

**STRATEGI MANAJEMEN PROGRAMMING RADIO DCS FM DAN
MODERATO FM DALAM PERSAINGAN RADIO KOMERSIAL
DI KOTA MADIUN**



NASKAH PUBLIKASI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Oleh:
RAHMA MELIASARI
06 331 042

Dosen Pembimbing:
Wahyu Sudarmawan, SE., M.Si

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2011
NASKAH PUBLIKASI**

**STRATEGI MANAJEMEN PROGRAMMING RADIO DCS FM DAN
MODERATO FM DALAM PERSAINGAN RADIO KOMERSIAL
DI KOTA MADIUN**

Disusun oleh

Rahma Meliasari

06331042

Telah disetujui :

Tanggal :

Dosen Pembimbing Skripsi

Wahyu Sudarmawan, SE., M. Si

NDIN : 0512036801

Mengetahui/ Mengesahkan
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Anang Hermawan, S.Sos, M.A.

NIDN : 0506067702

**STRATEGI MANAJEMEN PROGRAMMING RADIO DCS FM DAN
MODERATO FM DALAM PERSAINGAN RADIO KOMERSIAL
DI KOTA MADIUN**

*Oleh : Rahma Meliasari
Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII,
Menyelesaikan Studi pada Tahun 2011*

*Wahyu Sudarmawan
Dosen Program Ilmu Komunikasi FPSB UII*

Abstract

Radio programming is one of the special management activities that manage the activities of broadcasting broadcast program, from planning to evaluation of programs broadcast program. To get the broadcast in accordance with the wishes of management of radio broadcasting, we need a good programming management. DCS Moderato FM radio and FM has broadcast programs and formats tailored to the target audience of listeners. DCS Moderato FM radio and FM broadcast programming also has information which contains news or information around the city of Madison. Broadcast format is a strategy used to target listeners of radio stations that listeners do not switch to another wave. Radio put together a program that will be broadcast on the radio broadcast format. Broadcast programming associated with the implementation of policies which tend to be segmented broadcast. So the radio has its own characteristics in terms of presenting music, information, and broadcasting patterns.

The purpose of this study, in particular is to obtain a description of management strategies DCS FM radio programming and Moderato FM in attracting listeners in the city of Madison. The method used was qualitative descriptive using constructivist paradigm. The concept operated as an analytical tool include planning (planning), organization (organization), implementation (actuating), and control (controlling). STPF concept used to be able to know the target audience while the SWOT analysis tool is used as the comparison of both radios.

DCS results in FM radio and FM Moderato show some similarities and comparative notes. That the DCS FM radio programming more advanced in comparison to FM radio due Moderato FM Radio DCS more priority to quality and its programming strategy is more structured than Moderato FM. The number of listeners that a lot and the entry of many advertisers who can become a benchmark of success of a radio

Key words: strategy management, radio programs, segmentation, format Radio DCS FM and Radio Moderato FM

A. Pendahuluan

Radio siaran adalah salah satu jenis media komunikasi massa. Stasiun radio siaran diartikan sebagai organisasi atau badan yang mengelola penyiaran acara-acara dalam bentuk kata-kata, musik (suara), dan lain-lain ditujukan kepada khalayak, melalui sebuah media yang terpancar. Radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Radio adalah media yang bersifat *auditif*, sehingga komunikator lebih mudah menyampaikan pesan dalam bentuk acara yang menarik dan pendengar dapat menikmati acara yang disiarkan radio tanpa harus menyediakan waktu dan ruang yang sifatnya *eksklusif*.¹

Radio siaran komersial lokal merupakan salah satu bentuk media yang berkembang di Indonesia saat ini. Dengan banyaknya radio siaran swasta lokal yang hadir di Indonesia, membuat persaingan antar media radio semakin bertambah. Persaingan antar sesama media radio adalah memperebutkan audien dan pengiklan. Kondisi persaingan tersebut memunculkan rasa ingin tahu tentang bagaimana sebuah radio menerapkan strategi manajemen.

Radio komersial memiliki format siaran yang disesuaikan dengan sasaran pendengarnya. Dengan format program yang lebih banyak menyajikan hiburan seperti musik yang akan membawa pendengarnya ke dunia khayalan, dan informasi yang berisikan berita atau informasi disekitar lingkungan. Format siaran bisa diartikan sebagai bentuk kepribadian suatu stasiun penyiaran radio dan dijabarkan dalam program siarannya. Format siaran merupakan strategi yang harus dimiliki stasiun radio agar pendengar tidak berpindah pada gelombang lain. Dengan format siaran, radio dapat menentukan program-program yang akan disiarkan. Penerapan format stasiun terkait dengan kebijakan penyelenggaraan siaran yang cenderung *segmented*. Sebab setiap

¹ Effendy, Onong Uchajana, 1990, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju (hal 9)

format *station* memiliki karakteristik tersendiri dalam hal sajian musik, informasi, maupun pola *announcing*.

Banyak stasiun radio mengudara di kota Madiun, khalayak sasaran radio siaran di Madiun adalah pendengar yang berada dalam wilayah geografis setempat dan tidak menutup kemungkinan menjadikan masyarakat di luar Madiun yang terjangkau siarannya sebagai khalayak sasaran. Dengan demikian untuk strategi pemrograman radio siaran perlu mengidentifikasi kompetitor yang berasal dari kota Madiun, maupun radio siaran dari luar kota Madiun yang siarannya terjangkau oleh masyarakat Madiun. Tak lupa tentunya identifikasi kompetitor sesama stasiun yang berada di Madiun. Dalam Undang-Undang Penyiaran Pasal 20 telah diatur cakupan siaran Lembaga Penyiaran Swasta jasa penyiaran radio dan jasa penyiaran televisi yang masing-masing hanya dapat menyelenggarakan 1 (satu) siaran dengan 1 (satu) saluran siaran pada 1 (satu) cakupan wilayah siaran.

Terdapat sebelas radio di Madiun 3 radio AM dan 8 radio FM. Radio berfrekuensi AM yaitu Radio Republik Indonesia (RRI Pro-1) 1008 kHz 10 kW, Radio Siaran Gabriel 1260 kHz, RKPD Madiun 1485 kHz 0.5 kW dan yang berfrekuensi FM adalah Radio Suara Madiun (Radio Pemerintah Kota Madiun) 91.6 MHz, Radio Swara Wijaya Kusuma (Wijaya Kusuma FM) 93.8 MHz, Radio Republik Indonesia (RRI pro 1) 96.3 MHz, Radio Republik Indonesia (RRI Pro-1) 99.7 MHz, Radio Duta Cakrawala Serasi (DCS FM) 100.5 MHz, Radio Republik Indonesia (RRI Pro-3) 104.0 MHz, Radio Republik Indonesia (RRI Pro-2, Madya FM) 106.4 MHz, Radio Siaran Moderato (Moderato FM) 107.2 MHz. Diantara Radio yang terdapat di Madiun ada dua radio yang menjadi favorit pendengar di kota Madiun. Radio tersebut adalah Radio Duta Cakrawala Serasi (DCS) FM dan Moderato FM yang menjadi radio terfavorit pendengar di Kota Madiun. Radio DCS dan Moderato memiliki karakteristik yang sama.

Dalam penelitian ini peneliti memilih objek Radio *DCS FM* dan *Moderato FM* karena kedua radio tersebut menyajikan program acara yang menarik dan di sukai oleh pendengarnya dikota Madiun. Radio *DCS FM* dan *Moderato FM* mempunyai strategi manajemen programming dalam menarik pendengar dan mempunyai karakteristik menyajikan program acara yang menarik untuk diteliti.

Dugaan sementara dalam penelitian ini adalah kedua radio memiliki program acara yang bersegmentasi sama dan dapat menarik pendengarnya di kota Madiun. Sehingga menyebabkan persaingan diantara kedua radio tersebut dalam menarik pendengar (audiens) adalah dengan membuat program acara yang saat ini digemari oleh pendengar. Kedua Radio berusaha memberikan sajian program acara yang menarik dan sesuai dengan STPF masing-masing radio.

B. Tinjauan Pustaka

Sejauh penelusuran data oleh penulis, penelitian tentang strategi manajemen program acara di Radio *DCS FM* dan *Moderato FM* dalam menarik pangsa pasar pendengar di kota Madiun belum pernah ada yang meneliti. Adapun penelitian lain yang membahas mengenai permasalahan serupa dengan peneliti, yaitu tentang Manajemen Pemrograman stasiun televisi lokal dalam penyiaran Kebudayaan daerah (studi Komparatif Jogja Tv dengan RB TV) oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi UII Sigit Pujiatmojo 05331026 Februari 2010 yang membahas tentang masing-masing dari televisi lokal Yogyakarta (Jogja TV & RBTv) memiliki pandangan tersendiri mengenai konsep nilai kelokalan Yogyakarta. Jogja TV yang menganggap Yogyakarta adalah kota yang penuh dengan tradisi dan budaya yang harus dipertahankan, sehingga kebijakan tersebut menunjukkan kesan Jogja TV menempatkan budaya tertentu secara eksklusif. Sedangkan RBTv yang menganggap Yogyakarta adalah kota yang plural, sarat akan kemajemukan masyarakatnya dari berbagai budaya sehingga menunjukkan kesan RBTv inklusif dalam menempatkan program-programnya.

Kemudian, penelitian lainnya pernah dilakukan oleh Andrini Prima Retnanningtyas 05331070 Mahasiswi Ilmu Komunikasi UII pada Juni 2010 dalam penelitian ini membahas tentang Manajemen Programming Radio Daerah Bermuatan Dakwah (Studi Komparasi Radio Kotaperak Yogyakarta dan Radio Persatuan Bantul) Dalam penelitian ini mengkaji manajemen Programming Radio Daerah bermuatan Dakwah. Sebagai radio dakwah Radio Persatuan Bantul dapat diketahui dari program acara harian. Program acara untuk dakwah agama Islam meliputi penayangan lagu-lagu Islami. Dakwah ceramah yang kadang-kadang disiarkan secara langsung maupun siaran melalui rekaman dan relay dari RRI Yogyakarta. Materi dakwah Radio Kotaperak Yogyakarta meliputi 1) Masalah Aqidah, 2) Masalah ibadah, 3) Masalah akhlaka, 4) Masalah Syari'at dan 5) Masalah Muamalah. Sedangkan materi dakwah Radio Persatuan Bantul meliputi Kajian Al-Qur'an, Kajian Al- Hadist, Kajian Umum, Pelajaran Membaca Al-Qur'an dan Kajian Kitab-kitab terdahulu. Kemudian terdapat penelitian yang membahas tentang Strategi Pemasaran Program Radio Swasta Niaga di Yogyakarta (Studi Komparatif Strategi Pemasaran Program Radio GCD FM dan Radio Handayani FM) oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi UII Septa Asamara Yoga 05331093 Juli 2010 dalam penelitain ini membahas tentang Radio GCD FM didominasi oleh siaran berita (*all news*) yang di relay dari RRI format musik yang didominasi oleh radio GCD FM adalah *adult contemporary* dan *contemporary hits radio*. Format khusus yang dipakai radio radio GCD FM dapat dilihat dari program yang bertajuk *talk show*, *variety show*, *full music*, *request music*, dan *music up-date*. Radio GCD FM mengambil segmentasi menengah kebawah dengan target pendengar meliputi semua golongan. Radio Handayani FM mengusung tiga jenis format stasiun di dalam menjalankan programnya. Format berita radio Handayani didominasi oleh siaran berita (*all news*) yang merupakan program *relay* dari Retjo Buntung Yogyakarta, format music yang dipakai oleh Radio Handayani FM adalah *adult contemporary* dan *contemporary hits radio*. Format

acara khusus yang ada pada radio handayani adalah talk show yang menggunakan bahasa jawa. Bersegmentasi menengah kebawah dengan alasan geografis.

Dari penjabaran tersebut, terdapat perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah, pada penelitian pertama Manajemen Pemrograman stasiun televisi lokal dalam penyiaran Kebudayaan daerah (studi Komparatif Jogja TV dengan RB TV), pada penelitian kedua Manajemen Programming Radio Daerah Bermuatan Dakwah (Studi Komparasi Radio Kotaperak Yogyakarta dan Radio Persatuan Bantul), dan penelitian ke tiga adalah Strategi Pemasaran Program Radio Swasta Niaga di Yogyakarta (Studi Komparatif Strategi Pemasaran Program Radio GCD FM dan Radio Handayani FM). Sedangkan pada penelitian yang ingin diteliti oleh penulis membahas mengenai Strategi Manajemen Program Acara pada Radio DCS FM dan Moderato FM dalam membidik pendengar nya di kota Madiun. Mempunyai perbedaan topik dan objek penelitian dengan penelitian terdahulu, persamaanya adalah dalam penyajian atau metode yang digunakan peneliti dalam menganalisis masalah yang diteliti.

C. Kerangka Teori

1. Strategi Manajemen Program Radio

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik sosialnya.²

Manajemen merupakan suatu proses yang khas terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber

² Effendy, Onong Uchjana, 1990, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju (hal 300)

lainnya. Proses adalah suatu cara yang sistematis untuk melakukan sesuatu. Menurut Terry dalam Winardi mengklasifikasikan fungsi-fungsi manajemen sebagai berikut:³

1. Perencanaan (*Planning*)
2. Pengorganisasian (*Organizing*)
3. Pelaksanaan (*Actuating*) Pelaksanaan dalam organisasi penyiaran menurut Wahyudi terdiri dari: (a) Perencanaan pemrograman (*planning programming*); (b) Produksi (*producing*); (c) Siaran (*broadcasting*).⁴
4. Pengawasan (*Controlling*).

2. Konsep STPF (*Segmentasi – Targeting – Positioning – Formating*)

Data pendengar biasanya diklasifikasikan menurut tiga pendekatan. Pertama, demografi. Kedua, geografi. Ketiga, psikografi. Dari pengkajian ketiga disiplin akademis ini kemudian dapat ditentukan tiga strategi dalam kebijakan pengelolaan radio siaran yaitu:⁵

1. *Segmenting*, yakni proses membagi-bagi atau mengelompokkan pendengar dalam kotak-kotak psikografis-sosiografis yang lebih homogen.
2. *Targetting*, yakni proses menyeleksi, memilih dan menjangkau potensi pendengar melalui program siaran yang tepat.
3. *Positioning*, yakni strategi memasuki jendela otak pendengar dan strategi komunikasi, pembentukan citra produk siaran di benak pendengar.
4. *Formating*, yakni penetapan format siaran yang sekaligus menjadi identitas citra yang membedakan dengan siaran radio lain.

³ Terry, GR. 1986. (Alih Bahasa:Ec. Winardi). *Azas-Azas Manajemen*. Bandung: Alumni (hal 100)

⁴ Wahyudi, J.B. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta. (hal 45)

⁵ Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targetting, Positioning*. Jakarta: Gramedia (hal 415)

3. Analisis SWOT

Pemrograman acara di analisis dengan menggunakan analisis SWOT yakni analisis yang menggunakan metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*. Metode ini paling sering digunakan dalam metode evaluasi bisnis untuk mencari strategi yang akan dilakukan. Analisis SWOT hanya menggambarkan situasi yang terjadi bukan sebagai pemecah masalah.⁶

D. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan konstruktivisme, yang menggambarkan atau melukiskan radio komersial berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Tujuan penelitian deskriptif adalah; mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi. Penelitian kualitatif sendiri merupakan suatu prosedur penelitian yang mana data-data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar bukan angka-angka.

Penelitian ini dilakukan di Radio DCS yang beralamat di Jl. Kelapa Manis 38 Madiun dan Moderato FM beralamat di Jl. Mayjen Sungkono 137 Madiun. Pengumpulan data dilakukan sewaktu-waktu selama kurang lebih enam bulan sesuai dengan jadwal yang direncanakan oleh peneliti. Dengan begitu peneliti dapat mengumpulkan data lebih lengkap sesuai dengan keperluan peneliti.

Narasumber dalam penelitian ini adalah Divisi Pemrograman Acara pada radio *DCS FM* dan *Moderato FM*. Dalam pemilihan narasumber ini, peneliti menggunakan medel *snow-ball sampling*. Pada model ini peneliti mulai dengan

⁶ Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.

mewawancarai orang yang sudah dikenal, dari sana peneliti akan meminta rujukan mengenai siapa lagi orang yang mempunyai pengalaman atau karakteristik serupa.⁷ Dengan teknik wawancara yaitu percakapan antara periset, seseorang yang berharap mendapatkan informasi dari informan seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini dilakukan langsung dengan Manajer program acara *DCS FM* dan *Moderato FM* untuk memperoleh data secara lengkap dan jelas.

E. Pembahasan

1. Strategi Manajemen Programming Radio DCS FM

Programming radio merupakan salah satu aktivitas dalam penyiaran yang khusus mengelola aktivitas program siaran, mulai dari perencanaan program sampai evaluasi program siaran. Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan stasiun penyiaran radio maka diperlukan suatu manajemen *programming* yang baik.

Radio siaran yang tepat dalam perencanaan dan penyusunan setiap program siaran, maka akan menghasilkan suatu program siaran yang berkualitas dan dapat diterima oleh khalayak. Ditinjau lebih lanjut proses transformasi yang dilakukan oleh organisasi penyiaran meliputi:

1) Perencanaan (*planning*)

Perencanaan program siaran di Radio *DCS FM* Madiun dipimpin langsung oleh *program director*. *Program director* bertanggungjawab penuh terhadap Menyusun secara rinci program acara dalam harian, mingguan dan bulanan maupun yang berhubungan dengan aktivitas on air serta pengaturan jadwalnya di Radio *DCS FM* Madiun. Dalam proses perencanaan program siaran, *Program director* Radio *DCS FM* Madiun terlebih dahulu akan

⁷ Moloeng, *Op.Cit.*, hal 121

melakukan *meeting* bersama divisi program. Dalam *meeting* tersebut akan membahas hal-hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan program siaran, antara lain: menentukan program-program siaran untuk siaran lokal dan menentukan program-program siaran baru yang akan direalisasikan atau di *on-air* kan dalam penyiaran.

Untuk program siaran baru yang akan di *on-air* kan, Radio *DCS FM* secara berkala setiap tiga bulan akan melakukan evaluasi, yang bertujuan untuk menentukan program tersebut apakah layak untuk dipertahankan di Radio *DCS FM*.

2) Pengorganisasian (*organization*)

Organisasi radio *DCS FM* Madiun dikelola sesuai struktur organisasi dan jobdeskripsi masing-masing divisi. Rekrutmen penyiar radio sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, ada tes tulis, tes wawancara. Setelah diterima calon penyiar ini tidak langsung dapat bersiaran tetapi di masukkan dalam box dan di training selama 2 bulan setiap hari hingga siap untuk diudarkan. Tetapi masih diawasi dan di evaluasi jika terdapat kekurangan dalam bersiaran. Strategi untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan memberikan training kepenyiaran, dan pemahaman kinerja di radio *DCS FM* Madiun.

Pengorganisaan ini dengan tujuan menentukan sumber daya seperti *crew* pengelola, *standar operasional prosedur*, program acara siaran dan kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan di radio *DCS FM* Madiun. Bekerja sesuai dengan divisinya agar tidak terjadi *double job* yang dapat menghambat keprofesionalan dalam bekerja.

Radio *DCS FM* memiliki 35 crew radio dari seluruh divisi. Divisi program acara memiliki 20 crew, bagian yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola program dalam stasiun penyiaran adalah departemen atau divisi program. Divisi program Radio *DCS FM* terdiri atas *manager program*, *on air manager*, *music director*, *traffic*, *script writer*, *production*, koordinator berita, reporter, teknisi pancaran, produser, penyiar.

3) Pelaksanaan (*actuating*)

Pelaksanaan dalam organisasi penyiaran menurut Wahyudi terdiri dari:

(a) Perencanaan pemrograman (*planning programming*); (b) Produksi (*producing*); (c) Siaran (*broadcasting*).⁸

Pada proses pelaksanaan ini dana, sarana, prasarana, dan SDM sangat penting. Adapun pelaksanaan yang dilakukan radio *DCS FM* Madiun melalui 3 tahap dianalisis dari teori Darwanto sebagai berikut:

a. Perencanaan Programming Radio *DCS FM*

Perencanaan program Radio *DCS FM* dilaksanakan melalui rapat *crew* yang di adakan setiap enam bulan sekali. Dari rapat tersebut, *Manajer Program atau Program Director* mengarahkan untuk menentukan kembali khalayak pendengar seperti apa sasarannya. Sebelum rapat akan dipersiapkan materi yang akan dirapatkan kemudian di tempel di papan pengumuman dinding kantor. Sehingga para *crew* tahu akan diadakan rapat membahas tentang apa dan mempersiapkan bahan yang akan dirapatkan.

b. Produksi Siaran Radio *DCS FM*

Dalam proses produksi siaran, yang dilakukan oleh radio *DCS FM* meliputi produksi program siaran, produksi berita, dan produksi siaran lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan siaran. Proses produksi siaran tersebut dilakukan oleh bagian produksi siaran. Dalam penyelenggaraan produksi siaran, radio *DCS FM* Madiun tetap membutuhkan orang-orang seperti, (1) penyiar (2) peralatan (3) naskah (4) rancangan program (5) waktu.

c. Proses Siaran Radio *DCS FM*

⁸ Wahyudi, J.B. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta. (hal 45)

Proses siaran adalah tahap radio *DCS FM* menyiarkan program siaran yang telah siap. Proses siaran dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Hasil proses siaran *DCS FM* tersebut berupa siaran langsung yang langsung disiarkan. Hasil dan proses siaran ini adalah *out put* berupa program siaran yang hingga sekarang masih berjalan sebagai program yang disiarkan oleh radio *DCS FM*.

4) Pengawasan (*controlling*) dan Evaluasi

Evaluasi program siaran Radio *DCS FM* dilakukan oleh *Program Director* dan *Manajer ON Air* acara melalui rapat *crew*. Evaluasi program acara radio *DCS FM* yang dilakukan tersebut juga akan menghasilkan ide-ide program baru dari *crew* yang akan dikemas menjadi program baru berikutnya. Evaluasi tersebut berupa bagaimana program siaran dibawakan oleh penyiar, respon pendengar dari SMS yang masuk saat program siaran itu berlangsung.

Evaluasi tersebut melibatkan langsung *crew* sebagai pihak *internal*, disamping evaluasi *internal* dilakukan juga evaluasi *eksternal* yaitu dengan pendengar radio. Meskipun tidak dilakukan secara langsung artinya mereka pendengar tidak dikumpulkan tapi melalui respon program melalui SMS, telepon, Facebook. Dalam menjalankan program di radio *DCS FM* akan muncul suatu kritik dan saran ataupun masukan berupa evaluasi program siaran yang disiarkan langsung kepada pengelola.

2. Analisis Program Acara Radio *DCS FM*

Radio siaran dalam menciptakan identitasnya, ditentukan oleh format yang dipilihnya. Seperti yang dikemukakan oleh Masduki bahwa “Format bukan hanya sekedar musik tetapi merupakan formulasi dari produksi personalitas siaran dan program siaran.” Dan porsi masing-masing sebuah format ditentukan oleh keputusan pengelola. Dalam menentukan format ini pengelola harus melakukan analisis tepat mengenai tingkat kompetisi pasar dan

khalayak sasaran yang diinginkan. Pemilihan format yang tepat akan dapat menentukan khalayak.⁹

Format yang kedua yaitu Format informasi yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu: dominasi berita (*all news*). Format *all news* terdiri atas berita lokal, regional, nasional, internasional, laporan *feature*, analisis, komentar dan editorial. Target audien format ini adalah pendengar dengan rentang usia antara 15 hingga 40 tahun dengan tingkat pendidikan yang baik. Format informasi yang berikutnya adalah dominasi perbincangan (*all talk*) dan kombinasi dari dua format yaitu: *news talk* atau *talk news*. Sedangkan format khusus (*specialty*) adalah format yang dikhususkan untuk audien berdasarkan etnik dan agama.

a. Format Musik

Musik bagi Radio *DCS FM* adalah *sense of art* musik tidak sembarang musik yang masuk ke radio *DCS FM* karena musik yang diambil adalah musik yang dari segi artistiknya kelihatan. Pada awalnya Radio *DCS FM* bertagline *sense of music* sebelum teman setia anda. Sesuai taglinenya *sense of music* tentunya bisa menjadi *trendsetter* musik disekitarnya dan itu menjadikan ciri khas dari Radio *DCS FM*. Menuntut penyiar untuk berkreaitiv dalam menyampaikan musik bagi pendengarnya agar tidak monoton dan kualitas bermusik tetap terjaga bukan jenis musik yang pasaran. Sasaran utama pendengar dari format musik ini yaitu untuk kaum muda dan dewasa dengan rentang usia antara 15-40 tahun. Komposisi program Hiburan 60%, News 20%, Iklan 20 % dan komposisi musiknya Mancanegara 40%, Indonesia 30%, Dangdut 30 %.

b. Format informasi

Format Informasi di Radio *DCS FM* memiliki kategori program siaran yang khusus mengangkat topik-topik yang memiliki nilai *news* atau berita.

⁹ Masduki, 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta : LKiS (hal 36)

Karena radio *DCS FM* memiliki stasiun televisi juga jadi dalam pencarian berita digabung dengan Madiun TV. Radio *DCS FM* memiliki program acara mengenai informasi yang muncul setiap satu jam sekali yaitu program Lintas Berita semacam *pressnews*. Sumber berita dan informasi diambil dari internet sebagai media informasi tercepat, Koran, majalah dan perbincangan yang saat ini menjadi topik pembicaraan.

c. Segmentasi Pendengar Radio *DCS FM*

Mengidentifikasi pendengar Radio *DCS FM* berdasarkan segmentasi demografis

Segmentasi demografis merupakan segmentasi pendengar berdasarkan data dalam peta kependudukan, antara lain: usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan atau pendapatan, agama atau kepercayaan, suku dan kebangsaan.

d. Targetting Radio *DCS FM*

Targetting adalah pemilihan khalayak pendengar yang menjadi sasaran. Produk dari *targetting* adalah *target market* (pasar sasaran) yaitu satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus kegiatan pemasaran. *Targetting* mempunyai dua fungsi sekaligus yaitu menyeleksi pasar sasaran sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu dan menjangkau pasar sasaran tersebut untuk mengkonsumsi nilai.¹⁰ Target Radio *DCS FM* adalah penyebutan *audiens* oleh Radio *DCS FM* dengan sebutan Teman Setia. Sebutan untuk *audiens* mewakili pendengar di radio *DCS FM* yang bersegmen Anak Muda yang berusia 15-40 tahun.

e. Positioning

Dalam menentukan segmen pendengar yang tajam. Sebuah radio dapat melakukan *positioning* yang berkaitan dengan identitas bagi radio tersebut.

¹⁰ Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targetting, Positioning*. Jakarta: Gramedia (hal 415)

Program-program ditampilkan sejalan dengan *positioning* dan akan sejalan pula dengan kebutuhan dan keinginan pendengar. Radio *DCS FM* dalam penanaman citra kepada pendengarnya dan calon pengiklan harus dapat berperan dalam menciptakan suguhan kepada pendengarnya. Melalui perencanaan yang matang dan penyajian acara yang menarik dapat memberikan manfaat. *Positioning* Radio *DCS FM* juga menjadi *tagline* adalah Teman Setia Anda, memosisikan *DCS FM* sebagai teman setia yang menemani apapun aktivitasnya.

1. Strategi Manajemen Programming Radio Moderato FM

Adapun strategi manajemen programming radio Moderato FM meliputi:

1) Perencanaan (*planning*)

Untuk perencanaan program siaran di Radio *Moderato FM* dipimpin langsung oleh *Broadcasting manager* sedangkan untuk aktivitas *programming* yang berlangsung di Radio *Moderato FM* sepenuhnya mendapatkan pengawasan langsung dari *general manager*. Di Radio *Moderato FM*, *General manager* merupakan nama lain dari posisi jabatan yang biasa dikenal dengan *station manager* namun memiliki tugas dan tanggung jawab yang hampir sama. *General manager* memiliki tanggung jawab penuh untuk melakukan pengawasan terhadap program-program siaran apa saja yang akan disiarkan di Radio *Moderato FM*. Hal ini bertujuan untuk menjamin agar program tersebut sesuai dengan format stasiun dan sesuai dengan visi misi Radio *Moderato FM*.

Broadcasting Manager atau Manajer siaran memiliki tugas pokok yaitu bertanggung jawab atas keseluruhan proses operasional siaran, kelancaran, pencapaian hasil, optimalisasi sumber daya penyiar, peningkatan produk siaran.

2) Pengorganisasian (*organization*)

Pengelolaan organisasi di radio *Moderato FM* dilakukan secara kekeluargaan dimana tidak menjadikan suatu jabatan yang tertinggi itu tidak mau berbagi. Di radio *Moderato FM* mengedepankan kekeluargaan dimana

karyawan lama mengayomi karyawan baru, atasan membimbing bawahannya. Dapat menempatkan diri sebagai jabatan dalam pekerjaan.

Radio *Moderato FM* memiliki 22 *crew* radio dari seluruh divisi. Divisi program acara memiliki 13 *crew*, bagian yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola program dalam stasiun penyiaran adalah departemen atau divisi program. Divisi program Radio *Moderato FM* terdiri atas *general manager*, *broadcasting manager*, *music director*, kabag. produksi, teknisi, penyiar.

3) Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan adalah tindakan selanjutnya dalam menejemen untuk memproses perencanaan program, produksi siaran, proses siaran dan *out put* kegiatannya. Pelaksanaan ini dapat dianalisis dengan menggunakan teori Darwanto yaitu :

a. Perencanaan Programming Radio *Moderato FM*

Perencanaan Program pada radio *Moderato FM* adalah perencanaan dilaksanakan melalui rapat rutin yang di adakan setiap sebulan sekali. Dari rapat tersebut, *Broadcasting Manajer* menentukan kembali target pendengar dan seperti apa sarannya. Rapat bersifat fleksibel yang jika ada sesuatu yang harus dibicarakan maka rapat tersebut harus dilaksanakan. Rapat perbulan membahas evaluasi penyiar dan perkembangan progam acara di radio *Moderato FM*. Untuk rapat keseluruhan bersama direksi-direksi dilaksanakan tiga bulan sekali untuk membahas keseluruhan untuk radio *Moderato FM*. Dalam proses perencanaan program siaran, manajer siaran akan melakukan *meeting* bersama divisi yang berhubungan langsung dengan aktivitas *programming* di Radio *Moderato FM*.

b. Produksi Siaran Radio *Moderato FM*

Menurut Darwanto proses produksi baik televisi maupun radio melalui empat tahap yaitu *Pre Production Planning*, *Set Up and Rehearshal*,

Production, dan *Post Production*.¹¹ Dalam mencari, menyeleksi dan mengolah informasi menjadi suatu berita harus melalui prosedur yang ada. Pada dasarnya proses pengolahan berita mengikuti prosedur yang dinamakan SOP (*Standart Operation Procedure*), yakni proses pengolahan berita Proses Siaran Radio *Moderato FM*.

Proses siaran adalah tahap radio *Moderato FM* menyiarkan program siaran yang telah siap. Proses siaran dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Hasil proses siaran *Moderato FM* tersebut berupa siaran langsung yang langsung disiarkan. Hasil dan proses siaran ini adalah *out put* berupa program siaran yang hingga sekarang masih berjalan sebagai program yang disiarkan oleh radio *Moderato FM*.

4) Pengawasan dan Evaluasi

Evaluasi program siaran Radio *Moderato FM* dilakukan oleh Manajer Siaran dan coordinator siaran melalui rapat *crew*. Evaluasi program acara radio *Moderato FM* yang dilakukan tersebut juga akan menghasilkan ide-ide program baru dari *crew* yang akan dikemas menjadi program baru berikutnya. Evaluasi tersebut berupa bagaimana program siaran dibawakan oleh penyiar, respon pendengar dari SMS yang masuk saat program siaran itu berlangsung. Evaluasi tersebut melibatkan langsung *crew* sebagai pihak *internal*, disamping evaluasi *internal* dilakukan juga evaluasi *eksternal* yaitu dengan pendengar radio tersebut. Meskipun tidak dilakukan secara langsung artinya mereka pendengar tidak dikumpulkan tapi melalui respon program melalui SMS ataupun kertas *request*. Dalam menjalankan program di radio *Moderato FM* akan muncul suatu kritik dan saran ataupun masukan berupa evaluasi program siaran yang disiarkan langsung kepada pengelola.

¹¹ Darwanto, 1993, *Manajemen Programa dan Program Siaran*, Japan Internatioan Cooperation Agency (JICA), Multi Media Training Centre Yogyakarta. (hal 157)

2. Analisis Program Acara Radio *Moderato FM*

Menurut Pringle-Starr-McCavitt menjelaskan format bahwa: “*the programming of most stations is dominated by one principal content element or sound, known as format*” yang artinya program sebagian besar stasiun radio didominasi oleh satu elemen isi atau suara yang utama yang dikenal dengan format.¹² Adapun tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi dan menentukan sasaran pendengar dengan lebih spesifik dan sebagai langkah untuk menghadapi persaingan dengan media massa yang memiliki format serupa dalam rangka meraih pendengar. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai aspek, antara lain aspek demografis seperti kelompok umur, profesi atau jenis kelamin.

Format yang kedua yaitu Format informasi yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu: dominasi berita (*all news*). Format *all news* terdiri atas berita lokal, regional, nasional, internasional, laporan *feature*, analisis, komentar dan editorial. Target audien format ini adalah pendengar dengan rentang usia antara 20-55 tahun dengan tingkat pendidikan yang baik. Format informasi yang berikutnya adalah dominasi perbincangan (*all talk*) dan kombinasi dari dua format yaitu: *news talk* atau *talk news*. Sedangkan format khusus (*specialty*) adalah format yang dikhususkan untuk audien berdasarkan etnik dan agama.

a. Format Musik

Untuk memenuhi kebutuhan pendengar terhadap siaran musik, Radio *Moderato FM* selalu berusaha memutar musik-musik terbaik. Adapun format musik yang diusung Radio *Moderato FM* adalah *adult contemporary*. 70% musik yang disukai oleh pendengar adalah musik Indonesia. Jadi Acara-acara yang dipunya tidak didominasi oleh tembang-tembang manca Negara. Tembang didominasi oleh tembang dalam negeri. Sasaran utama pendengar dari format musik ini yaitu untuk kaum muda dan dewasa dengan rentang usia

¹² Morrisan *Op.,Cit* (hal 220)

antara 20-55 tahun serta memiliki kepribadian berdaya beli tinggi. Komposisi program; berita dan informasi 30%, Pendidikan 10%, Hiburan 60%, komposisi music; Pop Indo dan Dangdut 50%, Manca Negara 35%, daerah 15%.

b. Format informasi

Adapun untuk format informasi, Radio *Moderato FM* memiliki kategori program siaran yang khusus mengangkat topik-topik yang memiliki nilai *news* atau berita. Adapun yang termasuk dalam kategori ini antara lain: program siaran cakrawala pagi, buletin dan *reportase*. *Talk show news* adalah program siaran perbincangan dan diskusi dengan narasumber untuk membahas topik-topik yang memiliki nilai berita dan informasi bagi pendengar

c. Segmentasi Pendengar Radio *Moderato FM*

Mengidentifikasi pendengar Radio *Moderato FM* berdasarkan segmentasi demografis

Segmentasi demografis merupakan segmentasi pendengar berdasarkan data dalam peta kependudukan, antara lain: usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan atau pendapatan, agama atau kepercayaan, suku dan kebangsaan.

d. Targetting Radio *Moderato FM*

Target Radio *Moderato FM* adalah penyebutan *audiens* oleh Radio *Moderato FM* dengan sebutan Kerabat Moderato. Sebutan untuk *audiens* mewakili pendengar di radio *Moderato FM* yang bersegmen Dewasa yang berusia 20-55 tahun.

e. Positioning

Positioning Radio *Moderato FM* diwujudkan dalam slogan Great Music and Information yang artinya memberikan musik dan informasi yang terbaik untuk pendengarnya.

F. ANALISIS SWOT Radio DCS FM dan Moderato FM

SWOT	Radio DCS FM	Radio Moderato FM
Strenght (Kekuatan)	<p>a. Radio DCS FM berlokasi di pertengahan kota letaknya \pm 5 km dari tengah kota Madiun. Berada pada Perumahan Nasional yang menjadikan Radio DCS FM dekat dengan pendengar di sekitar perumahan.</p> <p>b. Jumlah Sumber Daya Manusia yang banyak memberikan kesempatan bagi Radio DCS FM untuk lebih produktif.</p>	<p>a. Radio Moderato FM berlokasi kurang-lebih 2 km dari kota Madiun. Strategis memasuki kota dan di pinggir jalan raya kota Madiun dan mudah dilalui.</p> <p>b. Teknologi komputer dan internet memudahkan penyiar dalam mencari informasi berita secara langsung.</p>
Weakness (Kelemahan)	<p>a. Peralatan yang digunakan rentan terhadap gangguan cuaca dan teknis seperti pemancar, kerusakan teknis dan adanya kerusakan pada alat.</p> <p>b. Sulitnya rekrutmen SDM radio yang berkualitas</p> <p>c. Berkurangnya intensitas mendengarkan radio</p>	<p>a. Peralatan sudah tua menghambat kinerja siaran.</p> <p>b. Terbatasnya jumlah SDM yang dimiliki sehingga membatasi produksi di Radio Moderato FM</p> <p>c. Kemampuan SDM dalam mengaplikasikan teknologi komputer</p>
Opportunity (Peluang)	<p>a. Segmentasi Targetting dan Positioning radio DCS FM adalah anak muda berusia 15-40 tahun berstatus Pelajar, Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, Wiraswata, Karyawan dan Profesional muda. Merupakan formasi terbanyak kependudukan di</p>	<p>a. Segmentasi Targetting dan Positioning radio Moderato FM adalah dewasa berusia 20-55 tahun berstatus Pelajar, Mahasiswa, Pengusaha, ibu rumah tangga, dan Profesional muda. Merupakan potensi market yang cukup banyak</p>

	<p>kota Madiun.</p> <p>b. Belanja iklan di Radio DCS FM perbulan _+ 50 juta karena radio DCS FM adalah radio nomor satu di kota Madiun sehingga pendapatan belanja iklan lebih banyak dan masih bisa dikembangkan potensi belanja iklannya masih besar terbukti dengan banyaknya produk-produk nasional dan produk lokal serta mall-mall yang tumbuh di kota Madiun.</p>	<p>dalam klasifikasi kependudukan masyarakat Madiun.</p> <p>b. Belanja iklan di Radio Moderato FM perbulan _+ 35 juta dan masih potensial untuk dikembangkan lagi. Iklan yang dominan di radio Moderato FM dari Nasional 60% dan lokal 40%.</p>
<p>Threats (Ancaman)</p>	<p>a. Pesaing terbesar radio DCS FM adalah radio yang dengan format sama di kota Madiun dan pada 4 bulan ini ada radio yang membidik sama dan langsung melejit padahal usia radio tersebut masih baru. Radio C FM adalah radio baru yang muncul dan menjadi pesaing langsung saat ini oleh radio DCS FM.</p> <p>b. Masyarakat Madiun yang tidak tanggap akan perkembangan teknologi baru padahal radio DCS FM sudah mengembangkan teknologi berbasis teknologi komputerisasi.</p>	<p>a. Pesaingan terbesar radio Moderato FM adalah Radio DCS karena radio DCS adalah radio FM pertama dan menjadi <i>trendsetter</i> di kota Madiun. serta munculnya radio baru yang membidik segmen yang sama seperti radio Wijaya Kusuma FM Madiun.</p> <p>b. Radio Moderato bersaing dengan Radio DCS FM yang merupakan radio no satu di Madiun dalam hal perolehan pendengar anak muda dan musik Indonesiannya. Pesaingan penerapan teknologi komunikasi untuk mendukung siaran radio.</p>

G. Penutup

Berdasarkan temuan dan analisis dalam penelitian ini, khususnya untuk mengetahui strategi manajemen *programming* Radio *DCS FM* dan Radio *Moderato FM* dalam menarik Pendengar di Kota Madiun. Program acara yang disiarkan oleh radio tersebut mempunyai prosedur perencanaan dan pengorganisasian yang sama. Sedangkan pelaksanaan dan produksi program acara radio tersebut memiliki cara sendiri-sendiri. Proses siaran radio *DCS FM* adalah sama, disiarkan secara langsung tanpa adanya rekaman sebelumnya.

Perbedaan dalam program acara yang disampaikan masing-masing radio disebabkan oleh perbedaan visi dan misi radio *DCS FM* dan radio *Moderato FM*.

Program acara hiburan yang diminati masyarakat pendengar Madiun adalah program acara yang berisikan music-musik terkini. Radio *DCS FM* mempunyai program acara Pro-Indo, *Moderato FM* dengan program acara *Expresso* Program siaran kedua radio memberikan yang terbaik untuk pendengarnya sebagai contoh program siaran *DCS FM* berupaya mengedepankan program hiburan berbasis music Manca dan Indo dan banyak informasi. *Moderato FM* dengan program 100% Indonesia.

Keterbatasan penelitian yang berjudul Strategi Manajemen *Programming* Radio *DCS FM* dan Radio *Moderato FM* dalam Menarik Pendengar mempunyai keterbatasan dalam pengambilan data yaitu kurang terbukanya instansi dalam mengungkap data dan kemampuan penulis dalam menganalisa secara lebih baik.

Peneliti menyarankan kepada Radio *DCS FM* sebagai radio yang menjadi trendsetter wilayah Kota Madiun sebaiknya Radio *DCS FM* juga membuat program siaran yang lebih tajam dalam membidik pendengarnya serta lebih hati-hati meningkatkan strategi manajemen *programming*nya. Agar selalu menjaga *positioning* sebagai radio anak muda Madiun dengan selalu menyuguhkan program-program siaran yang menarik dan mendidik sesuai

dengan segmentasi dan target pendengar yang dibidiknya. Meningkatkan kualitas penyiaran dalam hal penguatan transmisi siaran , kualitas penyajian rekaman musik dan program produksi acara dalam menghadapi persaingan radio lain di kota Madiun.

Peneliti menyarankan kepada Radio *Moderato FM* Memperkuat lagi strategi manajemen programmingnya dalam hal pengelolaan SDM dan kreativitas program acara. Lebih memperbanyak sajian informasi berita dalam program acaranya yang aktual dan terpercaya karena membidik pendengar usia dewasa 20-55 tahun. Meningkatkan jangkauan siarannya dengan meningkatkan kualitas pemancar atau transmisi siarannya. Meningkatkan kualitas SDM penyiarannya dalam bersiaran dan pembuatan program acaranya menghadapi persaingan bisnis dengan radio lainnya di kota Madiun dengan melakukan traning-traning karyawan.