

**STRATEGI KREATIF PROGRAM HIBURAN RADIO SWASTA DALAM
MERAH PENDENGAR DI SALATIGA
(Studi Deskriptif Program “Salatiga Bergoyang” Radio Zenith FM dan “Leyeh-
Leyeh Campursari” Radio Elisa FM)**



NASKAH PUBLIKASI

**Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

Sulthon Salamuddin Kuncoro

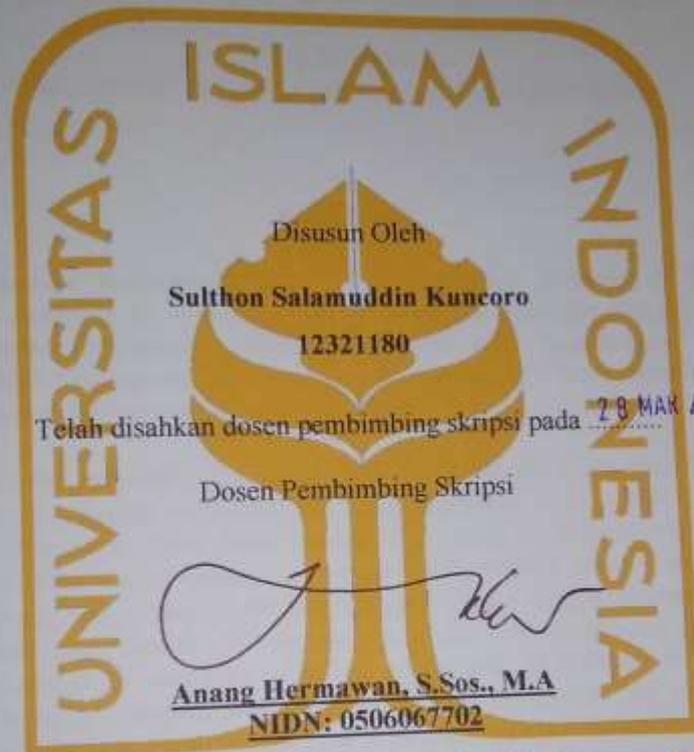
12321180

Anang Hermawan, S.Sos., M.A

NIDN: 0506067702

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta
2018**

**STRATEGI KREATIF PROGRAM HIBURAN RADIO SWASTA DALAM
MERAH PENDENGAR DI SALATIGA**
(Studi Deskriptif Program "Salatiga Bergoyang" Radio Zenith FM dan "Leyeh-
Leyeh Campursari" Radio Elisa FM)



الجمعة الائمة الاندية
Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



**STRATEGI KREATIF PROGRAM HIBURAN RADIO SWASTA DALAM
MERAH PENDENGAR DI SALATIGA
(Studi Deskriptif Program “Salatiga Bergoyang” Radio Zenith FM dan “Leyeh-
Leyeh Campursari” Radio Elisa FM)**

Sulthon Salamuddin Kuncoro

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

Menyelesaikan Studi Pada Tahun 2018

Anang Hermawan

Staf pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

ABSTRACT

Sulthon Salamuddin Kuncoro.12321180. “The Creative Strategy of Private Radio Entertainment Program in Achieving the Listener in Salatiga (Descriptive Study of Program “Salatiga Bergoyang” Radio Zenith FM and “Leyeh-Leyeh Campursari” Radio Elisa FM)”. Undergraduate Thesis. Departement of Communication. Faculty of Psychology, Islamic University of Indonesia .2018.

Radio Zenith in order to capture listeners, prepare a creative design program called Salatiga Bergoyang with creative Song Dangdut content and Creative Media broadcast with Bigo Live. Radio Elisa in order to capture the listener prepared a creative program design called Leyeh-Leyeh Campursari with creative content of the Campursari style, creative broadcasters in broadcasting using Javanese Language Smooth .

Creativity Radio Zenith with the design of Salatiga Bergoyang program through dangdut song content for ordinary or public in the city of Salatiga be appropriate for Radio Zenith, because Dangdut Song in general is in demand by the people of Salatiga city. Creativity Radio Zenith using Bigo Live broadcast media (streaming technology) does not promise the growth of listeners significantly, because it must use the application (using Mobile) and need to charge (pulse, wifi, quota). Creativity of Elisa Radio with Leyeh-Leyeh Campursari program design with Song Langgam Campursari's content by using Javanese language Subtitles Smooth for Salatiga people is right to see cultural culture and politeness is still attached like this program which has been running for 8 years.

The purpose of this study is to ascertain whether the creative strategies of Radio Zenith and Radio Elisa program in reaching the listener in Salatiga is achieved or not. The benefit of this research for radio stations, especially, is the progress evaluation stage to upgrade the creativity of the program design, so that it is still favored by the listener in the evolving conditions of the era. Research method that writer use is interview with broadcaster, director program and observation.

This research produces several findings: First, the type of song / music that is being loved / liked / trends in society is used as program creativity strategy. Radio Zenith chose dangdut songs, and Radio Elisa with song / music Langgam Campursari. Secondly: the use of technological tools does not guarantee a significant increase in audience, such as Bigo Live applied by Radio Zenith. Third: Culture / Courtesy Salatiga community used as a program creativity strategy, such as broadcasting using the Java language smooth on Radio Elisa.

Keywords: Radio, Creative program, Strategy, Broadcasting and Entertainment Program.

Pendahuluan

Radio merupakan salah satu media penyiaran yang memiliki peran dalam penyampaian informasi secara lisan kepada audiensnya agar dapat ditangkap serta didengar oleh para pendengar radio tersebut. Radio memang sangat cepat berkembang dalam menyiarkan berbagai informasi, radio dapat berfungsi sebagai wadah media dalam bentuk, komunikasi, ekspresi, informasi, pendidikan maupun hiburan.

Pendengar dapat berimajinasi seperti dengan adanya program acara talk show atau ceramah maupun acara lainnya yang di hidangkan oleh penyiar. Radio merupakan media elektronik yang menyampaikan informasi melalui lisan, sehingga sebagai *Audience* atau pendengar sebaiknya juga harus menjadi pendengar yang baik pula. Tidak semudah yang dibayangkan jika ingin menjadi penyiar, sebab kualitas serta pengalaman penyiar juga di pertimbangkan dalam hal ini karena seorang penyiar dalam menyampaikan materi kepada *Audience* tidak hanya berupa audio saja, namun pesan yang disampaikan harus jelas agar dapat tersampaikan dengan baik dan dapat diterima oleh para audiens atau pendengar.

Ada tiga hal menurut Effendy (2003: 139), radio siaran sifatnya adalah langsung, yang kedua adalah siaran tidak mengenal jarak dan waktu, dan yang ketiga adalah radio memiliki daya tarik yang kuat. *Pertama*, radio sifatnya langsung, maksud dari sifat langsung itu adalah untuk mencapai sasarannya yaitu pendengar. Bagaimana caranya radio tersebut agar mencapai para sasarannya itu adalah dengan program yang kompleks. *Kedua*, adalah radio tidak mengenal jarak dan waktu, dimana terdapat banyak sekali radio yang bersaing dalam hal ingin menjadi radio yang terbaik dari semua pesaingnya.

Dengan tanpa mengenal jarak dan waktu akan menjadi suatu keunggulan dalam radio tersebut agar lebih di kenal dengan masyarakat secara luas. Yang ketiga adalah mempunyai daya tarik yang kuat, mengapa dikatakan seperti itu, karena radio sifatnya yang serba hidup. *Ketiga*, sifat tersebut yang ada pada media radio adalah musik, cerita yang di sampaikan oleh penyiar beserta efek suara.

Media massa yang berkembang dengan cepat dan jumlahnya melebihi dengan media massa lainnya di Salatiga salah satunya adalah Radio. Jumlah radio di Salatiga terdapat 17 radio yang terdaftar yang diantaranya 16 radio menggunakan gelombang FM dan satu radio dengan gelombang AM. Perkembangan radio di salatiga sangat cepat dan maju, walaupun Salatiga kota kecil namun memiliki SDM yang mumpuni, terbukti dengan adanya radio yang berjumlah 17 itu merupakan sebuah perkembangan media massa elektronik yang sangat pesat.

Strategi yang dijalankan oleh radio tentunya akan memberikan dampak pada peningkatan kualitas penyiar yang ada. Selain itu juga radio tak akan lepas dari yang namanya sebuah program acara sebagai modal untuk berkembang dan maju. Sebuah program harus dikemas dengan kreatif dan fresh, agar audiens memiliki alasan tersendiri mengapa mereka memilih radio tersebut.

Program yang segar serta kreatif menjadi sebuah tantangan bagi para radio untuk meraih para pendengar radio agar mendapatkan rating yang diharapkan nantinya. Berbicara sedikit mengenai kreatif, ialah menciptakan sebuah gagasan yang sebelumnya belum pernah ada. Seperti Radio Zenith melalui siarannya menggunakan media pendukung dalam siarannya dengan menggunakan Bigo Live. Sedangkan Radio Elisa dengan programnya Leyeh-Leyeh Campursari ini sudah ada sejak 8 tahun yang lalu. Dari sini lah penulis tertarik untuk mendeskripsikan bagaimana strategi kreatif program kedua radio tersebut dalam meraih minat pendengar di Salatiga tentunya.

Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai adalah Untuk mendeskripsikan strategi yang digunakan dalam strategi pemrograman siaran Radio Zenith dan Elisa. Untuk mendeskripsikan kreatif program yang dimunculkan dalam strategi pemrograman. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh Radio Zenith dan Elisa pada program siaran.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti :

Dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai kajian ilmu komunikasi dalam strategi kreatif program dari yang di teliti.

b. Bagi masyarakat :

Semoga dengan adanya penelitian menambah pengetahuan serta wawasan bagi masyarakat yang sering mendengarkan radio, dan semoga pendengar radio nantinya terus bertambah.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mempunyai manfaat teoritis, yaitu menambah referensi kepustakaan dalam meningkatkan pengetahuan akan wawasan, sehingga dapat mengembangkan serta memajukan stasiun radio dalam mempertahankan minat para pendengar radio.

Kerangka Pemikiran

1. Fungsi Radio Sebagai Media Hiburan

Radio merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa yang digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi. Penyampaian pesan melalui radio siaran berbeda dengan cara penyampaian pesan seperti media massa lainnya. Penyiar (komunikator) merupakan orang yang menyampaikan pesan kepada pendengar atau (komunikan) melalui siaran radio yang dalam bentuk suara (*audio*). Seiring dengan berkembangnya jaman, perindustrian informasi juga mengikuti perkembangan jaman. Kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat tentunya menjadi suatu hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan. Menurut Effendy (1993: 137-138), bahwa radio didalam siarannya memiliki 4 fungsi sebagai berikut :

a. Fungsi Penerangan

Fungsi ini bertujuan agar dengan adanya radio, masyarakat dapat mengetahui informasi dalam hal apapun melalui radio. Meskipun hanya dalam bentuk suara (*audio*), namun hal tersebut sudah cukup untuk memberikan informasi yang akurat sehingga masyarakat dapat mengetahui apa yang sedang terjadi saat ini.

b. Fungsi Pendidikan (Edukasi)

Radio juga memberikan pengetahuan kepada pendengar agar dapat menambah wawasan para pendengar. melalui fungsi ini, tentunya pendengar akan merasakan tentang hal-hal baru yang belum pernah pendengar ketahui sebelumnya.

c. Sarana propaganda

Radio digunakan untuk sarana propaganda. Radio merupakan sebuah alat untuk memasarkan iklan, itu terlihat dari banyaknya pemasangan iklan. Propaganda yang dimaksud adalah dimana radio melakukan upaya yang disengaja serta sistematis untuk memunculkan sikap pendengar melalui iklan agar mempengaruhi perilaku seseorang tentang sesuatu hal yang didapatkan dari cara proses berpikir agar dapat memberikan respon sesuai yang dikehendaki oleh pelaku propaganda tersebut.

d. Fungsi Hiburan

Beberapa isi dari media adalah sarana hiburan. Hal ini dimaksudkan untuk memberi jeda atau sebagai bentuk pelampiasan dari masalah yang dialami, seperti dalam pemutaran lagu-lagu di radio. Melalui lagu tentunya radio dapat meraih minat pendengar baik melalui lagu maupun program acara yang menghibur. Masyarakat tentunya juga memiliki selera dalam hiburannya masing-masing,

seperti melalui lagu, melalui candaan penyiar, maupun isi dari program radio tersebut. Radio melalui sarana hiburan juga agar dapat menambah kedekatan antara penyiar dengan para pendengar radio kedepannya serta agar dapat mendapatkan nilai tersendiri bagi para pendengar radio.

Pendengar tentunya akan merasakan imajinasi melalui hiburan yang disajikan oleh radio dengan berbagai cara masing-masing didalam siaran tersebut. banyaknya persaingan didalam program hiburan tentunya akan menjadi persaingan dalam penyiaran radio. Hal ini akan sangat berpengaruh bagaimana cara radio untuk saling meraih para pendengar dalam siarannya melalui programnya yang dapat menghibur para pendengar nantinya.

2. Penyiar dan Proses Komunikasi dalam Penyiaran

Penyiar dalam bukunya *Teknik dan Komunikasi Penyiar Televisi-Radio-MC sebagai Pengetahuan Praktis*, M.Habib Bari memberikan pengertian bahwa penyiar adalah seseorang yang bertugas menyebarkan (syair) suatu atau lebih informasi yang terjamin akurasi dengan menggunakan radio dengan tujuan untuk diketahui oleh pendengarnya, dilaksanakan, dituruti, dan dipahami (Prayuda, 2006: 9).

Seorang penyiar merupakan bagian terpenting yang menjadi modal utama pada radio. Dikarenakan seorang penyiar adalah *jubir* dalam stasiun radio siaran. Selain itu penyiar adalah seorang yang pekerjaannya melakukan penyiaran, menyajikan produk komersial maupun menyiarkan informasi/berita. Dalam siarannya, penyiar merupakan seorang aktor yang membawakan acara, pewawancara, melakukan diskusi jika dalam sebuah program, membawakan kuis dan sebagai penyaji narasi.

Ada tiga hal penting yang menjadi dasar untuk menjadi penyiar, yaitu *Science* (ilmu pengetahuan), *Art* (seni), dan *Skill* (keterampilan) (Prayuda, 2006: 2). Jika dilihat dari sisi ilmu pengetahuan, seorang penyiar harus mengalami yang namanya proses belajar dan berkembang serta belajar untuk tidak cepat puas dengan apa yang mereka hasilkan sebagai penyiar. Misalkan belajar untuk memahami proses komunikasi dalam hal siaran radio dengan model-model komunikasi yang berhubungan dengan media radio, memahami karakteristik radio dengan segala kekuatan dan kelemahannya, dan memahami bagaimana menulis di radio.

Ketrampilan dalam hal menulis sebagai seorang penyiar sangat lah di perlukan dan sangat mendukung. Karena dari menulis seorang penyiar dapat dibantu oleh catatan naskah yang ditulisnya ketika sedang melakukan dalam siaran. Atau mungkin bisa mengoreksi tulisan orang lain untuk di sampaikan dalam siaran. Dalam penyampaian pesan, seorang

penyiar harus memahami bagaimana tatacara berbicara dalam microphone, serta mengatur tata bahasa yang akan di sampaikan serta kualitas suara. Akan terkesan aneh jika seorang penyiar tidak bisa memahami tatacara berbicara serta mengatur gaya bahasa.

Hal kemungkinan yang terjadi adalah para *Audience* akan merasa sulit memahami informasi karena penyampaian dari seorang penyiar yang kurang memahami dalam hal tatacara berbicara dan kurangnya memahami cara mengatur gaya bahasa dari seorang penyiar. Kemudian adalah hal kedua yang harus di perhatikan untuk seorang penyiar, yaitu *Art* (seni). Seorang penyiar harus bisa menarik perhatian pendengar ketika melakukan siaran. Menjadi seorang penyiar tidak harus mengikuti penyiar lainnya. Setiap orang memiliki kelebihan masing-masing, dan itu akan menjadi ciri khas seorang penyiar dibandingkan dengan penyiar lainnya, baik dari tutur kata, gaya bahasa, maupun cara penyampaian informasi saat siaran kepada pendengar.

Skill atau keterampilan merupakan hal yang menyangkut ketika seseorang menjadi penyiar. Seperti dalam buku Penyiar dan Proses komunikasi (Prayuda, 2006 : 3) mau tidak mau, suka tidak suka dalam upaya optimalisasi ketrampilan penyiar radio di perlukan latihan secara terus menerus agar menjadi kebiasaan. Seorang penyiar harus melatih dirinya agar menjadi suatu kebiasaan yang kemudian tinggal proses bagaimana meningkatkan hal-hal yang bersangkutan dengan penyiar.

Dalam hal ini, jika penyiar sudah memiliki dan melakukan hal tersebut, akan menjadi sangat mudah untuk menjadi seorang penyiar yang handal, serta sebagai seorang penyiar yang dapat memberikan informasi yang sangat jelas dan rapi. Terkadang masih banyak sekali di temukanya penyiar yang tidak dapat menggunakan kata yang pas saat melakukan siaran. Sehingga para pendengar merasa kesulitan dengan cara penyampaian penyiar yang kurang bisa mengatur kata ataupun gaya bahasa.

3. Pemrograman Siaran Radio (Strategi program dalam meningkatkan kualitas radio)

Dalam penyiaranya, stasiun radio harus memiliki sebuah program yang berkualitas agar dapat menarik para audien serta agar dapat meningkatkan kualitas maupun rating suatu stasiun radio tersebut. jika suatu program dapat menarik audien dan jika program memiliki suatu karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan pemasang iklan guna untuk mempromosikan produknya, maka media penyiaran yang bersangkutan akan mendapatkan pemasukan dari iklan tersebut.

Menurut Pringle-starr-McCavitt (1999) dalam bukunya *Electronic Media Management*, Fungsi utama bagian program dapat di rumuskan sebagai berikut (Morrisan,2011 : 211) :

1. *The Production or acquisition of content that will appeal to targeted audience* (Memproduksi dan membeli atau akuisisi program yang dapat menarik audien yang dituju).

Yang dimaksud oleh fungsi tersebut adalah bagaimana dalam suatu stasiun radio membuat program dan membuat cara melalui program tersebut agar dapat memikat para pendengar radio yang nantinya para audien menilai program tersebut apakah program tersebut mumpuni untuk disajikan kepada para audien dengan program tersebut. setiap stasiun memiliki aplikasi yang berfungsi untuk melihat berapa banyak pendengar yang menikmati program tersebut, sehingga dari situlah stasiun radio dapat melihat apakah program mereka sesuai untuk para pendengarnya.

2. *The scheduling of program to attract the desired audience* (menyusun jadwal penayangan program atau skeduling program untuk menarik audien yang diinginkan).

Setelah memproduksi sebuah program maka stasiun radio harus tahu sasaran mereka saat menyajikan program tersebut, maksudnya adalah pembagian waktu serta sasaran audien yang ingin dituju agar dapat meningkatkan kualitas stasiun radio melalui program tersebut. semisal program lagu campur sari yang disajikan untuk para orangtua hingga lansia pada siang hari, sedangkan lagu pop atau lagu yang sedang trending untuk kalangan anak muda hingga orang dewasa di sajikan sore atau malam hari. Pembagian waktu sangatlah penting karena sangat mempengaruhi dalam presentase kualitas radio tersebut, dimana harus dapat membagi waktu untuk orang tua maupun kawula muda.

3. *The production of public service and promotional annoucements and local commercials* (memproduksi layanan publik dan promosi serta produksi iklan lokal).

Sering kita mendengarkan radio saat siaran terdapat musik yang berisikan iklan, itulah yang di sebut dengan jingle. Jingle merupakan suatu gambaran iklan berupa musik yang dimana di dalam nya terdapat kesan maupun pesan pesan yang ingin disampaikan terkait dengan iklan atau yang dipromosikan. Jingle merupakan salah satu produksi iklan yang dapat menarik para audien atau pendengar radio. Pengemasan jingle yang berisikan pesan atau kesan melalui musik dengan

menggunakan kata-kata yang bermakna akan sangat berpengaruh kepada audien. Mungkin sepele hanyalah sebuah musik dengan kata-kata, akan tetapi jika pengemasan serta tata bahasa tidak bagus akan menjadikan nilai tersendiri bagi para pendengar.

Tidak hanya melalui jingle dan program saja, melainkan dengan cara memproduksi layanan publik. Layanan publik dapat berdampak baik maupun buruk, sehingga harus benar-benar memiliki tujuan kemana dan untuk apa layanan publik tersebut nantinya. Semisal program bantuan untuk para orang difable dengan donasi melalui perantara yaitu stasiun radio tersebut. Dengan adanya layanan publik sangatlah berpengaruh pada stasiun radio nantinya serta para audien mendapatkan *feedback* tersendiri.

4. *The production or acquisition of other programs to satisfy the public interest* (produksi dan akuisisi program-program lainnya untuk memuaskan ketertarikan publik).

Akuisisi merupakan jaminan produk yang diserap oleh pasar, biasanya suatu perusahaan atau investor membeli sepenuhnya dengan stasiun radio tersebut. Namun yang di bahas disini bukanlah stasiun radio yang di akuisisi, melainkan program dari radio tersebut. pembelian program dalam maupun luar negeri bisa terjadi, tergantung dari program tersebut apakah layak untuk di akuisisi dan kemudian dipasarkan kepada audien agar nantinya dapat memuaskan ketertarikan publik nantinya.

5. *The generation of a profit for the station's owners* (menciptakan keuntungan bagi pemilik media penyiaran).

Didalam Fungsi yang terakhir ini adalah dengan cara promosi, bagaimana cara memperkenalkan program acara kepada audien dan kemudian dengan menjual acara tersebut agar mendapatkan iklan maupun sponsor. Sehingga stasiun radio mendapatkan keuntungan dengan program tersebut, semakin menarik acara tersebut, semakin banyak pula keuntungan yang di dapatkan, baik rating yang semakin meningkat serta pemasukan keuangan dari iklan atau sponsor tersebut.

4. Kreatif Strategi Program Radio

Persaingan bisnis dalam penyiaran radio melalui strategi kreatif tentunya membutuhkan strategi yang baik. Secara definitifnya, strategi dimaknai sebagai suatu cara atau kiat mencapai suatu tujuan tertentu (Triartanto, 2010: 168). Strategi kreatif yang baik dapat

mewujudkan hasil yang memuaskan. Strategi kreatif program yang ditinjau dari manajemen strategis program siaran terdiri dari (Morissan, 2011:273) :

a. Perencanaan program

Didalam perencanaan suatu program mencakup pemilih format serta isi program yang dapat menarik serta memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang pendengar inginkan melalui sasaran tujuan segmentasinya. Perencanaan suatu program menuntut untuk selalu mencangkupi dalam hal inovasi dan kreativitas. Howard Gough menyebutkan pedoman yang dapat dijadikan dalam perencanaan siaran yaitu, Triartanto,(2010: 98) menjelaskan :

“1) *Penempatan (Placement)*, yaitu penempatan spot yang pas dan tepat. 2) *Waktu (Timing)*, yaitu durasi dalam setiap program yang sudah dijadwalkan. 3) *Penyiaran (Announcement)*, termasuk kata-kata yang digunakan penyiar dalam bersiaran. 4) *Publisitas (Publicity)*, merupakan ekspos dari program maupun bentuk info promo lainnya”.

b. Produksi program

Suatu lembaga penyiaran didalam mengelola programnya membentuk sebuah departemen yang khusus untuk menangani suatu program, yaitu departemen program. Departemen program merupakan posisi yang bertanggung jawab penuh dalam mengelola program atau acara pada stasiun penyiaran radio. Tugasnya adalah untuk mengisi waktu yang luang dengan program-program yang berkualitas dan efisien. Didalam penyiaran radio, orang-orang yang bekerja pada departemen ini disebut *program director* atau pengarah acara. Orang yang berkerja sebagai *Program director* dalam penyiaran radio bertugas untuk melayani para pendengar atau target segmentasinya dengan berbagai program. Suatu program yang menarik serta berkualitas tentunya akan mendapatkan keuntungan bagi stasiun radio tersebut, baik dari segi pengiklan diradio itu sendiri maupun *client* (pemasang iklan).

c. Eksekusi program

Eksekusi program mencakup berbagai kegiatan dalam penyiaran program sesuai dengan rencana dan jadwal yang telah direncanakan secara rapi. *Program director* (pengarah acara) dalam stasiun radio harus bisa menentukan segmentasinya atau target pendengar, tentunya dengan program yang kreatif dan berkualitas agar dapat bersaing dengan stasiun radio lainnya.

d. Pengawasan dan evaluasi program

Pengawasan dan evaluasi program menentukan apakah rencana dan tujuan stasiun radio penyiaran sudah tercapai. Dalam menjalankan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuannya stasiun radio memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi untuk sebuah stasiun radio terdiri dari beberapa departemen yang masing-masing memiliki anggota. Radio yang besar memiliki struktur organisasi yang lebih lengkap dengan anggota yang lebih banyak.

Prayudha (2006: 107) mengatakan:

“Departemen program merupakan departemen yang memiliki kedudukan yang strategis dalam menunjang keberhasilan radionya. Kreativitas dan inovasi menjadi topik penting dalam dunia penyiaran radio. Seringkali insan penyiaran berusaha berpikir hal yang baru dan tidak biasa. Namun jika tidak sesuai dengan tujuan perusahaan maka ini tidak bisa disebut kreatif. Satu-satunya keuntungan yang paling banyak dicari insan penyiaran adalah kegunaannya dalam hal memecahkan masalah.”

Metode Penelitian

Metode Secara terminologi, Menurut Ruslan (2008: 24) metode adalah kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya. Sedangkan penelitian Menurut Sugiyono (2014: 2) :

“Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.”

Langkah-langkah yang diambil dalam metodologi penelitian ini, antara lain :

1. Pendekatan dan Jenis penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Karena data yang diteliti berupa kata-kata tertulis atau lisan bukan perhitungan. (Moleong, 1991: 3)

2. Waktu dan Lokasi penelitian

Penelitian ini akan dimulai pada awal bulan September sampai akhir Oktober. Lokasi dalam penelitian ini yaitu Radio Zenith 97.2 FM dan Radio Elisa 103.9 FM yang berada di Kota Salatiga.

3. Pengumpulan data

a.) Metode observasi

Melakukan suatu pengamatan secara khusus dengan maksud agar dapat memecahkan persoalan yang dihadapi.

b.) Interview atau Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu, dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang akan mengajukan pertanyaan dan terwawancara atau sebagai subjek yang menjawab dan memberikan jawaban dari pertanyaan yang diajukan pewawancara (Moleong, 2007: 186).

c.) Studi Dokumen

Merupakan data tersimpan dalam bentuk dokumentasi yang dapat berbentuk seperti surat-surat, catatan harian, laporan, foto, dan sebagainya. Data ini tidak terbatas dalam ruang maupun waktu, sehingga dapat memberikan peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi sebelum adanya penelitian ini.

4. Informan Penelitian

Data-data yang dikumpulkan berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian yang dikaji. Di sisi lain juga agar mempermudah peneliti dalam mendapatkan data yang diinginkan sesuai dengan penelitian. Berikut adalah sumber data untuk mendapatkan berbagai informasi yang di butuhkan.

a.) Penyiar

Merupakan orang yang membawakan program acara dan memiliki tugas sebagai menyiarkan berita atau informasi yang baik kepada khalayak melalui suara (audio). Wawancara kepada penyiar dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana cara penyiar membawakan acara tersebut pada saat siaran program di Radio Zenith dan Radio Elisa. Jumlah penyiar yang di wawancara adalah dua orang yang masing-masing membawakan program dari kedua radio tersebut.

b.) Program director

Di lakukan untuk mengetahui apa saja langkah-langkah yang dilakukan untuk memikat minat pendengar radio. Jumlah program director yang di wawancara adalah dua orang dari masing-masing stasiun radio.

c.) Pendengar

Di lakukan sebagai data pendukung penelitian dan untuk memastikan apakah strategi kreatif yang di rancang dalam upaya untuk meraih pendengar dari masing-masing radio dapat sesuai dengan pendengar atau tidak.

5. Analisis data

Tujuan dari analisis data adalah supaya menyederhanakan data dalam bentuk yang mudah di baca. Penelitian ini menggunakan teknik pendekatan deskriptif kualitatif yang merupakan suatu proses menggambarkan keadaan sasaran yang sebenarnya.

Menurut Sambudi (Skripsi, 2014: 14) Secara sistematis langkah-langkah analisa tersebut sebagai berikut :

“Mengumpulkan data yang diperoleh dari hasil interview dan observasi. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai urutan pembahasan baik itu data yang bersumber dari wawancara maupun observasi. Melakukan interpretasi terhadap data yang telah tersusun. Menjawab rumusan masalah.”

Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diketahui bahwa Radio Zenith dan Radio Elisa dalam upaya meraih minat pendengar radio di Salatiga dengan melakukan strategi masing-masing sehingga kedua radio tetap bisa menjadi radio andalan bagi para pendengar setia mereka masing-masing. Menurut Rangkuti (2006: 14) Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam jangka waktu yang panjang, penentuan program tindak lanjut dan kebijakan pemilihan prioritas alokasi sumber daya untuk mencapai keunggulan bersaing. Maka dari itulah Radio Zenith dan Radio Elisa merancang strategi dengan melakukan penentuan program masing-masing untuk mencapai target pemasaran dalam siaran maupun menarik minat pendengar nantinya melalui strategi yang sudah ditetapkan.

Radio Zenith dengan program unggulannya yaitu “Salatiga Bergoyang” dan Radio Elisa dengan programnya “Leyeh-Leyeh” berusaha untuk menghibur para pendengar radio di Salatiga. Dengan program tersebut, kedua radio juga ingin agar bisa meraih minat pendengar radio di Salatiga serta menjadikan program tersebut sebagai daya tarik tersendiri bagi pendengar melalui program tersebut.

Pemilihan dalam program tentunya sangat penting dalam meningkatkan serta memepertahankan minat pendengar radio khususnya di Salatiga tentunya akan sangat berpengaruh dalam waktu kedepannya. Dalam hal ini, penulis ingin menjabarkan lebih dalam lagi tentang strategi kedua program tersebut dengan sumber temuan yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya :

1. Kreatif Perancangan

Radio Zenith dan radio Elisa merupakan radio yang memiliki tujuan yang berbeda didalam programnya. Setiap masing-masing dari kedua radio tersebut memiliki kelebihan masing-masing didalam pemilihan baik isi siaran dari programnya, segmentasi pendengarnya, maupun alasan lainnya. Namun yang peneliti temukan dari kedua radio tersebut adalah dimana disetiap pemilihan penyusunan program memiliki alasan yang sangat kuat. Tidak bisa dipungkuri jika radio Zenith lebih memiliki kesempatan dalam meraih para pendengar radio di Salatiga khususnya, dikarenakan memang fenomena yang terjadi saat ini adalah lagu dangdut mulai dinikmati dan didengarkan oleh semua khalayak baik anak-anak hingga orang tua. Selain itu juga karena lagu dangdut merupakan lagu yang banyak didengarkan oleh orang indonesia. Sedangkan radio Elisa memiliki nilai kebudayaan tersendiri dalam siaran programnya “Leyeh-Leyeh”. Dalam hal untuk meraih para pendengar saat ini, radio Elisa akan kurang diminati oleh para pendengar secara umum oleh masyarakat, dikarenakan tidak semua orang suka campursari. Penulis dapat menyimpulkan bahwa radio Zenith dalam memilih programnya “Salatiga Bergoyang” dikarenakan mengikuti apa yang sedang tren serta apa yang pendengar rasakan saat ini. Sedangkan radio Elisa dalam programnya “Leyeh-Leyeh” lebih kearah melestarikan kebudayaan melalui lagu campursari dan radio Elisa sebagai wadah bagi para pendengar dalam menyatukan kesamaan yang dimiliki oleh para pendengar.

2. Kreatif Konten

Perbedaan genre musik yang ditemukan oleh penulis dapat dilihat dari berbagai macam jenisnya, seperti irama musiknya, alat musik yang digunakan sebagai pengiring, maupun pesan atau kesan disetiap lagu genre musik tersebut. dalam programnya, Radio Zenith “Salatiga Bergoyang” memutar request lagu dari pendengar sesuai dengan tema acara siaran yang ber-genre dangdut, baik dangdut melayu, dangdut pop, dangdut remix (EDM), dangdut koplo, maupun dangdut rock. Sedangkan Radio Elisa dalam programnya “Leyeh-Leyeh”, memutar musik campursari dikarenakan Radio Elisa ingin melestarikan budaya jawa melalui sebuah musik dan program siaran Radio Elisa “Leyeh-Leyeh” sebagai wadah yang diharapkan bisa membantu para penikmat musik campursari di Salatiga khususnya. Di sisi lain, Radio Zenith memilih program siaran tersebut dikarenakan selain “tren” juga karena lagu dangdut untuk saat ini sudah banyak diminati dari semua kalangan.

Di setiap perbedaan pemilihan dalam genre musik ini, tentunya Radio Zenith dan Radio Elisa memiliki kelebihan maupun kekurangan masing-masing dalam menjalankan program “Salatiga Bergoyang” dan program “Leyeh-Leyeh”. Melihat dari kedua pemilihan program tersebut, penulis menyimpulkan bahwa Radio Zenith dalam memilih program “Salatiga Bergoyang” dikarenakan beberapa alasan karena lagu dangdut dari zaman ke zaman semakin berkembang dan seiring berjalanya perkembangan musik tersebut, dangdut yang dulunya hanya diminati oleh beberapa kalangan seperti orang tua maupun orang yang hanya suka dengan musik dangdut, sekarang hampir diminati oleh semua kalangan, baik remaja hingga orang tua. Sedangkan dari pemilihan program Radio Elisa “Leyeh-Leyeh”, penulis menyimpulkan dari temuan penelitian sebelumnya, bahwa pemilihan program ini dikarenakan Radio Elisa ingin melestarikan budaya jawa melalui musik campursari.

Namun, menurut penulis program ini tidak seperti program “Salatiga Bergoyang” yang diminati oleh semua kalangan, program “Leyeh-Leyeh” ini kebanyakan hanya di minati oleh orang yang berumur 30 tahun keatas, itu dari segi segementasi para pendengarnya. Dari segi tujuannya, Radio Elisa lebih menonjolkan sisi kebudayaan melalui musik campursari dan Radio Elisa sebagai wadah untuk melestarikan budaya tersebut dan sebagai wadah bagi penikmat musik campursari yang untuk saat ini memang sudah kurang diminati. Diharapkan kedua program

tersebut dapat menghibur para pendengar radio, khususnya di kota Salatiga dan dapat memikat serta dapat meraih minat pendengar radio di Salatiga.

Setiap bentuk penyiaran pastinya terdapat sebuah iklan, seperti halnya Radio juga terdapat beberapa jenis Iklan yang disiarkan dalam stasiun Radio. Selain fungsinya sebagai pemasukan dalam manajemen stasiun radio, juga sebagai pengisi dalam selingan program acara stasiun radio agar para pendengar tidak merasa bosan dengan siaran radio tersebut. Beriklan melalui media radio, juga agar menarik pendengar dari target yang ingin dicapai. Supaya target tersebut dapat menarik para pendengar, tentu memerlukan konten yang bermutu dalam beriklan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis saat melakukan penelitian didalam siaran Radio Zenith dan Radio Elisa, iklan yang terdapat dalam kedua Radio tersebut mayoritas hampir sama, dikarenakan kedua radio tersebut berada didalam wilayah yang sama. Sedangkan untuk iklan yang berada dalam program yang penulis teliti, Radio Elisa dalam programnya “Leyeh-Leyeh” memiliki iklan yang lebih banyak dari pada Radio Zenith dalam program siarannya “Salatiga Bergoyang”. Penulis dapat menemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis sebelumnya bahwa kedua radio memiliki perbedaan pengalaman serta sejarahnya didalam kedua program tersebut. Radio Elisa yang sudah lebih dari 8 tahun dengan programnya “Leyeh-Leyeh” tentu memiliki pengalaman yang lebih daripada Radio Zenith yang baru memulai programnya “Salatiga Bergoyang” sekitar 1 tahun yang lalu. Dari segi pengalaman serta sejarahnya, Radio Elisa lebih unggul ketimbang Radio Zenith. Banyaknya iklan yang terdapat dalam siaran, tentunya berawal dari pendengar yang banyak didalam siaran program tersebut. Hal ini yang menjadikan para pengiklan yang ingin menawarkan produk mereka dalam bentuk produk maupun jasa dengan memikirkan semakin banyak pendengar yang ada dalam siaran tersebut, tentu banyak pula kesempatan untuk memasarkan produk mereka dengan harapan agar mendapatkan keuntungan melalui iklan suara (audio).

3. Kreatif Penyiar Dan Media Dalam Siaran

Radio tidak pernah terlepas dari kata “penyiar”, merupakan seseorang yang menggunakan teknik kualitas suara serta cara berfikir yang luas agar para pendengar merasakan imajinasi saat mendengarkan penyiar membawakan program siarannya. Memiliki suara yang khas atau dari segi cara pembawaan penyiar tentunya akan sangat mudah dipahami oleh para pendengar dan hal itulah yang menjadikan

nilai plus tersendiri baik untuk penyiar sendiri, maupun untuk stasiun radio tersebut. adapun beberapa syarat untuk menjadi seorang penyiar agar dapat melakukan siaran dengan baik dan benar, seperti yang dikatakan oleh Prayudha (2006: 88) dalam bukunya *Penyi@r ITS NOT JUST A TALK* terdapat 7 syarat untuk menjadi seorang penyiar sebagai berikut :

1. Mempunyai kualitas vokal yang memadai
2. Mampu melaksanakan '*adlibbing*' dan '*script reading*' dengan baik
3. Memahami format radionya dan format clock
4. Memahami secara mendalam segmen radionya
5. Memperlihatkan simpati dan empati terhadap pendengarnya
6. Mampu menghasilkan gagasan-gagasan segar dan kreatif dalam siarannya
7. Mampu bekerjasama dalam tim

Menurut Carol (1961: 10), Bahasa ialah sistem bunyi atau urutan bunyi vokal yang terstruktur yang digunakan atau dapat digunakan dalam komunikasi internasional oleh kelompok manusia dan dengan lengkap digunakan untuk mengungkapkan sesuatu, peristiwa, dan proses yang terdapat di sekitar manusia. (PerpusSekolah.com, <http://www.masterpendidikan.com/2017/02/pengertian-bahasa-dan-hakikat-bahasa-menurut-para-ahli.html>, diakses pada 25 november 2017).

Dalam kedudukannya sebagai bahasa daerah, bahasa Jawa memiliki fungsi sebagai berikut: (1) lambang kebanggaan daerah, (2) lambang identitas daerah, dan (3) alat perhubungan di dalam keluarga dan masyarakat daerah (Khalim dalam Tubiyono, 2008). Bahasa Jawa memiliki hak hidup yang sama dengan BahasaIndonesia.(Oktafiarni, https://www.kompasiana.com/isyaoakta/penggunaan-bahasa-jawa-untukmelestarikan-warisan-budaya-indonesia-dalam-lingkup-pemudajawa_54f7563ca3331184358b45e6, diakses pada 25 november 2017).

Radio Zenith didalam pemilihan Bahasa Indonesia pada siaran program “Salatiga Bergoyang” dikarenakan agar mempermudah dalam berkomunikasi dengan para pendengar melalui Bahasa Indonesia yang baik dan benar. Hal ini juga melibatkan media “Bigo Live” sebagai alasannya dalam menggunakan Bahasa Indonesia yang penggunaannya belum tentu dari wilayah Salatiga, akan tetapi orang yang diluar wilayah Salatiga menggunakan media “Bigo Live”. Disamping itu, Radio Zenith yang pendengarnya dalam program “Salatiga Bergoyang” adalah

kebanyakan anak muda tentunya akan semakin mempermudah dalam berinteraksi dengan para pendengarnya menggunakan Bahasa Indonesia.

Sedangkan Radio Elisa yang dengan menggunakan Bahasa Jawa Halus (krama) dalam pembawaan siaran program “Leyeh-Leyeh” dikarenakan selain segmentasinya pendengarnya adalah kalangan menengah kebawah maupun orangtua berumur 30 tahun keatas, yang tentunya para pendengar dari Radio Elisa lebih banyak menggunakan Bahasa Jawa dalam kesehariannya. Selain itu Radio Elisa juga ingin melestarikan budaya Jawa dalam programnya “Leyeh-Leyeh” dengan menggunakan Bahasa Jawa halus (krama).

Dari perbedaan dalam pemilihan bahasa tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa didalam program radio mereka baik Radio Zenith maupun Radio Elisa, pastinya sudah disusun dengan matang agar program yang mereka siarkan dapat sesuai dengan apa yang pendengar inginkan. Serta dalam penggunaan dan pemilihan bahasa dalam program “Salatiga bergoyang” dan “Leyeh-Leyeh”, Radio Zenith dan Radio Elisa tentu sudah memikirkannya dengan alasan tertentu, baik dari segi tujuan program tersebut maupun dari segi segmentasi pendengar tersebut ditujukan kepada sasaran mereka. Seperti Radio Zenith dengan menggunakan Bahasa Indonesia dikarenakan Bahasa tersebut merupakan Bahasa persatuan, dan sedangkan Radio Elisa menggunakan Bahasa Jawa Halus (Krama) dikarenakan ingin melestarikan budaya jawa melalui program “Leyeh-Leyeh”. Selain itu, penggunaan Bahasa didalam siaran, tentunya melihat dari segi segmentasi pendengar, agar dapat sesuai dengan sasaran pendengar yang dituju.

Setiap radio pasti memiliki cara tersendiri dalam melakukan pendekatan dengan para pendengarnya, salah satunya dengan sapaan atau nama panggilan untuk para pendengar radio tersebut. Zenither merupakan nama sapaan bagi para pendengar radio Zenith. Penamaan ini dikarenakan radio Zenith ingin mengudara bersama para pendengarnya dan Zenith ingin pendengar menjadi keluarga bagi radio Zenith dengan menamakan pendengar dengan Zenither agar lebih dekat. Sedangkan radio Elisa dalam sapaan pendengarnya dengan sahabat Elisa, alasan tersebut dikarenakan radio Elisa memosisikan pendengar sebagai sahabat di udara dan radio Elisa memperlakukan pendengar sebagai sahabat.

Penggunaan nama sapaan untuk para pendengar tentunya akan berpengaruh kepada pendengar. dari penyebutan sapaan tersebut, pendengar akan merasakan bahwa pendengar juga di perhatikan dan di hormati oleh radio tersebut melalui

sapaan masing-masing. Menurut penulis, dalam sapaan pendengar ini sangatlah mendukung dalam siaran serta agar dapat memikat para pendengar radio Zenith maupun radio Elisa kedepannya.

Radio merupakan salah satu dari beberapa media massa yang memiliki fungsi sebagai alat komunikasi dalam menyebarkan pesan maupun berita kepada khalayak secara luas. Menurut Cangara, (2002: 134), Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV.

Dengan adanya beberapa fasilitas media yang ditentukan oleh Radio Zenith dan Radio Elisa tentunya agar dapat mempermudah bagi para pendengar untuk me-request lagu dan kirim-kirim salam serta agar Radio Zenith dan Radio Elisa dapat lebih dekat dengan para pendengar.

Sedangkan Radio Zenith dalam penggunaan media sosial seperti “Bigo Live” merupakan sarana pendukung dalam siaran, serta untuk saat ini media sosial “Bigo Live” banyak digunakan oleh anak-anak muda dimana segmentasi dari Radio Zenith juga merupakan Anak muda. Hal ini tentunya mempermudah para pendengar untuk melihat langsung, bagaimana cara penyiar saat siaran “Salatiga Bergoyang” maupun program siaran lainnya. Dikarenakan radio hanya bentuk suara dalam penyampaian pesanya, akan tetapi dengan adanya media sosial “Bigo Live” akan terlihat bentuk muka serta gimik penyiar saat siaran melalui media sosial “Bigo Live” tersebut. Tidak hanya untuk media pendukung, akan tetapi Radio Zenith juga ingin lebih dekat serta agar dapat menghibur melalui media sosial “Bigo Live”. Persamaan maupun perbedaan dalam penggunaan media dalam membantu siaran Radio Zenith dan Radio Elisa tentunya sama-sama memiliki tujuan didalam upaya untuk mempertahankan minat pendengar radio terutama di kota Salatiga yang semakin lama perkembangan zaman menggeser teknologi yang dulunya digunakan, akan tetapi sekarang malah seperti dilupakan layaknya radio.

Berdasarkan uraian yang penulis jelaskan, melalui perbedaan yang terdapat dari kedua program yaitu mulai dari genre musik, karakter penyiar, bahasa, peran media dalam membantu siaran, karakteristik pendengar radio, program director, dan iklan dalam radio. Tentunya dalam hal ini, kedua radio memiliki tujuan didalamnya, yaitu upaya untuk menarik para pendengar serta mempertahankan

minat pendengar melalui kedua program tersebut dengan cara masing-masing dari kedua radio tersebut.

Dengan adanya hasil penelitian penulis dapat diketahui bahwa dari Radio Zenith dan Radio Elisa telah melakukan berbagai upaya dalam meraih minat pendengar radio melalui strategi masing-masing yang dilakukannya. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis dapat melihat terdapat perbedaan dalam kedua program tersebut. Hasil tersebut penulis uraikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1 Perbedaan program Radio Zenith “Salatiga Bergoyang” dengan program Radio Elisa “Leyeh-Leyeh” dalam meraih minat pendengar radio di Salatiga

No	Unsur perbedaan	Radio Zenith	Radio Elisa
1.	Kreatif Perancangan	“Salatiga bergoyang” Radio Zenith melibatkan selain penyiar terdapat beberapa pihak seperti pejabat atau instansi lainnya.	“Leyeh-Leyeh” (Campursari) Program di sosialisasikan kepada penyiar sesuai kualitas masing-masing penyiar.
2.	Gaya Bahasa	Bahasa Indonesia (umum)	Bahasa Jawa Halus
3.	Jenis musik	Dangdut	Campursari
4.	Waktu Siaran	Senin – Sabtu 06.00 – 09.00 dan 21.30 – 23.00	Senin – Sabtu 14.00 – 16.00
5.	Segmentasi pendengar	Semua umur	
6.	Sapaan Pendengar	Zenither	30 tahun ke atas
7.	Media Pendukung Siaran	Sms, Telepon, dan Bigo Live	Sahabat Elisa Sms dan Telepon

Sumber: Data Penelitian, 2017

Melalui uraian perbedaan dari program kedua objek tersebut, dapat dipahami bahwa perbandingan tersebut terkait dengan upaya kedua radio tersebut dalam meraih minat pendengar radio di Salatiga melalui program masing-masing.

Penulis menggunakan analisis *SWOT* untuk digunakan dalam penulisan dan menyusun peluang serta hambatan kedua radio tersebut yang sudah dilakukan penulis dalam penelitian sebelumnya. Analisis *SWOT* terdiri dari S (*strenght*) yaitu kekuatan dari masing-

masing radio, W (*weakness*) lawan dari *strenght* yang berarti kelemahan radio Zenith dan radio Elisa, O (*opportunity*) merupakan peluang yang didapatkan oleh kedua radio tersebut, dan T (*threats*) berbagai ancaman yang dihadapi Radio Zenith dan Radio Elisa. Penulis ingin menunjukkan bahwa kinerja dalam bidang penyiaran suara (audio) kedua radio tersebut. Peluang dapat dilihat dari strategi kreatif program, begitu pula dengan hambatan yang terjadi. Berikut penulis akan menjabarkan peluang dan hambatan dari kreatif program siaran yang terdapat pada Radio Zenith dan Radio Elisa dalam meraih minat pendengar radio di Salatiga melalui analisis *SWOT*.

Tabel 2 SWOT Strategi Program “Salatiga Bergoyang” Radio Zenith dalam meraih pendengar di Salatiga

Program Salatiga Bergoyang dengan konten Lagu/Musik Dangdut melalui media siaran Bigo Live			
S (Kekuatan)	W (Kelemahan)	O (peluang)	T (ancaman)
a. Lagu Dangdut secara umum sudah di kenal masyarakat	a. Penggunaan Bigo Live memerlukan biaya (kuota atau data internet)	a. Pendengar dapat melihat secara langsung melalui aplikasi Bigo Live	a. adanya program baru yang lebih menarik dari radio lain
b. Lagu Dangdut disenangi tidak mengenal umur	b. Tidak semua umur mengetahui penggunaan Bigo Live	b. Lagu Dangdut saat ini semakin di minati	b. Penggunaan Bigo Live kurang efektif bagi orang-orang sibuk
c. Stasiun Tv juga memprogram Siaran Lagu/Musik Dangdut	c. Bigo Live harus menggunakan Handphone		
d. Show dengan Music/Lagu Dangdut	d. Bigo Live harus di download terlebih dahulu		
	e. Bigo Live kebanyakan memiliki sisi negative dalam penggunaanya		

Tabel 3 SWOT Strategi Program “Leyeh-Leyeh Campursari” Radio Elisa dalam meraih pendengar di Salatiga

Strategi Program Leyeh-Leyeh Campursari dengan konten Lagu/Musik Campursari melalui Konten Gaya Bahasa Jawa Halus			
S (Kekuatan)	W (Kelemahan)	O (peluang)	T (ancaman)

a. Lagu Campursari merupakan lagu ciri khas orang Jawa	a. Tidak semua orang senang dengan Lagu Campursari	a. Banyaknya iklan yang masuk	a. adanya program baru yang lebih menarik dari radio lain
b. Isi/makna dari Lagu Campursari lebih mementingkan budaya Jawa	b. Kurangnya kesadaran masyarakat akan budaya melalui Lagu Campursari	b. Sebagai Sarana perekat orang Jawa Khususnya di Kota Salatiga	b. penggunaan bahasa yang semakin berkembang
c. Bahasa Jawa Halus merupakan bahasa yang di tinggikan derajatnya		c. Sebagai wadah fasilitas para penikmat Lagu Campursari	
d. Bahasa Jawa Halus mencerminkan kesopanan			
b. Program ini sudah berjalan 8 tahun			

Kesimpulan

1. Strategi Pemrograman siaran Radio Zenith dan Radio Elisa dalam meraih minat pendengar di Salatiga adalah sebagai berikut :

- a. Radio Zenith

Radio Zenith melakukan beberapa tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan perencanaan programnya agar dapat meraih minat pendengar. dalam menyusun program siarannya, radio Zenith menentukan target audiennya dan menyiapkan materi yang akan menjadi konten dari acara tersebut. selain itu, radio Zenith dalam menyusun perencanaan programnya juga melihat dari tren yang sedang terjadi di masyarakat. Program “Salatiga Bergoyang” merupakan salah satu program yang ada dikarenakan tren lagu Dangdut yang mulai disukai oleh semua kalangan. Radio Zenith melihat apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat kota Salatiga sehingga muncul program “Salatiga Bergoyang” yang memutar lagu-lagu dangdut. Dengan adanya musik lagu dangdut ini bertujuan untuk orang yang dulu tidak mendengarkan siaran dari radio Zenith, akan tertarik untuk mendengarkan siaran radio Zenith. Selain itu juga agar dapat menarik pengiklan yang segmen produknya sesuai dengan target pendengar acara tersebut.

b. Radio Elisa

Dalam strategi pemrograman yang dijalankan oleh radio Elisa, terdapat beberapa tahapan atau langkah-langkah, yakni melakukan survei terlebih dahulu dan melihat kompetitor sesama stasiun radio lainnya. Kemudian barulah di petakan untuk menyesuaikan target pasar berdasarkan segmentasinya serta dari visi dan misi dari radio Elisa itu sendiri.

Setelah melakukan langkah-langkah seperti diatas, radio Elisa dalam menyusun program harus disetujui oleh pihak station manager dan program director. Kemudian mengadakan rapat bersama dengan orang-orang yang terkait dengan program yang akan disiarkan nantinya. Setelah itu, barulah disosialisasikan kepada penyiar yang akan membawakan program siaran tersebut. station manager sifatnya hanyalah untuk menyetujui dan mengetahui dari program tersebut. sedangkan program director yang merancang program serta penanggung jawab dari program tersebut.

2. Kreatif Program yang dimunculkan pada siaran hiburan unggulan dalam radio Zenith dan radio Elisa.

a. Strategi kreatif radio Zenith dalam program “Salatiga Bergoyang”

Berdasarkan kajian atas struktur strategi perencanaan program radio Zenith tersebut mengimplementasikan strategi-strategi kreatif antara lain melalui : kreatif konten, dan kreatif media dalam siaran.

- 1.) Strategi Kreatif rancangan program Salatiga Bergoyang dengan strategi kreatif konten musik/lagu Dangdut bisa di terima, di respon oleh pendengar.
- 2.) Strategi Kreatif rancangan program Salatiga Bergoyang dengan strategi kreatif Media Bigo Live (streaming) tidak nyata bisa di terima, di respon oleh pendengar.

b. Strategi kreatif radio Elisa dalam program “Leyeh-Leyeh” (Campursari).

Berdasarkan kajian atas struktur strategi perencanaan program radio Elisa tersebut mengimplementasikan strategi-strategi kreatif antara lain melalui : kreatif konten, dan kreatif penyiar dalam siaran (gaya dan bahasa siaran).

- 1.) Strategi Kreatif rancangan program Leyeh-Leyeh Campursari dengan strategi kreatif konten musik/lagu langgam Campursari dengan gaya bahasa menggunakan Bahasa Jawa Halus bisa diterima, direspon oleh pendengar.

3. Persamaan dan Perbedaan Radio Zenith dan Radio Elisa

Dari kedua radio ini bisa ditarik persamaan dan perbedaan, yaitu :

a. Persamaan

Kedua radio dengan jeli menyikapi trending atau kesenangan pendengar atau masyarakat akan musik/lagu tertentu yang diangkat dalam rancangan program. Radio Zenith merancang program musik/lagu Dangdut, Radio Elisa merancang program musik/lagu Campursari.

b. Perbedaan

- 1.) Management Radio Zenith menggabungkan/menambah rancangan program konten musik/lagu Dangdut ditambah dengan Media siaran Bigo Live. Perpaduan ini tidak bisa menjamin pertambahan jumlah pendengar bahkan tidak bisa dikontrol.
- 2.) Management Radio Elisa menggabungkan rancangan program konten musik/lagu Campursari dengan budaya/kultur/adab sopan santun yang ada di masyarakat kota Salatiga melalui gaya bahasa siaran Bahasa Jawa Halus ini menjadikan strategi kreatif dari Radio Elisa bisa diterima masyarakat Salatiga.

Saran

Berdasarkan uraian keterbatasan dari peneliti tersebut diatas maka penulis dapat memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Bagi penelitan selanjutnya untuk memperluas topik, metode, objek, dan sebagainya.
2. Radio-Radio di kota Salatiga lainnya memiliki potensial untuk diriset bagi para peneliti. Seperti, radio Suara Salatiga, radio Bass, radio Eksis, radio Leonard, dan sebagainya.
3. Kecenderungan pendengar radio yang berada di kota Salatiga disurvei untuk penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Moleong, Lexy, J. (1991). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja RosdaKarya.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja RosdaKarya.
- Morrisan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio & Televisi)*, Cetakan ke-3. Jakarta: Kencana.
- Prayudha, Harley. (2006). *Penyiar It's Not Just A Talk*. Malang :Bayumedia Publishing.
- Prayudha, Harley. (2004). "Radio" Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran. Malang: Bayu Media Publishing.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Public Relatoins & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sambudi, Ahmad Jafar Eko. (2014). "Analisis Proses Produksi Siaran Dakwah (Kuliah Angkasa Sore) Radio PTDI UNISA 205 Semarang." Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN WaliSongo, Semarang.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Triartanto, A.Ius. (2010). "Broadcasting Radio" *Panduan Teori dan Praktek*.
Yogyakarta: Pustaka Book.

Artikel di Internet :

"Master Pendidikan: Pengertian Bahasa dan Hakikat Bahasa"

<http://www.masterpendidikan.com/2017/02/pengertian-bahasa-dan-hakikat-bahasa-menurut-para-ahli.html>, (akses pada 25 november 2017, disusun oleh: PerpusSekolah.com).

"Kompasiana: Penggunaan Bahasa Jawa untuk Melestariakn Warisan Budaya Indonesia"

https://www.kompasiana.com/isyaoakta/penggunaan-bahasa-jawa-untukmelestarikan-warisan-budaya-indonesia-dalam-lingkup-pemudajawa_54f7563ca3331184358b45e6, (diakses pada 25 november 2017, disusun oleh: Laisa Oktafiarni).