wilayah tersebut.⁹⁴ Berdasarkan teori dari Ditty Hepyanti Lulu dalam Jurnalnya “Strategi Perubahan Segmentasi Pendengar RRI PRO 2 FM Surabaya” Segmentasi geografis mampu meningkatkan jumlah pendengar karena dengan Segmentasi geografis prosa FM membagi wilayah menjadi lokal dan luar.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan melihat keadaan radio Prosa FM, peneliti memiliki beberapa saran di antaranya:

1. Untuk stasiun Prosa FM

Melihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan, sebaiknya dalam pendekatan segmentasi menggunakan beberapa pendekatan segmentasi yang lainnya, supaya efektif, sehingga dapat menarik audien dengan lebih tepat dan relevan. Perlu adanya terobosan di sektor digital dalam pelaksanaan penyiaran radio untuk mengikuti trend yang ada pada saat ini. Penting untuk memahami siapa pendengar target program *Morning request* dan apa yang mereka inginkan. Lakukan riset pasar dan survei pendengar secara teratur untuk memahami preferensi mereka.

⁹⁴ Ditty Hepyanti Lulu, Strategi perubahan segmentasi pendengar RRI PRO 2 FM Surabaya, Jurnal Unair, 2020., 3

2. Untuk Peneliti yang akan datang

Baiknya dalam penelitian studi kasus perhatikan relevansi dengan pertanyaan penelitian dan memiliki potensi untuk memberikan wawasan signifikan, pilih kasus unik atau yang memiliki karakteristik khusus yang menarik untuk diteliti, dan pastikan kasus yang dipilih dapat mewakili fenomena atau isu yang lebih luas jika itu yang menjadi tujuan peneliti.

3. Komunitas Penyiar Radio

Beberapa temuan pada penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi Komunitas radio dalam merumuskan strategi dan mengevaluasi beberapa lini yang masih kurang mendapat perhatian secara penuh.

4. Peneliti

Sebagai bahan referensi empiris dan kajian terdahulu penelitian yang berhubungan dengan strategi radio dalam mempertahankan eksistensi program acaranya.

5. Bagi mahasiswa

Diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para mahasiswa terkhusus yang membaca karya ilmiah ini sebagai bahan referensi atau pembuatan kerangka berfikir penelitian.

6. Kampus UIN KHAS Jember

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan hal baru yang positif dan menambah literatur yang terkait dengan strategi radio dalam mempertahankan eksistensi program acaranya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, *Analisis Eksistensi*. 2017. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana.
- Amirullah. 2015. *Strategi Teori Konsep Kerja*. Jakarta: Wacana Media.
- Andi Fahrudin, Hidajanto Jamal. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana.
- Astuti, Santi Indra. 2013. *Jurnalisme Radio*. Bandung, Simbiosis Rekatama Media.
- Astuti,Santi Indra. 2008. *Jurnalisme Teori dan Praktek*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bagus, Lorens. 2013. *Kamus Filsafat*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Efendy,Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Alumni
- Effendy, Onong Uchjana. 2010. *Kamus Komunikasi*. Bandung: Alumni.
- Emzir. 2011. *Metodelogi Penelitian Kualitatif Analisi Data*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Febiana, Arma. 2018. *Teknik Penyiaran Radio*. Jakarta: Direktorat Jendearal Pendidikan Dasar & Menengah
- Fiske, Jhon. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Hardani dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta, CV, Pustaka Ilmu.
- Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Iskandar. 2013. *Metodelogi Penelitian Pendidikan Dan Sosial Kuantitatif Dan Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Ius, Yudo Triartanto. 2010. *Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Pustaka Book

- Junaedi, Fajar. 2013. *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- M.A, Marrison. 2015. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- M.Romli, Asep Syamsul. 2008. *Kamus Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mania, Siti. 2013. *Metodologi Penelitian dan Sosial*. Makassar: Alauddin University Press.
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster, Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LKIS Maret.
- Masduki. 2007. *Radio Komunitas Belajar Dari Lapangan*. Jakarta: Gradasi
- Masduki. 2015. *Manjadi Broadcaster profesional*. Jogjakarta: LKIS.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja rosdakarya.
- Morissan. 2015. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Morrison. 2009. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Mufid, Muhammad. 2015. *Etika dan Filsafat Komunikasi, Cet, ke-4*. Jakarta: Kencana.
- Nurboko, Cholid. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nurhikmah. 2017. *Radio Dakwah Ditengah Perilaku Modernisasi*. Sulawesi: CV. Dirah
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relation*. Jakarta, Erlangga
- prayuda, Harlay. 2005. *Penyiar Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana Dan Praktik* Malang: Bayumedia,
- Romli, Asep syamsul M. 2004. *Broadcast Journalism, Panduan Menjadi Penyiar Reporter dan Script Writer*. Bandung: Nuansa.
- Rustam M, Andy. 2013. *Radio Is Sound Only Panduan Mengelola Radio Di Eradigital*. Jakarta: BROADCASTMAGZ
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Ketujuh*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Peneltiian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Bandung:Alfabeta,

Sugiyono. 2015. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Tim penyususn pedoman. 2021. karya ilmiah IAIN jember, (Jember, IAIN Jember Press

Tohirin. 2012. *Metode Peneltiian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling* Jakarta: PT raja grafindo persada.

Tyler, Susan. 2012. *Broadcast and Programing, Startegis and Practice*. California, Wadshworth publishing company.

JURNAL

Haryati. 2012. *Ekologi Media Diera Konvergensi*, Jurnal Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komuniaksi Dan Informatika. Vol. 10..

Ditty Hepyanti Lulu. 2020. *Strategi Perubahan Segmentasi Pendengar RRI PRO 2 FM* Surabaya. Jurnal Unair..

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

Theodora, Novlein. 2013. *Studi Tentang Ragam Bahasa Gaul Dimedia Elektronika Radio Pada Penyiaran Memora-FM Manado*. Jurnal ACTA Durian Vol. II. No. 1. Th., 5

Santa Cicilia Sinabariba. 2023. *Eksistensi Radio: Tantangan dan Peluang di Era Digital dan Post-Pandemic COVID-19, Sebuah Pendekatan dengan Metode Tinjauan Literatur Sistematis*. Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi 7, 2

SKRIPSI

Aini, Alifita Qiroatul. 2019. *Strategi Radio Suara Kendal Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya Diera Media Online*. Skripsi: Universitas Negeri Walisongo.

H, Megawati. 2019. *Strategi Radio Venus 97.6 Fm Dalam Mempertahankan Program Siaran Unggulan*. Skripsi: UIN Alauddin Makassar.

Cahyani, Besty. 2020. *Strategi Ekologi Media Radio Start 102,6 FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Bahasa Daerah Madailing Natal*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Nurhasimin. 2020. *Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Ditengah Dunia Digitalisasi Tahun 2019/2020 Studi Kasus: Radio Suara Kancatan Lombok Timur*. Skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Mataram.
- Sefda Pridayanti. 2021. *Strategi Komuiskasi Radio Aska FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Radio Pendidikan Dan Dakwah*. Skripsi, UIN Walisongo Semarang.
- Romadhoni, Lilis. 2021. *Strategi Radio Prosa FM Kabupaten Probolinggo Mempertahankan Segmen Pendengar Dalam Lagu-Lagu Madura Studi Kasus Program Sate Madura*. Skripsi Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Achmad Siddiq Jember.
- Hasanah, Kiki. 2021. *Strategi Radio Citra Buana Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital*. Skripsi: Universitas Muhamadiyah Sumatra Utara
- Pratiwi, Wulan Ayu. 2023. *Strategi Komunikasi Radio Duta Nusantara Fm Ponorogo Dalam Mempeertahankan Eksistensinya Diera Digital*, Skripsi Fakultas Ushuludin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Prasistarini, Alissa. 2023. *Strategi Menejamen Penyiaran LPPL Radio Magelang FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Diera Digital*. Skripsi Fakultas Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tidar
- Astuti, Indah Puji. 2023. *Strategi Radio Perdana FM Dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar*. Skripsi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komuniakasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Salman Barizi**
NIM : **D20191090**
Fakultas/ Program Study : **Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Institusi : **UIN KHAS JEMBER**

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini dengan judul "**STRATEGI PROSA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM MORNING REQUEST (STUDI KASUS PADA PROGRAM MORNING REQUEST PROSA FM KRAKSAAN PROBOLINGGO)**" adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 14 Mei 2024

Saya yang menyatakan



Salman Barizi
NIM. D20191090

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABLE	SUB VARIABLE	INDIKATOR	SUMBER DATA	Metode Penelitian	FOKUS PENELITIAN
<p>STRATEGI PROSA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM MORNING REQUEST</p> <p>(STUDI KASUS PADA PROGRAM MORNING REQUEST PROSA FM KRAKSAAN PROBOLINGGO)</p>	<p>1. Strategi Prosa FM dalam</p> <p>2. Eksistensi Program Mornig Request</p>	<p>1. Strategi Program radio</p> <p>2. Strategi Menarik audien</p> <p>3. Strategi Pemasaran Program Radio</p> <p>1. Program Morning Request</p> <p>2. Jenis-Jenis Program Radio</p>	<p>- Perencanaan</p> <p>- Produksi</p> <p>- Eksekusi</p> <p>- evaluasi</p> <p>- segmentasi</p> <p>- targeting</p> <p>- positioning</p> <p>- Produk</p> <p>- Harga</p> <p>- Distribusi</p> <p>- promosi</p> <p>- Jumlah pendengar</p> <p>- Interaksi pendengar</p> <p>- Hiburan</p> <p>- News</p>	<p>1. Data Primer</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengelola - Program - Derector - Management event - Penyiar <p>2. Data Skunder</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dokumentasi - Observasi 	<p>1. Pendektan Penelitian kualitatif deskriptif</p> <p>2. Jenis penelitian: Studi Kasus</p> <p>3. Lokasi Penelitian: Radio Prosa FM Probolinggo</p> <p>4. Pengumpulan data</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Observasi 2. Interview 3. Dokumentasi 	<p>1. Bagaimana strategi radio Prosa FM dalam mempertahankan eksistensi program <i>Morning Request</i>?</p> <p>2. Bagaimana strategi radio Prosa FM dalam meningkatkan jumlah pendengar program <i>Morning Request</i>?</p>

Pedoman wawancara

Jajaran pengelola Prosa FM

1. Bagaimana berdrinya Prosa FM?
2. Mengapa Prosa FM didirikan?
3. Bagaimana Sejarah terbentuknya program Morning Request?
4. Apa tujuan dibuatnya program ini?
5. Bagaimana strategi yang digunakan di acara morning Request?
6. Bagaimana penilaian anda terkait strategi yang dijalankan kepada eksistensi program acara Morning request?
7. Bagaimana carap rosa FM melibatkan Pendengar dalam Program Mornign Request?
8. Mengapa Prosa FM gencar dan massif mendekati komunitas komunitas yang ada?
9. Apa ada inovasi atau perubahan pada program acara Morning Request?
10. Apakah ada rwncana strategi baru untuk mengembangkan dan memperkuat program acara Moorning Request?

Penyiar:

1. Bagaimana strategi penyiaran pada program Morning Request yang anda lakukan untuk menarik dan mempertahankan para pendengar?
2. Bagaimana anda mengukur Tingkat pendengar program Morning Request
3. Sebagai penyiar apasaja yang harus dikuasai?
4. Mengapa anda menjadi penyiar dalam acara Morning Request?
5. Berapa persentase pendengar pada program acara morning Request?

JURNAL PENELITIAN

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Informasi	Tanda Tangan
1.	03 Februari 2024	Penyerahan Surat Penelitian	Ir. Iwan Hermawan	
2.	05 Februari 2024	Wawancara	Ratna Wahyuningtyas, S.E	
3.	08 Februari 2024	Wawancara	Ir. Iwan Hermawan	
4.	12 Februari 2024	Wawancara	Hadist Miftah S.Pd.	
5.	15 Februari 2024	wawancara	Hasan Basri M.Pd.I	
6.	20 Februari	wawancara	Ir. Iwan Hermawan	

Probolinggo, 05 Maret 2024
Direktur Utama Prosa Fm



Ir. Iwan Hermawan

SURAT KETERANGAN

Nomor : 003/PROSA/MAN-SK/XI/2024

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : IR.IWAN HERNAWAN
Jabatan : DIREKTUR UTAMA
Bertindak atas nama : PT. RADIO PROBOLONGGO SUARA ANDHIKA
Alamat : JL. RAYA PANGLIMA SUDIRMAN.3B KRAKSAAN,PROBOLINGGO(67282)
Telephon/Hp : 0821-4010-1982 / 0822-1999-1057

Dengan Ini menyatakan Bahwa :

Nama : SALMAN BARIZI
Tempat Tanggal Lahir : PROBOLINGGO, 05 OKTOBER 1998
NIM : D20191090
Prodi/Fakultas : KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM /DAKWAH
Judul Skripsi : STRATEGI PROSA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM MORNING REQUEST(STUDI KASUS PADA PROGRAM MORNING REQUEST PROSA FM KRAKSAAN PROBOLINGGO)

Telah Selesai Melaksanakan Penelitian di PT. Radio Probolinggo Suara Andhika. Jl. Panglima Sudirman 3B Kraksaan, Probolinggo (61282),Terhitung Mulai Tanggal 03 Februari 2024 s/d 03 Maret 2024. 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 disampaikan Terima kasih

Probolinggo, 15 Maret 2024

Direktur Utama Prosa FM

PROSa FM
Probolinggo Suara Andhika 105,7 MHz

Ir.Iwan Hermawan

DOKUMENTASI



Gambar Kantor Prosa FM



Gambar Studio Radio Prosa Fm



Kegiatan Acara Morning Request



Praktek Siaran Acara Morning Request

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Gambar Medsos Radio Prosa Fm



BIODATA PENULIS



Nama : Salman Barizi
Nim : D20191090
TTL : Probolinggo, 05 Oktober 1998
Alamat : Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pakuniran, Kabupaten Probolinggo
Fakultas : Dakwah
PRODI : Komunikasi dan Penyiaran Islam

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SDN Sumber Kembar (2005-2011)
SMP : SMP Plus Al Mashduqiah (2013-2016)
MA : MA Plus Al Mashduqiah (2016-2018)

PENGALAMAN ORGANISASI :

1. Anggota OSIS PP. Al Mashduqiah
2. PMII UIN Khas Jember
3. KMD (Kuliah Mahir Tingkat Dasar)