

**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)**



SKRIPSI

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

Oleh:

SULTHON SALAMUDDIN KUNCORO

12321180

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

Yogyakarta

2018

SKRIPSI

**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)**

Disusun oleh

SULTHON SALAMUDDIN KUNCORO

12321180



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan
tim penguji skripsi

Tanggal 28 MAR 2018

Dosen pembimbing Skripsi,



Anang Hermawan, S.Sos., MA

NIDN: 0506067702

SKRIPSI
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)**

Disusun oleh
SULTHON SALAMUDDIN KUNCORO

12321180

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 22.08.2018

Dewan Penguji:

1. Anang Hermawan, S.Sos., M.A

NIDN: 0506067702

2. Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A

NIDN: 0505068902



Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Muzayin Nazaruddin, S.Sos., M.A

NIDN: 0516087901

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sulthon Salamuddin Kuncoro
No. Mahasiswa : 12321180
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KREATIF PROGRAM HIBURAN RADIO
SWASTA DALAM MERAH MERAIH PENDENGAR DI SALATIGA
(Studi Deskriptif Program "Salatiga Bergoyang" Radio Zenith
FM dan "Leyeh-Leyeh Campursari" Radio Elisa FM)

Melalui surat pernyataan ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Oleh karena itu, skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 27 Februari 2018

Yang Menyatakan
KETERANGAN
LEMBAGA
BERDAFTAR NO. 0432058
6000
Sulthon
Salamuddin Kuncoro

MOTTO

"Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri". (Q.S. Al-Ankabut : 6)

"Dan bahwa seorang manusia tidak akan memperoleh sesuatu selain apa yang telah diusahakannya sendiri." (Q.S. An-Najm [53]: 39)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, kita memuji-Nya, kita meminta pertolongan, pengampunan serta petunjuk kepada-Nya. Kita berlindung kepada Allah dari kejahatan dan keburukan amal, barang siapa mendapat petunjuk dari Allah, maka tidak akan ada yang menyesatkannya dan barang siapa yang sesat maka tidak ada pemberi petunjuk baginya. Aku bersaksi bahwa tidak ada tuhan selain Allah SWT dan bahwa Muhammad adalah hamba dan Rasul-Nya. Semoga doa, shalawat tercurah pada junjungan dan suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, keluarganya, dan sahabat serta siapa saja yang mendapat petunjuk hingga hari kiamat, Amin.

Persembahan tugas akhir ini dan rasa terimakasih penulis ucapkan untuk:

1. Keluarga penulis tercinta, Bapak dan Ibu, Adik-adik yang telah memberi semangat dalam menyelesaikan tugas ini. Memberi kasih sayang baik secara moril maupun materil.
2. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan Ilmu serta membantu dalam proses studi perkuliahan ini.
3. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2012 yang juga membantu penulis dengan sabra dan memberi dukungan serta orang-orang disekitar saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih sudah memberi semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Radio Zenith dan Radio Elisa yang sudah bersedia membantu penelitian ini.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata penulis persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan Ilmu pengetahuan di masa yang akan datang, Amin.

KATA PENGANTAR



Penulis memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Kreatif Progam Hiburan Radio Swasta dalam Meraih Pendengar di Salatiga (Studi Deskriptif Radio Zenith dan Radio Elisa)” dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Strata 1 (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Tanpa bantuan dari berbagai pihak, tidak mungkin bagi penulis untuk menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas petunjuk dan bimbingan yang telah penulis terima selama melakukan penyusunan skripsi ini kepada:

1. Bapak Muzayin Nazaruddin, S.Sos., M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan izin untuk keperluan penelitian penulis.
2. Bapak Anang Hermawan, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ayah dan Ibu penulis serta adik-adik penulis, terimakasih telah memberikan semangat dan doa restu baik moril maupun materil.
4. Radio Zenith dan Radio Elisa yang sudah membantu dalam melakukan penelitian skripsi ini.
5. Teman-Teman yang sudah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 27 Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Etika Akademik	iv
Moto.....	v
Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak.....	xiv
Abstract.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Pemikiran	9
G. Metode Penelitian	19
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	19
2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	19
3. Pengumpulan Data	20
4. Informan Penelitian	20
5. Analisis Data	21

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Radio Elisa.....	22
B. Radio Zenith	24

BAB III TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian	
6. Radio Elisa	27
a. Strategi Radio Elisa Dalam Perencanaan Program	27
b. Strategi Kreatif Radio Elisa Dalam Program Leyeh-Leyeh.....	30
7. Radio Zenith.....	35
a. Strategi Radio Zenith dalam Perencanaan Program.....	35
b. Strategi Kreatif Radio Zenith dalam Program Salatiga Bergoyang .	40
B. Pembahasan	43
1. Kreatif Perancangan.....	44
a. Salatiga Bergoyang	44
b. Leyeh-Leyeh Campursari	45
2. Kreatif Konten.....	46
a. Musik.....	46
b. Iklan.....	48
3. Kreatif Penyiar Dan Media Dalam Siaran.....	50
a. Gaya Siaran	50
b. Bahasa	56
c. Sapaan Pendengar	59
d. Media dalam Siaran.....	60
C. Analisis Kekuatan dan Kelemahan.....	67
1. SWOT Radio Zenith	67
2. SWOT Radio Elisa	71
D. Refleksi Teoritik.....	74

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	77
B. Keterbatasan Penelitian.....	80
C. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA	82
-----------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Radio Elisa	22
Gambar 2.2 Logo Radio Zenith.....	25
Gambar 3.1 Foto Ruang Siaran Radio Elisa.....	28
Gambar 3.2 Foto Penyiar Radio Elisa	29
Gambar 3.3 Foto Ruang Produksi	30
Gambar 3.4 Foto Request Pendengar Melalui SMS.....	33
Gambar 3.5 Foto Peralatan Pendukung dalam Siaran Radio Elisa.....	35
Gambar 3.6 Foto Lokasi Radio Zenith	36
Gambar 3.7 Foto Rena Penyiar Radio Zenith.....	38
Gambar 3.8 Foto Daniel Penyiar Radio Zenith	39
Gambar 3.9 Foto Dion Penyiar Radio Zenith.....	40
Gambar 3.10 Foto Radio Zenith Siaran denga Bigo Live	41
Gambar 3.11 Foto Dion saat on air melalui Bigo Live	42

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Respon Beberapa Pendengar Radio Zenith Dalam Strategi Program Kreatif Salatiga Bergoyang	63
Tabel 3.2 Respon Beberapa Pendengar Radio Elisa Dalam Strategi Program Kreatif Leyeh-Leyeh Campurasari	63
Tabel 3.3 Kendala dan Hambatan Teknis Radio Zenith dan Radio Elisa dalam Strategi Kreatif	64
Tabel 3.4 Perbedaan Program Radio Zenith dan Radio Elisa dalam Meraih Minat Pendengar Radio di Salatiga	66
Tabel 3.5 SWOT Radio Zenith.....	70
Tabel 3.6 SWOT Radio Elisa	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Radio Zenith.....	86
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Radio Elisa.....	90

ABSTRAK

Sulthon Salamuddin Kuncoro. 12321180. Strategi Kreatif Program Hiburan Radio Swasta Dalam Meraih Pendengar Di Salatiga (Studi Deskriptif Program “Salatiga Bergoyang” Radio Zenith FM dan “Leyeh-Leyeh Campursari” Radio Elisa FM). Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2018.

Radio Zenith dalam rangka menjaring pendengar, menyiapkan kreatif rancangan program yang diberi nama Salatiga Bergoyang dengan kreatif konten Lagu Dangdut dan kreatif Media siaran dengan Bigo Live. Radio Elisa dalam rangka menjaring pendengar menyiapkan kreatif rancangan program yang diberi nama Leyeh-Leyeh Campursari dengan kreatif konten langgam Campursari, kreatif penyiar dalam siaran menggunakan Bahasa Jawa Halus.

Kreatifitas Radio Zenith dengan rancangan program Salatiga Bergoyang melalui konten lagu dangdut untuk masyarakat awam atau umum di kota Salatiga menjadi tepat bagi Radio Zenith, karena Lagu Dangdut secara umum memang diminati oleh masyarakat kota Salatiga. Kreatifitas Radio Zenith dengan menggunakan Media siaran Bigo Live (teknologi streaming) tidak menjanjikan bertumbuhnya pendengar secara signifikan, karena harus menggunakan aplikasi (menggunakan Handphone) dan perlu biaya (pulsa,wifi, kuota). Kreatifitas Radio Elisa dengan rancangan program Leyeh-Leyeh Campursari dengan konten Lagu Langgam Campursari dengan menggunakan media siaran Bahasa Jawa Halus bagi masyarakat Salatiga adalah tepat melihat kultur budaya dan adab sopan santun masih melekat seperti program ini yang sudah berjalan 8 tahun.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memastikan apakah strategi kreatif program Radio Zenith dan Radio Elisa dalam meraih pendengar di Salatiga tercapai atau tidak. Manfaat dari penelitian ini bagi stasiun radio khususnya, adalah tahapan progress evaluasi untuk mengupgrade kreatifitas rancangan program, Sehingga tetap digemari pendengar dalam kondisi-situasi era yang berkembang. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah wawancara dengan penyiar, program director dan observasi.

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan: *Pertama*, jenis lagu/musik yang sedang digandrungi/disenangi/tren di masyarakat dijadikan strategi kreatifitas program. Radio Zenith memilih lagu dangdut, dan Radio Elisa dengan lagu/musik Langgam Campursari. *Kedua*: penggunaan alat teknologi tidak menjamin pada peningkatan pendengar secara signifikan, seperti Bigo Live yang diterapkan oleh Radio Zenith. *Ketiga*: Budaya/kultur/adab masyarakat Salatiga dijadikan strategi kreatifitas program, seperti siaran menggunakan Bahasa Jawa Halus yang ada di Radio Elisa.

Kata Kunci: Radio, Kreatif Program, Strategi, Penyiaran dan Program Hiburan.

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.

**Strategi Kreatif Program Hiburan RadioSwasta dalam Meraih
Pendengar di Salatiga
(Studi Deskriptif Program “Salatiga Bergoyang” Radio Zenith FM dan
“Leyeh-Leyeh Campursari Radio Elisa FM)**



OLEH :

SULTHON SALAMUDDIN KUNCORO

NIM : 12321180

BIDANG MINAT BUDAYA MEDIA KREATIF

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media merupakan perantara pesan dalam komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh para khalayak luas. Ada beberapa bentuk media, yaitu media cetak, media elektronik, dan media siber. Contoh media cetak adalah surat kabar, tabloid, dan majalah. Untuk media elektronik yaitu radio, televisi, film atau video. Sedangkan media siber seperti website, blog, media sosial. Dari sekian banyaknya media yang ada, salah satu media yang sudah ada sejak zaman dahulu adalah radio.

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.

Dari beberapa kelebihan yang dimiliki oleh radio menjadikan media ini banyak diminati oleh masyarakat dan menarik untuk didengarkan, baik remaja, dewasa maupun anak-anak. Selain itu radio juga memiliki kekuatan terbesar sebagai media yang memiliki pikiran berimajinasi, sebab sebagai media yang buta karena kita hanya bisa mendengarkan penyiar bercerita maupun menyampaikan materi dengan kata-kata serta kalimat yang diturkannya. Radio juga mendorong begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan ruang penyiar atau informasi penyiar melalui telinga pendengar. Dengan mendengarkan siaran radio pendengar bisa berimajinasi dengan bebas, karena pendengar agar bisa mengandai-andai atau merasakan suasana yang berbeda dengan media audio tanpa mereka melihat namun dapat merasakannya melalui pesan yang disampaikan oleh penyiar.

Pendengar dapat berimajinasi seperti dengan adanya program acara seperti talkshow atau ceramah maupun acara lainnya yang dihidangkan 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 dipertimbangkan 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, kemudian siaran tidak mengenal jarak dan waktu, dan yang terakhir adalah radio memiliki daya tarik yang kuat. Yang 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. yang 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 dikenal 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.

Pemahaman terhadap karakteristik media radio harus juga dikuasai oleh penyiar sebagai pengetahuan awal, tujuannya adalah agar *Skill* dalam penyampaian pesan kepada *Audience* sama dengan kaidah siaran di media tersebut. Oleh dari itu, keterampilan seorang penyiar dalam menyajikan sebuah pesan sangatlah penting, sehinggapenyiar dengan kualitas yang memadai serta mumpuni dapat menjadi salah satu alasan mengapa *Audience* pantas memilih frekuensi radio yang dipilihnya, serta agar pesan yang tersampaikan bisa diterima dengan baik oleh pendengar nantinya. Untuk itu radio melakukan beberapa strategi agar dapat meningkatkan kualitas penyiar serta dapat mengupayakan penyiar dalam menyajikan materi dengan baik.

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, bayangkan saja kota kecil seperti di Salatiga memiliki 17 radio, dan salah satunya adalah radio Zenith FM dengan *jingle cool station*.

Dengan pengalaman puluhan tahun bukan berarti Zenith selalu menjadi yang di dengarkan oleh pendengar Salatiga, namun ada salah satu radio yang berbeda dengan Zenith, dimana radio ini segmentasinya adalah para ibu rumah tangga dan karyawan dengan presentasinya 50%, yaitu radio Elisa FM dengan frekuensinya 103.9 FM . Salah satu kelebihan radio ini adalah jangkauannya luas, tidak hanya di Salatiga melainkan hingga ke daerah sekitarnya seperti Ampel, Bawen, Ambarawa, Bandungan, Kab.Semarang, Purwodadi, dan Kudus. (Source of Zenith Radio)

Selain itu juga terdapat beberapa upaya yang ingin diwujudkan oleh Radio Elisa, misalnya manajemen yang kreatif, yang dikemas secara efisien dan efektif, didorong oleh karyawan yang solid, mempunyai etos kerja yang kuat, bertanggung jawab, jujur, loyal dan disiplin dalam kerja.

Radio memiliki beberapa jenis program, semisal dengan Radio Zenith dengan salah satu programnya yaitu “Salatiga Bergoyang” yang jadwalnya mulai dari hari senin hingga sabtu pada jam 06.00-09.00, sedangkan Radio Elisa FM dengan salah satu programnya yaitu campur sari yang jadwalnya dari hari Senin sampai Sabtu pada jam 14.00-16.00. Radio Zenith yang dulunya menyorot kepada kawula muda namun sekarang beralih tidak hanya kawula muda namun kepada orangtua, sedangkan radio Elisa sasarannya lebih menyorot kepada orang yang berusia 25-60 tahun. Namun uniknya, kedua radio ini di siarkan oleh anak muda yang memiliki tujuan tertentu dalam mencapai sebuah target melalui program andalanya.

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. Tidak mudah untuk memilih program acara untuk sebuah radio, perlu pertimbangan yang harus diperhitungkan karena harus mengetahui sasaran program tersebut dan kapan waktu yang cocok untuk menyiarkan program tersebut. Sehingga para audiens agar merasa terhibur dan tidak merasa bosan dengan program acara yang di sampaikan oleh penyiar kepada audiens nantinya.

Sebuah program harus dikemas dengan kreatif dan fresh, agar audiens memiliki alasan tersendiri mengapa mereka memilih radio tersebut. seperti halnya radio yang berada di Salatiga yakni radio Zenith dan Radio Elisa, kedua radio ini sudah lama berdiri dan tak perlu diragukan lagi kualitas SDM penyiarnya yang memiliki keahlian dan kemampuan serta pengetahuan yang paham dengan masyarakat di kota Salatiga

khususnya. Kedua radio tersebut memiliki pengalaman yang sudah lama serta memiliki visi misi yang berbeda serta program acara yang berbeda tentunya.

Audience atau pendengar berhak menentukan mana radio yang mereka pilih atau sebagai radio andalan mereka. Disini lah yang menjadi tantangan penyiar dan *Teamwork* dari stasiun radio untuk memilih program atau acara yang disajikan untuk para pendengar yang tentunya menarik serta dapat mempertahankan para pendengar agar nyaman dan tidak mengganti frekuensi mereka karena program yang kurang menarik.

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 mendiskripsikan bagaimana strategi kreatif program kedua radio tersebut dalam meraih minat pendengar di Salatiga tentunya.

B. Rumusan Masalah

Dari berbagai masalah yang ingin diteliti dan diketahui oleh penulis, maka penulis membuat beberapa rumusan masalah yang nantinya diharapkan mendapat jawaban setelah melakukan penelitian di Radio Zenith dan Radio Elisa nantinya. Berdasarkan penjelasan yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diambil adalah :

1. Bagaimana strategi pemrograman siaran Radio Zenith dan Radio Elisa untuk meraih minat pendengar di Salatiga melalui siaran?
2. Bagaimana kreativitas program yang dimunculkan pada siaran hiburan unggulan dikedua radio tersebut ?
3. Bagaimana kekuatan dan kelemahan kedua radio tersebut dalam pemrograman dan kreatif program untuk meraih minat pendengar radio di Salatiga?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan strategi yang digunakan dalam strategi pemrograman siaran Radio Zenith dan Elisa.
2. Untuk mendeskripsikan kreatif program yang dimunculkan dalam strategi pemrograman.
3. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh Radio Zenith dan Elisa pada program siaran.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan diperoleh dalam penelitian ini adalah :

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.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam studi pustaka ini, peneliti menggali penelitian-penelitian terdahulu yang dianggap signifikan dan berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelusuran ini, ditemukan beberapa penelitian terdahulu baik berupa penulisan-penulisan ilmiah atau tesis yang terkait dan relevan dengan topik yang dibahas.

Pertama, penelitian terdahulu berasal dari skripsi yang dibuat oleh Alif Wiji Prahara Wati yang berjudul *Strategi Radio Komunitas Islam Dalam Memperoleh Simpati Pendengar (Studi pada Radio Dais 107.9 FM)*. Penelitian ini dilakukan untuk

mendapatkan gelar sarjana sosial islam di Institut Agama Islam Walisongo Semarang pada tahun 2011. Dalam penelitian ini, Alif menggunakan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Setelah mengumpulkan data dari lapangan, setelah itu data dikategorikan dan diidentifikasi lalu diambil kesimpulan. Dengan begitu penulis akan menjelaskan secara detail bagaimana strategi yang digunakan Radio Dais dalam memperoleh simpati pendengar di Semarang. Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

“1. Perencanaan Program Radio Dais dalam merencanakan program disesuaikan dengan segmentasinya, yaitu umat Islam. Oleh karena itu seluruh program yang dirilis seluruhnya tentang Islam. Hal tersebut dilakukan, dengan harapan pendengar memperoleh keseimbangan antara kebutuhan hiburan dan dakwah. 2. Produksi Radio Dais hanya memproduksi acara harian dan mingguan. Acara harian yaitu acara yang disiarkan setiap hari sedangkan acara mingguan yaitu acara yang disiarkan satu minggu sekali. Adapun acara mingguan Radio dais adalah Dongeng Anak karena di anggap sulit dalam memproduksi sehingga disiarkan seminggu sekali. 3. Evaluasi Management Radio Dais melakukan evaluasi selama 3 bulan sekali, dengan selalu memantau target pendengar dengan memanfaatkan program Nada 94 dan Taqwa. Program ini merupakan acara interaktif dengan pendengar via telepon. Inti dari acara ini adalah untuk mengetahui apa yang dikehendaki pendengar untuk kebaikan radio Dais. Dari situlah pihak radio bisa mengetahui apa yang dikehendaki pendengar, yang nantinya menjadi pijakan dalam menyusun program. 4. Segmentasi Segmen Radio Dais bukan berdasarkan usia maupun strata sosial sebab bidikan Radio Dais adalah masyarakat yang beragama Islam. 5. Target Audien Target siaran Radio Dais adalah umat Islam di Semarang khususnya dan umumnya yang berada disekitarnya, yang dapat menikmati program siaran radio dengan segmented Islam. 6. Positioning Positioning adalah bagaimana menempatkan produk, merek atau perusahaan di dalam otak audien. Adapun pernyataan positioning Radio Dais adalah radionya umat Islam Jawa Tengah”.(Wati, Skripsi, 2011: 93-94).

Kedua, penelitian terdahulu berasal dari skripsi yang dibuat oleh Gita Eko Wati Anjar Sari yang berjudul *“Strategi Produksi Program Slagi Ada Di 97.5 Motion Radio”*. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gelar sarjana Komunikasi Pemasaran di Universitas Bina Nusantara Jakarta pada tahun 2012. Dalam penelitian ini Gita menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan metode partisipasi dan pengamatan, yang dimana metode ini mempertemukan langsung antara peneliti dan dengan perusahaan dan objek penelitian. Dimana objeknya adalah program siaran “Slagi ada”. Serta untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan dalam program “Slagi ada” ini. Kesimpulan dari penelitian ini adalah

“Isi content program lebih mendominasi dengan informasi yang ditujukan kepada pendengar sesuai dengan target audien Slagi Ada. Diantaranya

terdapat dalam feature's Slagi Ada. Semua feature Slagi Ada dikemas dengan konsep informative and fun disesuaikan dengan target market Slagi Ada dan Motion Radio. 2.PD dan Produser program Slagi Ada terdapat kesamaan pendapat tentang Strategi yang dibentuk untuk meningkatkan minat pendengar program Slagi Ada yaitu sebuah produksi program harus mempunyai ke konsistensian".(AnjarSari, Skripsi, 2012: 110).

Ketiga, penelitian terdahulu berasal dari skripsi yang dibuat oleh Triyono yang berjudul "*Strategi Radio Global FM dalam meningkatkan kualitas penyiar*". Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gelar sarjana sosial islam jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2010. Dalam penelitian ini Triyono menggunakan metode penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berbentuk data tulisan serta perilaku yang diamati. Metode pengumpulan datanya antara lain wawancara, observasi, dan dokumentasi. Rumusan dari penelitian ini adalah bagaimana strategi radio Global FM untuk meningkatkan kaulitas penyiar. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan oleh Radio Global FM guna meningkatkan kualitas penyiarnya yaitu mengembangkan visi misi organisasi, mengidentifikasi masalah, menentukan kekuatan organisasi, penetapan tujuan, memilih strategi yang digunakan serta menentukan strategi cadangan, (Triyono, Skripsi, 2010).

Keempat, penelitian terdahulu berasal dari skripsi yang dibuat oleh Rizki Amaliah yang berjudul "*Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Fajar Fm Makassar Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan*". Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gelar sasrjana Ilmu Komunikasi program studi *public relation* di Universitas Hasanudin Makasar pada tahun 2013. Dalam penelitian ini Rizki menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara serta studi kepustakaan yang relevan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang diterapkan radio Fajar FM Makasar untuk meningkatkan jumlah pengiklan serta faktor-faktor yang dapat mempengaruhi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah

"Strategi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh radio Fajar FM Makassar terbagi atas tiga devisi, yaitu marketing iklan, marketing siaran langsung dan talkshow, dan marketing event. Pada bagian marketing iklan pada radio Fajar FM Makassar memiliki peran penting. Karena keberhasilan suatu perekonomian secara nasional banyak ditentukan oleh kegiatan-kegiatan periklanan oleh marketing dalam menunjang usaha penjualan yang menentukan kelangsungan hidup produksi perusahaan radio Fajar FM Makassar, terciptanya lapangan kerja, serta adanya hasil yang menguntungkan dari seluruh uang yang di investasikan".(Amaliah, Skripsi, 2013: 118).

Kelima, penelitian terdahulu berasal dari skripsi yang dibuat oleh Tri Dewi Mei Ira Wati yang berjudul “*Strategi Penyiaran Radio Swara Slenk Fm Dalam Menarik Pendengar Masyarakat Kota Solo*”. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gelar Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2013. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menjelaskan secara rinci dan mendalam tentang kejadian dilapangan. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sumber menggunakan metode *purposive sampling*. Sedangkan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penyiaran radio Swara Slenk dalam menarik minat pendengar di Solo. Kesimpulan dari penelitian ini adalah

“1) Pemilihan tema dilakukan dengan memberikan kebebasan kepada program director dan nara sumber untuk dapat mengembangkan tema yang ada atau ketentuan segmentasi menurut kreatifitasnya sendiri. 2) Pesan yang terbentuk merupakan bagian dari adanya pembentukan nilai dalam tema tersebut. 3) Lamanya durasi waktu siaran dalam program Semarakata yakni satu jam setiap hari kamis. Jadwal rutin waktu siaran 13 Semarakata ini berhubungan langsung dengan adanya ikatan psikologi dengan pendengar dengan adanya keterbiasaan yang dipraktekan secara berkala dengan waktu yang cukup. 4) program acara talk show telah berperan dalam membangun masyarakat informatif bagi pendengarnya. Beragam informasi yang telah disajikan telah membentuk khalayak pendengar radio Swara Slenk sebagai masyarakat yang memiliki wawasan budaya”. (Wati, Skripsi, 2013).

F. 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, radio didalam siarannya memiliki 4 fungsi sebagai berikut :(Effendy, 1993: 137-138)

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 pemasang 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 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

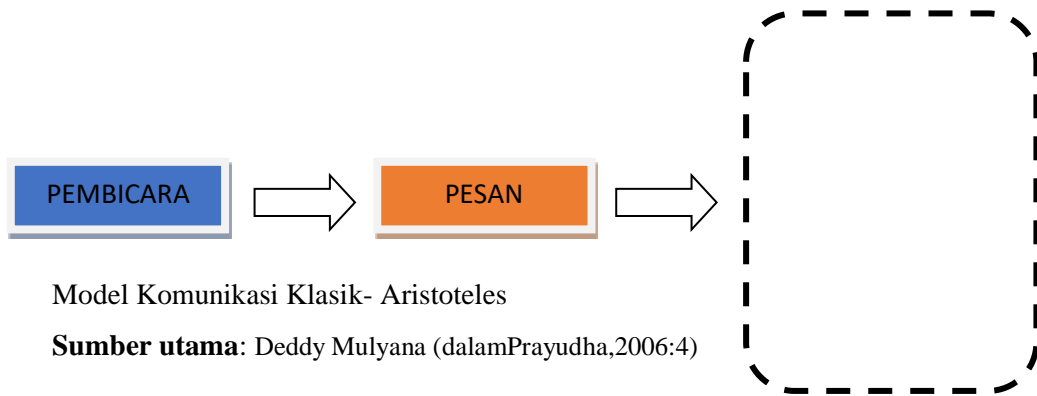
Penyiar merupakan seseorang yang memiliki tugas sebagai pengirim pesan untuk khalayaknya. Semua orang tentu didalam kesehariannya berbicara secara baik dan lancar, akan tetapi bagi seorang penyiar didalam siaran untuk berbicara dengan para pendengar tentunya harus memiliki keahlian khusus didalam siaran agar nyaman didengar oleh audience. Sepeti yang dikatakan oleh Prayudha (2006: 2) dalam bukunya

Radio Penyi@r IT'S NOT JUST A TALK bahwa pada hakikatnyasemua orang bisa menjadi penyiar, bahwa menjadi penyiar adalah selalu aktif berbicara. Menurutnya, ada tiga hal pokok yang mendasar untuk menjadi seorang penyiar radio, yaitu berjiwa seni, mempunyai ilmu pengetahuan, dan mempunyai keterampilan.

Yang pertama adalah Science atau Ilmu Pengetahuan, dalam hal ini penyiar tentu harus memiliki langkah awal untuk yakin dengan dirinya bahwa ingin untuk menjadi penyiar. Kemudian menambah wawasan dengan terus belajar dan tidak mudah menyerah serta jangan merasa puas dengan apa yang sudah dilakukan atau harus memiliki keinginan untuk bisa selalu berkembang. Sedangkan yang *kedua* dalam hal penting dasar untuk menjadi penyiar adalah Art, seorang penyiar harus bisa membuat para pendengar agar tertarik dengan siarannya, dengan cara melalui gaya bicara maupun ciri khas tersendiri didalam pembawaan siaran tersebut. kemudian yang *ketiga* yaitu Skill, dalam hal ini menurut Prayudha (2006: 3) bahwa penting dalam hal memaksimalkan keterampilan untuk menjadi penyiar radio, dibutuhkan latihan yang teratur sehingga menjadi kebiasaan. Di dalam buku Radio Penyi@r IT'S NOT JUST A TALK (Prayudha, 2006), terdapat beberapa jenis model-model untuk menjadi seorang penyiar dalam proses komunikasi. Berikut adalah lima model yang akan dijelaskan oleh penulis :

1. Model Aristoteles

Didalam model Aristoteles terdapat beberapa unsur-unsur untuk memahami model komunikasi yang berhubungan dengan radio siaran, yakni pembicara (*speaker*) merupakan penyiar itu sendiri. Kemudian pesan (*message*) adalah hasil menulis di radio, dan bahan materi yang disiarkan serta pendengar (*listeners*). Menurut kajian perspektif Model Aristoteles yang dijelaskan bahwa, melalui ajakandari penyiar radio kepada *audience* didalam siaran radio dapat tercapai dengan melihat siapa penyiarnya, kemudian penyiar tersebut bisa dipercaya atau tidak, juga argumen dari penyiar dalam menyampaikan materi siaran, dan bagaimana cara penyiar menggiring emosi pendengar (Prayudha, 2006: 4). Berikut adalah model komunikasi menurut Aristoteles :



Dilihat dari bentuknya, model komunikasi ini sangat sederhana jika dibandingkan dengan perkembangan jaman saat ini. Menurut Prayudha (2006: 4) model ini dikatakan sederhana karena tidak terdapat unsur-unsur seperti saluran, umpan balik, efek, dan hambatan komunikasi.

2. Model SMCR

Model SMCR (*Source-Message-Channel-Receiver*) merupakan model yang ada hubungannya dengan komunikasi dalam siaran radio. Didalam bukunya Penyi@r *It's Just Not a Talk*, Menurut Prayudha (2006: 5), Watson dan Hill mengungkapkan bahwa model Berlo tidak terdapat aliran komunikasi. Prayudha (2006:5) mengatakan:

“Meski asumsi tersebut sulit dipahami layaknya garis sebuah arus dari sumber yang mengarah ke penerima. Kedua elemen tersebut memunculkan umpan balik serta interaksi yang dinyatakan secara tidak langsung.”

Untuk mencapai kesuksesan dalam komunikasi, Model Berlo melalui model ini menyarankan ketrampilan menjadikan alasan untuk dipertimbangkan serta disesuaikan satu sama lain antara sumber dan penerima dalam hal sikap, nilai dan pengetahuan agar mendapatkan gambaran pesan yang menarik. (Prayudha, 2006: 5)

Menurut Prayudha (2006: 5), didalam model Berlo ini, terdapat beberapa unsur yang perlu diperhatikan dalam model ini, yaitu Source atau sumber yang merupakan penyiar, Message atau pesan yang berarti materi siaran, Channel atau media yang merupakan radio, dan receiver yang berarti pendengar.

3. Model Lasswell

Model ini adalah model yang dijabarkan oleh Harold Lasswell dalam buku *A Dictionary Of Communication and Media Studies* yang ditulis oleh James Watson dan Anne Hill:(Prayudha, 2006:6)

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">✓ Who✓ Says What✓ In Which Channel✓ To Whom✓ With What Effects |
|--|

Dari gambaran diatas, Prayudha (2006: 7) mengatakan jika diterapkan dalam penyiaran radio, model Lasswell terdiri dari beberapa unsur :

“(Who-komunikator atau penyiar) yang memiliki tugas dalam merangkai pertanyaan untuk mengendalikan pesan, unsur pesan (Say What-pesan atau bahan) untuk menganalisis didalam isi siaran radio, saluran komunikasi (In Which Channel- Media) yang mengkaji dalam menganalisis media radio, unsur (To Whom-Receiver/pendengar) yang mengkaitkan dengan analisis khalayak, dan terakhir adalah unsur pengaruh (With What effect-Influence atau akibat) yang ditimbulkan dalam pesan komunikasi pada pendengar.”

4. Model AIDA

Dalam tahap-tahap dasar penyiaran radio melalui Model AIDA ini terdiri dari A (*attention*)- menarik perhatian pendengar, I (*interest*)- menimbulkan ketertarikan kepada pendengar, D (*desire*)- meningkatkan atau mempromosikan keinginan dalam siaran, A (*action*)- merangsang kepada pendengar melalui tindakan maupun aksi untuk merespons informasi yang ingin disampaikan. (Prayudha, 2006: 8).

5. Penyiar sebagai pengirim pesan

Penyiar dalam buku *Teknik dan Komunikasi Penyiar Televisi-Radio-MC sebagai Pengetahuan Praktis*, adalah seseorang yang mempunyai tugas untuk menyalurkansyair informasi yang terjamin akurasinya menggunakan radio yang tujuannya adalah untuk diketahui oleh pendengarnya, dilaksanakan, dituruti, dan dipahami (Prayudha, 2006: 9).

Seorang penyiar merupakan bagian terpenting yang menjadi modal utama pada radio. Dikarenakan seorang penyiar adalah *jubir* dalam stasiun

radio siaran. 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) (Prayudha, 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. (Prayudha, 2006: 1-2)

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 dituliskan 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. (Prayudha, 2006 : 3)

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 (Prayudha, 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. Morrisan (2011: 210) mengatakan:

“Jika suatu program siaran radio dapat menarik audiennya dan jika siaran program memiliki suatu karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan pemasang iklan untuk mempromosikan produknya, maka media penyiaran yang bersangkutan akan mendapatkan pemasukan dari iklan tersebut. Dengan demikian, pendapatan serta prospek suatu media penyiaran sangat di tentukan oleh bagian program.”

Menurut Morrisan (2011: 211), Bagian program bertugas merencanakan, memilih dan kemudian menyusun acara. Membuat acara serta rencana siaran berarti membuat konsep acara yang akan disajikan kepada audien.

Menurut Pringle-starr-McCavitt 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 melalu 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 lainya 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 negri 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 apayang 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 segementasinya 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 segementasinya 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.”

Sedangkan masalah umum stasiun penyiaran, Menurut Prayudha (2006: 110) adalah

“Bagaimana caranya menarik pendengar sebanyak mungkin. Upaya menarik minat pendengar salah satunya dilakukan dengan membuat program yang disukai pendengar. Penyajian program menuntut adanya sesuatu yang baru, orisinal, unik, menghibur, informatif dan komunikatif. Untuk itu dibutuhkan kreativitas. Aktifitas kreatif biasanya muncul dalam bentuk gagasan yang sekonyong-konyong dan terus menerus.”

G. 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

Dilakukan 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.”

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Radio Elisa

1. Sejarah Radio Elisa

Mendirikan radio bukanlah perkara hal yang mudah, tentunya ada kesepakatan dari beberapa pihak yang memiliki pemikiran yang sama. Melalui visi dan misi agar dapat mencapai tujuan bersama untuk kedepannya. Awal gagasan didirikan radio Elisa FM dimulai dari sebuah pertemuan beberapa orang yang ingin memberikan kontribusi yang positif di kota salatiga dan sekitarnya. Sehubungan dengan adanya perubahan yang sangat mengglobal dan keadaan ini sangat berpengaruh terhadap kemerosotan moral bangsa. Maka pada tanggal 19 mei 2004 resmi didirikan radio Elisa FM yang menempati frekuensi 103,9 Mhz dengan kanal 164. Atas dasar keyakinan bahwa melalui siaran yang bermuatan hiburan, informasi, dan pendidikan yang mengedepankan moral, kasih dan keteladanan maka diharapkan radio Elisa FM memberi warna baru di dunia ke-radio-an kota salatiga. Juga diharapkan dapat mewujudkan kontribusi yang positif bagi kota salatiga dan sekitarnya yang mendapat jangkauan frekuensi dari radio Elisa FM.



Logo Radio Elisa,(Source of : Elisa Radio)

Gambar 2.1

2. Visi dan Misi

a. Visi

Membangun stasiun radio tentunya memiliki tujuan untuk kedepannya, seperti gambaran situasi maupun karakteristik mengenai yang ingin di capai oleh Radio Elisa. Dalam visinya Radio Elisa adalah Pembawa Suara Kemenangan. Yang artinya adalah ingin menyampaikan informasi berupa suara yang tujuannya agar dapat di cerna baik oleh para audiennya. (Source of Company, Elisa Radio.)

b. Misi

Sedangkan dalam suatu organisasi, lembaga ataupun perusahaan tentunya selain visi juga terdapat misi. Misi merupakan langkah-langkah untuk mencapai visi tersebut, berikut adalah misi dari Radio Elisa : (Source of Company, Elisa Radio.)

- a. Membangun “*New Image*” bagi setiap pendengar bahwa kita diciptakan dengan suatu tujuan illahi untuk mengelola suatu kehidupan yang lebih bertanggung jawab.
- b. Membangun “*New Attitude*” bahwa kita diciptakan untuk dapat bersikap hati bahwa segala sesuatu dapat dilakukan untuk suatu kehidupan yang lebih baik.
- c. Membangun “*New Habit*” bahwa kita diciptakan untuk berperilaku sebagai pemenang dan teladan bagi suatu kehidupan yang lebih bermakna.

Radio Elisa didalam visinya dari segi program adalah menyajikan informasi yang bisa dipertanggungjawabkan, melalui kemasan program-program hiburan bermutu yang dapat memberikan inspirasi bagaimana menumbuhkan kasih, semangat dalam hidup, dan keteladanan secara inovatif, atraktif, interaktif.

Sedangkan didalam visinya dari segi teknis, radio Elisa ingin mengembangkan kualitas audio yang lebih baik dimasa-masa mendatang, mengembangkan audio modulasi yang berbasis pada digital audio dan mengembangkan kecepatan memperoleh informasi.

Visi yang terakhir dilihat dari segi managemennya, radio Elisa menjalankan perusahaan dengan efektif dan efisien, yang ditunjang oleh seluruh karyawan sebagai *team work* yang solid dan meningkatkan etos kerja dalam bentuk loyalitas, tanggung jawab, kejujuran, dan disiplin.

Berikut adalah beberapa latar belakang yang dimiliki oleh radio Elisa:

- a. Perkembangan ilmu pengetahuan yang pesat.
- b. Perkembangan di bidang teknologi informasi yang sangat cepat.
- c. Adanya perubahan lifestyle atau gaya hidup.
- d. Semakin ketatnya persaingan di dalam bisnis radio yang ditunjukkan dengan banyak berdirinya radio-radio baru.(Source of Company, Elisa Radio.)

3. Maksud dan Tujuan

Radio Elisa memiliki maksud dan tujuan di dalam pembuatan radionya, Radio Elisa mempunyai maksud untuk mencoba bersaing di bidang penyiaran Radio Siaran Swasta secara kompeten dalam menjalankan fungsi sosial yang diamanatkan dalam UU penyiaran(Source of Company, Elisa Radio.) Sehingga perseroan dapat melakukan usaha dalam bidang penyiaran radio swasta. Dengan demikian pelaksanaan kegiatan usaha meliputi :

- a. Menyelenggarakan siaran radio yang bermuatan hiburan, informasi, dan pendidikan.
- b. Mempertanggungjawabkan penyajian siaran dan hiburan yang bermutu
- c. Radio siaran tersebut bersifat komersial.

B. Gambaran Umum Radio Zenith

1. Sejarah Radio Zenith

Membangun stasiun radio tentunya tidaklah mudah yang seperti yang dibayangkan, banyaknya kesepakatan dari pihak-pihak yang bersangkutan yang ingin membuat stasiun radio. Tidak hanya membuat stasiun radio saja, namun juga harus memiliki tujuan yang pasti mengapa ingin membangun stasiun radio. Dari dokumen yang terdapat pada stasiun Radio Zenith ini awal mula Radio Zenith 97,2 FM pertama kali mengudara pada tanggal 21 Desember 1983.

Saat pertama kali mengudara Radio Zenith berada di gelombang AM (702AM), yang kemudian pada tahun 2004 berpindah gelombang ke FM (97,2 FM) hingga sekarang ini. Tidak hanya melakukan pergantian format AM ke FM, dalam hal teknik Radio Zenith memiliki daya pancar maksimum yang diijinkan pemerintah dengan sistem antena vertikal 60 meter. Dengan radius pancaran 60 km efektif, Radio Zenith memiliki radius pancaran yang meliputi wilayah Salatiga, Ambarawa, Tenganan, Boyolali, Purwodadi, Kopeng, Ungaran, dan Grabag. Saat ini

Radio Zenith memiliki audio berupa computerize, digitally, import build up, BE, Harris, DB, RVR, Orban, Rolland, Yamaha dan Tascam.

Sampai dengan sekarang ini target market Radio Zenith adalah anak muda, baik itu SMP, SMA atau mahasiswa, namun untuk lebih meningkatkan pendengar radionya, Radio Zenith menambah target pasarnya untuk ibu-ibu muda dan eksekutif muda. Permasalahannya adalah program tambahan dengan konten tips seputar keluarga dengan iringan lagu—lagu nostalgia yang disajikan Radio Zenith untuk segmentasi ibu—ibu muda dan eksekutif muda. (Source of Company, Zenith Radio.) Namun tentunya fokus target market utamanya tetap untuk remaja, dengan persentase 70% program remaja dan 30% program dewasa. Untuk itu penempatan jam siar perlu disesuaikan agar tidak merubah fokus segmentasi Radio Zenith sebagai radio remaja.

Pengembangan dalam hal program terus dilakukan agar pendengar tetap loyal mendengarkan Radio Zenith mengingat ketatnya persaingan radio komersial dalam merebut perhatian pendengar. Format program Radio Zenith adalah Teens, komposisi lagu 80% pop Indonesia dan 20% Western, dengan jam siaran selama 20 jam nonstop yang dimulai dari pukul 05.00 hingga 01.00. Sajian siaran dibagi menjadi 50% hiburan, 20% informasi, 20% komersial dan 10% pendidikan. Target pendengar berdasarkan gender dibagi menjadi 55% untuk wanita dan 45% untuk pria, sedangkan target pendengar berdasarkan profesi dibagi menjadi 70% untuk pelajar atau mahasiswa dan 30% untuk pelaku usaha atau pedagang dengan status ekonomi A 10%, B 30%, C 50% D 10%. Hingga di tahun 2012 Radio Zenith memiliki 250.000 pendengar. (Source of Company, Zenith Radio.)



Logo Radio Zenith, (Source of : Zenith Radio)

Gambar 2.2

2. Program Acara Zenith

Setiap stasiun radio tentunya memiliki program yang di kemas secara menarik, agar dapat memikat para audien atau pendengar radio di Salatiga khususnya, berikut adalah beberapa program radio Zenith :

- 1) Salatiga Bergoyang
- 2) Permata Hati
- 3) Salatiga Hari ini
- 4) Zenith Hagsout
- 5) Most Wanted
- 6) Greatest Memory
- 7) Midnight

3. Segmentasi Radio Zenith

Radio Zenith memiliki beberapa segmentasinya, di dalam siaran suatu program harus dapat memilah sasaran pendengar untuk siapa program tersebut dan kapan waktu yang pas didalam siaran program tersebut agar sinkron antara program dengan sasaran pendengarnya yakni anak muda, ibu muda dan eksekutif muda.

4. Visi dan Misi

a. Visi

Radio Zenith dalam visinya adalah ingin menjadi radio siaran terbaik yang kelak berkembang dalam bisnis komunikasi yang lebih kompleks mission (Source of Zenith Radio, 2017).

b. Misi

Sedangkan dalam misinya adalah menyelenggarakan acara-acara radio dan kegiatan lain yang mendukung dengan tingkat kepuasan maksimal bagi pendengar dan mitra usaha (Source of Zenith Radio, 2017).

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini penulis ingin menjelaskan tentang temuan-temuan yang diperoleh untuk menggambarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan penulis di Radio Zenith dan Radio Elisa di Salatiga, dalam hal ini penulis melakukan penelitian dari bulan September 2017-November 2017 dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi secara langsung dan wawancara oleh beberapa narasumber yang terkait dengan tugas akhir peneliti dalam “*Strategi Kreatif Program Hiburan Radio Swastadi dalam Meraih Pendengar di Salatiga (Studi Deskriptif Radio Zenith dan Radio Elisa)*”. Hasil data secara keseluruhan akan disajikan dan dianalisis sesuai apa yang ada di Radio Zenith dan Radio Elisa, sehingga dapat menggambarkan dan menjelaskasikan realitas secara keseluruhan dengan jelas.

A. Temuan Penelitian

1. Radio Elisa

a. Strategi Radio Elisa dalam Perencanaan Program

Radio Elisa didalam melakukan perencanaan programnya terdapat beberapa tahap. Peneliti akan merinci tahapan yang dilakukan oleh radio Elisa dalam melakukan perencanaan program sebelum disiarkan. Radio Elisa melakukan survei serta melihat kompetitor dari radio lainya. Secara materi dalam perencanaan programnya, radio Elisa hanya ditulis dan dideskripsikan program tersebut disiarkan untuk siapa, jam berapa siaran, serta konten seperti apa yang diinginkan. Kemudian program yang akan disiarkan radio Elisa, sebelumnya di sosialisasikan kepada para penyiarnya sesuai dengan karakter penyiar masing-masing.

Pembawa suara kemenangan merupakan visi yang ingin diwujudkan oleh radio Elisa, didalam stasiun radio Elisa pastinya terdapat berbagai macam program siaran, dan pastinya terdapat salah satu alasan mengapa program tersebut dibuat dan kemudian di pasarkan oleh radio Elisa. Dalam melakukan perencanaan programnya, radio Elisa memiliki cara tersendiri untuk menyusun suatu program. Seperti yang dikatakan oleh Sony selaku pengarah acara (*program director*) di radio Elisa dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 02 september 2017 pada jam 10:30 :

“Program secara keseluruhan itu dulu ada surveinya, terus juga melihat kompetitor. Karenakan sudah ada radio sebelumnya, jadi kita liat kompetitornya mereka itu bikin acara apa aja sih ? dari situ kita juga di petakan, untuk menyesuaikan target pasar, segmentasinya kemana, visi misinya radio ini untuk siapa, pendengar pendengarnya siapa itu kan nanti di sesuaikan lagi”. (Sony, Program director, wawancara 02 september 2017)



(Ruang siaran Radio Elisa, Sumber: Dok. Peneliti)

Gambar 3.1

Radio Elisa dalam menyusun programnya memiliki cara tersendiri seperti yang di katakan oleh Sony selaku *program director* atau pengarah acara di radio Elisa. Yaitu dengan survei, survei disini yang di maksud adalah dengan melihat kompetitor atau pesaing yang ada sebelumnya (Radio), kemudian melihat dari segi konten acara mereka, kemudian melihat segmentasi menuju kemana, serta menentukan untuk siapa program tersebut. Banyaknya kompetitor atau pesaing yang berkembang dalam suatu program tentunya akan menjadi hal yang harus dipertimbangkan oleh radio Elisa untuk kedepannya dalam menyusun suatu programnya.

Di dalam menyusun programnya, tentunya disetujui oleh pihak station manager dan program director seorang, akan tetapi tetap mengadakan rapat bersama dengan beberapa orang yang terkait dengan program yang akan di siarkan nantinya, kemudian barulah disosialisasikan kepada penyiar. Seperti yang dikatakan dalam wawancara peneliti di radio Elisa :

“Yang terlibat di sini jelas program director, program director bisa di bilang dia pihak yang sangat konser untuk menyusun programnya. Baru nanti di sosialisasikan ke temen-temen penyiar yang akan pegang acaranya sekaligus kepada station managernya. Jadi di sini station manager sifanya untuk mengetahui dan menyetujui. dan rancang programnya tetep yang memegang program directornya”. (Sony, wawancara tanggal 02 september 2017)

Seperti data yang diatas bahwa program yang susun oleh pengarah acara akan disosialisasikan oleh penyiar, fungsi dari sosialisasi yang diadakan dari *program director* Elisa adalah untuk menyusun program agar sesuai dengan karakter penyiar yang ada di radio Elisa. Karakter penyiar tentunya sangat berpengaruh pada program yang akan disiarkan nantinya. Karena setiap penyiar pastinya memiliki kelebihan serta kekurangan, akan tetapi jika berbicara tentang skill (keahlian) tentunya setiap penyiar pasti memiliki kelebihan masing-masing, sedangkan untuk kekurangan itu sendiri dapat diasah lebih agar menjadikan kelebihan seorang penyiar.

“Kalau yang menentukan dari program director, karena kita juga melihat karakteristik dari penyiarnya, misalnya untuk program leye-leye campursari ini, otomatis , kita punya stock penyiar, dan kita memilih orang yang bisa : satu,berbahasa jawa halus paling tidak, yang kedua, dia bisa punya keahlian untuk interaktif telefon, yang ketiga, punya selera humor yang bagus misalnya, dan karena ini acara kebanyakan yang mendengarkan orangtua juga suaranya berarti yang cenderung bersifat dewasa (Sony, wawancara tanggal 02 september 2017)”.



(Penyiar sedang siaran program leye-leye : dok.peneliti)

Gambar 3.2

Untuk mendapatkan hasil yang sesuai maupun yang diinginkan dalam menyusun programnya, radio Elisa melakukan dengan cara melakukan sosialisasi seperti yang sudah di jelaskan oleh penulis sebelumnya. Dengan cara menulis program yang ingin di pasarkan, sony selaku pengarah acara juga mendiskripsikan program tersebut agar

nantinya program tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan agar dapat diminati oleh para pendengar radio Elisa tentunya. Seperti yang dikatakan oleh Sony ketika penulis melakukan wawancara 02 september 2017 :

“Kalau nyusun program itu, jadi ruang produksi itu digunakan lebih ke teknis untuk rekaman, jadi ini ruang produksi, alat-alat ini semua untuk rekaman. Untuk menyusun acara itu cuman di tulis saja, kemudian di deskripsikan program ini untuk siapa, segmentasinya kemana, juga jam berapa, jam berapa siaran, siapa yang pegang acaranya, terus juga kontennya itu apa saja.”



(Ruang samping merupakan ruang produksi : dok. peneliti)

Gambar 3.3

b. Strategi Kreatif Radio Elisa Dalam Program “Leyeh-Leyeh”

Setiap radio pastinya memiliki program unggulan agar dapat menjadikan nilai plus tersendiri bagi para pendengar radio khususnya di salatiga, radio Elisa sendiri memiliki beberapa program pilihan yang dijadikan sebagai program andalannya. Program unggulan tentunya memiliki alasan mengapa program tersebut terpilih sebagai program andalan atau unggulan.

“Kalau program unggulan itu ada beberapa, seperti program leyeh-leyeh ini parameternya itu dari banyaknya jumlah telfon masuk, sms masuk, dan iklan yang masuk. Tiga hal itu berkaitan, kalo telfon masuk, sms masuk, pendengar aktif banyak, kemudian iklan akan juga banyak masuk di situ”. (Sony, wawancara tanggal 02 september 2017)

Bukan berarti bahwa program lainnya tidak menarik para pendengar, akan tetapi baik itu perusahaan, komunitas maupun lembaga pasti memiliki produk andalan masing-masing. seperti radio Elisa, dalam pemilihannya andalan program dilihat dari tiga faktor, yaitu : telfon, sms, dan pendengar aktif. Tiga hal tersebut saling berkesinambungan satu dengan yang lainnya, semakin banyaknya sms, telfon, dan pendengar aktif, maka bisa dikatakan mengapa program tersebut sebagai program

unggulan. Tidak hanya isi dari program tersebut, namun juga karena ketiga faktor tersebut. Tentunya, radio Elisa memiliki alasan tersendiri mengapa membuat program siaran Leyeh-Leyeh (Campursari) ini selain dari ketiga hal tersebut.

“Jadi karena, leyeh-leyeh ini pemikirannya pada mulanya menghidupkan/melestarikan kearifan lokal, terus juga selain sebagai sarana hiburan, juga sebagai sarana perekat komunitas orang-orang Jawa di Salatiga. Jadi bagaimana apresiasi masyarakat terhadap kebudayaan Jawa kan salah satunya lewat lagu-lagu Jawa itu sendiri, dan radio Elisa dalam hal ini memfasilitasi, mengakomodir hal itu istilahnya “nguri-uri kebudayaan Jawi” (menggali masa kebudayaan yang lama tetapi jika masa sekarang itu menceritakan) itu tetap ada. Itulah mengapa alasan radio Elisa membuat program leyeh-leyeh tersebut. Dan karena juga melihat dari segmen pasarnya, mohon maaf untuk pendengar radio pada saat ini lebih banyak utamanya di kota kecil, lain halnya dengan yang di Jogja, kota kecil itu masyarakatnya lebih banyak menengah kebawah secara ekonomi, secara usia 30 tahun keatas. Nah lagu apa yang di sukai oleh kedua segmen ini, kemungkinan besar adalah campursari, langgam misalnya.” (02 september 2017)

Program Leyeh-Leyeh di dalam pembawaan siarannya, penyiar menggunakan bahasa Jawa halus. Tentunya radio Elisa memiliki alasan juga mengapa menggunakan bahasa Jawa halus didalam siaran program Leyeh-Leyeh tersebut. Semua hal tersebut pastinya sudah disusun secara benar dan rapi ketika menyusun program ini. Akan terlihat canggung jika program ini tidak menggunakan bahasa Jawa halus, seperti yang dikatakan Sony saat diwawancara (02 september 2017) :

“Karena kita sesuaikan dengan acaranya, lagunya bahasa Jawa, kembali lagi ke konsep mengedepankan kearifan lokal, itu logis, jika kita menggunakan bahasa Jawa, lagunya juga bahasa Jawa, karena itu lebih jauh cocok, kalau kita menggunakan bahasa Indonesia, agak (njeglek) “merosot/aneh”. Kita ngomong kebudayaan Jawa, tapi kok menggunakan bahasa Indonesia.”

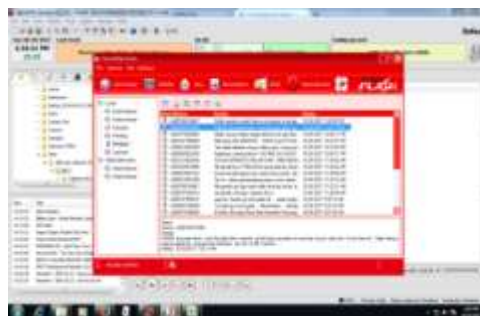
Mengemas program agar dapat memikat para pendengar radio tentunya harus dengan strategi yang matang. Radio Elisa memiliki beberapa strategi didalam program Leyeh-Leyeh ini agar dapat memikat para pendengar, berikut adalah jawaban narasumber ketika penulis bertanya tentang strategi seperti apa yang dilakukan oleh radio Elisa di dalam memasarkan program Leyeh-Leyeh tersebut agar para pendengar tertarik,

“Jadi yang perlu di ketahui sebenarnya program leyeh-leyeh ini sudah siaran lebih dari 7 tahun acara ini bahkan bisa di bilang hampir menyentuh 10 tahun, jadi ini sudah lekat banget sama pendengar. Promosinya bisa di bilang semua pendengar radio tau lah kalau program ini milik radio Elisa. Bisa di bilang ini masuk di (prime time)nya radio. Kata kuncinya memang di (primetime)nya itu, pendengarnya banyak, smsnya banyak, iklannya juga banyak, karena sekali lagi pemasangan iklan itu terpengaruh juga dari seberapa banyak sih yang

dengerin,karena semakin banyak yang mendengarkan, otomatis juga pemasang berfikir, “oh iklanku banyak yang mendengarkan berarti”, logikanya berbanding lurus.” (Sony, wawancara tanggal 02 september 2017)

Dalam program Leyeh-Leyeh,penulis menemukan banyaknya iklan yang di putar didalam program ini. beberapa iklan tersebut yakni, BPR kridaharta, BAF kredit motor, toko mas IRAMA (emas sebagai tabungan dan bisa di rupiahkan), Bio Seven (obat herbal), BPR klepu mitra kencana, mebel SUMBER AGUNG, klinik ambeyen nacan/wasir, KSP mulia, JKNKIS (BPJS kesehatan), teh RUMPUT TEKI, kopi CAP CANGKIR, dan soto ndelik. Banyaknya iklan yang diputar dalam program leyeh-leyeh,tentunya menjadikan alasan bagi para pemasang iklan karena acara program ini merupakan program yang banyak pendengarnya. Radio elisa memilih program leyeh-leyeh dalam (*prime time*) merupakan strategi yang di lakukan oleh Radio Elisa dan hasilnya pun sesuai dengan apa yang diharapkan maupun yang diinginkan.

Program Leyeh-Leyeh (Campursari) merupakan program yang disusun oleh Radio Elisa yang dimana segmentasinya orangtua atau orang-orang yang menyukai lagu campursari. Melalui media sms atau telfon para pendengar dapat me-request lagu yang ingin mereka dengarkan serta dapat kirim-kirim salam untuk kerabat,saudara, maupun untuk penyiar itu sendiri. Namun, seiring berjalanya dari waktu ke waktu, media saat ini semakin berkembang, salah satunya media sosial seperti facebook, twitter, instagram, dsb. Akan tetapi, didalam program leyeh-leyeh ini yang digunakan hanya media sms/telepon saja, adapun alasan yang di berikan oleh radio Elisa mengenai tidak menggunakan media sosial.



(Request pendengar melalui sms : Sumber Radio Elisa)

Gambar 3.4

“Karena kita melihat siapa yang mendengarkan? Yang mendengarkan orang-orang tua, mohon maaf, hpnya itu tidak secanggih hpnya anak-anak muda, kemudian juga mereka rata-rata tidak bermedia sosial, itu dari sisi pendengarnya. Dari sisi radio, mengutamakan interaksi antara penyiar dengan pendengar lewat telepon, jadi kalau sudah interaktif lewat radio melalui via telepon itu keakrabannya lebih tinggi dibandingkan melalui media seperti whatsapp, twitter maupun facebook. Mungkin mereka punya, tapi mereka justru lebih senang melalui telepon sebenarnya. Pendengar-pendengar itu juga senang bisa ngomong-ngomong sama penyiarinya, nah itu contohnya.” (Sony, wawancara tanggal 02 september 2017)

Ketika penyiar dengan pendengar saling berkomunikasi melalui telfon atau sms, tentunya akan terjadi yang namanya feedback (pesan balik) antara pendengar dengan penyiar. Dimana pendengar sms/telfon untuk request lagu campursari dan kemudian penyiar memutar lagu tersebut serta menyapa pendengar dengan hangat tentunya penelfon akan merasa sangat senang dan bersemangat ketika dapat menyampaikan salam-salam baik kepada saudara, kerabat maupun orang-orang yang dikenali. Penyiar sangat berpengaruh untuk mencapai keberhasilan dalam membawakan dalam program Leyeh-Leyeh (Campursari) ini. salah satunya adalah menghafal walaupun hanya dari suara penelfon, seperti yang narasumber katakan bahwa :

“Satu, memang para pendengarnya sering telepon, yang kedua penyiar yang interaktif itu memang harus bisa mengenali para pendengarnya. Siapapun itu yang siaran, entah saya (mas sony), mbak ajeng, maupun mbak gendis. Kami bertiga disini penyiar yang lebih banyak konsen dengan para penelfon,” jadi memang harus dihafal, suara ini itu milik siapa “? karena dengan begitu, kalo orang telfon, kemudian kita penyiarinya sudah tau ini dari siapa, senang yang telfon. Dia merasa di perhatikan, merasa di anggap, misalkan hari ini si pak A telfon, besok seolah-olah telfon kita lupa oleh suaranya, dia protes, “ lha kok lali to mas atau mbak karo aku“, itu hampir terjadi di semua pendengar.” (Sony, wawancara tanggal 02 september 2017)

Program Leyeh-Leyeh (Campursari) dalam waktu siarannya adalah 120 menit atau 2 jam, disiarkan pada jam 14.00-16.00 dan pada hari siarannya yaitu dari hari senin-sabtu. Radio Elisa memiliki alasan mengapa didalam siaran tersebut memilih waktu dan hari tersebut.

“Acara ini jadi rutin karena banyak yang mendengarkan, terus “kontinuitas” (kelangsungan/kelanjutan atau kesinambungan) karena juga iklanya mintanya untuk di putar setiap hari terus, karena sekali lagi pemasangan iklan juga tau jika ratingnya bagus, jadi inilah mengapa di putar setiap hari dari senin-sabtu. Seperti sinetron jika bagus, pasti pemutarannya setiap hari bahkan mungkin sehari bisa dua kali. Dan mengapa dua jam? karena satu jam itu waktunya sempit, dan tiga jam itu terlalu lama. Sebenarnya para programmer di radio itu kebanyakan memilih waktunya dua jam, kenapa? karena satu jam terlalu cepat, iklanya juga belum bisa diputar semuanya mungkin, dan tiga jam

terlalu lama, orang mungkin sudah bosan untuk mendengarkan lagu dengan genre yang sama selama tiga jam seperti itu. Dua jam adalah waktu yang pas, semua iklan bisa terputar, para penelfon juga bisa masuk, sms juga masuk, semua lagu bisa diputarkan untuk waktu dua jam itu.” (Sony, wawancara tanggal 02 september 2017)

Setiap program tentunya memiliki jingle tersendiri, dan di dalam jingle tersebut pastinya terdapat makna yang ingin di sampaikan. Dalam program Leyeh-Leyeh (Campursari) penulis menemukan jingle yang terdapat pada program ini, yaitu “leyeh-leyeh enak tenan”.

“Jadi kita ingin membuat para pendengar itu betul-betul merasakan leyehe-leyeh “bersantai-santai”, makanya diambil waktu jam 14.00-16.00 orang mulai capek, mulai istirahat, mulai pulang kerja, atau di rumah mulai santai, mereka juga ingin merasakan betapa enakny leyehe-leyeh sambil mendengarkan lagu campursari.” (Sony, wawancara tanggal 02 september 2017)

Di setiap programnya pasti memiliki kendala entah saat siaran maupun sebelum siaran,hal ini yang menjadikan penulis bertanya kepada narasumber tentang kendala apa saja yang terjadi dan kemudian bagaimana cara mengatasinya.

“Kalau kendala waktu siaran itu sebenarnya, paling hal- hal teknis semacam, ada yang rusak di mixernya, atau komputernya lagi error, atau mungkin juga software untuk terima sms juga lagi error, kalau teknis seperti itu, tapi sejauh ini memang menhandel masalah-masalah itu bisa saja diatasi karena ada teknisi khususnya. Terus kalau masalah-masalah yang lain tidak ada, karena penyiarnya sudah expert untuk memegang acaranya.” (Sony, wawancara tanggal 02 september 2017)

Seperti radio pada umumnya, Radio Elisa memiliki beberapa peralatan untuk mendukung pada saat siaran. Dengan adanya peralatan pendukung dalam siaran tentunya sangat membantu dalam saat siaran nantinya.”Komputer,mixer,microphone itu pasti,pemancar jelas,tower, ya peralatan standart lah, untuk yang mendukung siaran pasti ya itu.”(Sony, wawancara tanggal 02 september 2017)



(Peralatan pendukung dalam siaran Radio Elisa : Dok.Peneliti)

Gambar 3.5

2. Radio Zenith

a. Strategi Radio Zenith Dalam Perencanaan Program

Radio Zenith dalam melakukan perencanaan program siarannya yang dilakukan adalah menentukan target audiennya, kemudian menyiapkan materi yang akan menjadi konten dari program tersebut. radio Zenith mempertimbangkan dalam acaranya apakah program tersebut dapat bertahan dan bersaing dengan program radio lainnya.

Dalam hal ini, penulis ingin memaparkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat berada di radio Zenith Salatiga. Radio Zenith memiliki motto yaitu “*a cool station*”, melalui jingle tersebut radio zenith ingin menarik para pendengar radio terutama di salatiga melalui arti motto tersebut adalah stasiun yang keren. Seperti halnya radio pada umumnya, radio Zenith memiliki beberapa program yang di susun serta di kemas serapi mungkin agar dapat menarik para pendengar radio dan dapat mempertahankan pendengar radio, terutama di Salatiga. Radio Zenith memiliki cara tersendiri didalam menyusun programnya, seperti yang dikatakan oleh mbak rena selaku asisten dan program director di radio Zenith salatiga.

“Dalam menyusun program siaran sebelumnya harus di tentukan target audiensnya, kemudian menyiapkan materi apa saja yang akan menjadi konten acara tersebut dan apakah acara tersebut bisa terjaga kontinuitasnya dan menentukan nama acara.”(Rena, wawancara tanggal 10 Oktober 2017)

Tidak jauh berbeda dengan halnya radio Elisa, radio Zenith juga menyusun didalam programnya harus menentukan target audien, kemudian menyiapkan materi yang menjadi konten acara untuk kedepannya. Dalam hal ini memang sangat penting untuk radio didalam menyusun suatu programnya, karena jika salah dalam memilih program tentunya akan sangat berpengaruh pada rating maupun pemasaran kedepannya dan tentunya pendengar yang sebagaimana mestinya menikmati akan tetapi jika karena sebuah penyusunan program yang kurang diminati maka radio tersebut juga tidak dapat menarik para pendengar radio di salati khusunya.

Menyusun program merupakan tugas dari seorang director sebagai pelaku pembuatan dalam program. Radio Zenith memiliki beberapa bagian didalam struktur organisasinya, seperti yang dikatakan oleh narasumber saat ditanya mengenai Untuk menyusun suatu program siaran, siapa sajakah yang terlibat di dalam menyusun program tersebut ?

“Didalam Sebuah radio itu terbagi menjadi dua bagian yaitu bagian Marketing dan Bagian program. Yang termasuk bagian program tersebut adalah, manager program yang bertugas mengontrol program acara yang ada di station supaya berjalan dengan baik dan penyiar sebagai eksekutornya, yang harus menjalankan program acara dengan baik, sehingga dapat diterima pendengar dan menarik perhatian pengiklan untuk beriklan di radio.”(Rena, wawancara tanggal 10 oktober 2017)



Gambar 3.6

(Lokasi Radio Zenith : Dok. Peneliti)

“*Kita hanya melihat apa yang lagi tren di masyarakat*” itulah jawaban narasumber ketika peneliti bertanya mengenai, Apakah dalam menyusun suatu program siaran untuk radio Zenith ada kajian/riset/survei tersendiri sebelum

menyusun suatu program ? Jika ada bagaimana cara melakukannya, dan jika tidak bagaimana cara melakukannya ?

“Yang di maksud melihat yang lagi tren di masyarakat ini misalnya, sekarang ini kan lagi tren lagu dangdut. Lagu dangdut yang nobene kemarin kemarin hanya di sukai orang tua, atau kalangan menengah ke bawah, sekarang ini hampir semua orang menyukai musik dangdut. Nah untuk itu kita juga membuat acara Salatiga Bergoyang yang memutar lagu lagu dangdut. Ini bertujuan agar mereka yang dulu tidak suka mendengarkan radio zenith jadi tertarik untuk dengerin zenith. Selain itu juga untuk menarik pengiklan yang segmen produknya pas dengan target pendengar acara tersebut.”(Rena, wawancara tanggal 10 Oktober 2017)

Setiap radio pastinya ingin didalam program tersebut agar selalu didengar dan diminati oleh para pendengarnya, oleh karena itu untuk memperoleh hasil yang maksimal serta hasil yang diinginkan radio Zenith tidak hanya membuat program hanya karena tren saja aka tetapi ada tujuannya di dalam program yang ingin di buat. Adanya pihak lain yang menjadi penilaian untuk suatu program nantinya, maka radio zenith membutuhkan statment dari beberapa pihak. ”kalau program tersebut membutuhkan statment dari pihak lain , misal penjelasan dari pejabat, maka kita akan hunting untuk itu, kemudian kita menyusun program.” (Rena, wawancara tanggal 10 Oktober 2017)

Dalam menyusun programnya radio Zenith memang memiliki sudut pandang tersendiri dalam menentukan programnya, seperti salah satu programnya yang menjadi unggulan dalam radio zenith yaitu “Salatiga Bergoyang yang siarannya setiap hari senin-sabtu.“Program unggulan kita saat ini adalah salatiga bergoyang, karena akhir akhir ini lagu dangdut bukan lagi menjadi favorit kalangan menengah kebawah tapi menjadi favorit semua orang.”

Seperti Rena katakan bahwa dangdut saat ini memang tidak hanya diminati oleh para kalangan bawah, akan tetapi diminati dari semua kalangan dari remaja hingga orang tua bahkan mungkin dari anak-anak sudah mulai mendengarkan lagu dangdut. Mungkin karena seiring perkembangan zaman baik dari segi gaya hidup maupun musik sudah semakin berkembang pesat.

Setiap radio pastinya memiliki program unggulan, seperti radio zenith dengan program unggulannya yaitu “salatiga bergoyang” dengan isi kontennya adalah lagu dangdut dan campursari sebagai penghibur bagi para pendengarnya, selain itu pastinya setiap radio di dalam siarannya memiliki jam siaran unggulan dimana agar

dapat menarik para pendengar serta agar para pendengar selalu menantikan program unggulan tersebut di waktu yang dinantikan. “Jam unggulan kita adalah jam 05.00-09.00 pagi dan jam 21.30 - 23.00 kenapa kita ambil jam pagi, karena jam-jam tersebut mereka masih bisa menikmati acara kita sebelum bekerja dan setelah bekerja .” (Rena, wawancara tanggal 10 Oktober 2017)

Dari sisi pengambilan jam unggulan radio Zenith dengan programnya “Salatiga Bergoyang” peneliti dapat menambahkan jika memang pada dalam jam-jam tersebut adalah jam yang efektif karena pada jam tersebut adalah waktu yang efektif sebagaimana mestinya yang sudah di jelaskan oleh narasumber radio Zenith mengapa memilih waktu tersebut.

Program yang baik dan berkualitas, tentunya juga harus memiliki pendamping yang baik dan berkualitas juga. Penyiar adalah kunci dari sebuah pelengkap dari suatu program radio, yang dapat menarik para pendengar baik dengan ciri pembawaanya maupun style atau dari sisi lainnya. Tidak hanya tergantung dengan programnya yang menarik maupun program yang unggulan, akan tetapi penyiar tetaplah yang menjadi daya tarik bagi para pendengar. dalam hal ini radio Zenith memiliki cara agar pendengar merasa terhibur dengan program tersebut yang di bawakan oleh penyiar. “Style harus menyesuaikan target audiens, harus You and me, atau lebih dekat dengan pendengar seolah mereka ada dihadapan kita. menyiapkan kata2 yang menarik perhatian, misal pantun, kata kata bijak dll.” (Rena, wawancara tanggal 10 Oktober 2017)



(Penyiar Radio Zenith, Rena : Sumber Radio.Zenith)

Gambar 3.7

Radio Zenith tentunya memiliki alat pendukung sebagai pelengkap dalam mempermudah jangkauan siaran serta alat komunikasi dengan pendengar. tanpanya adanya alat yang membantu dalam siaran, akan kesulitan bagi penyiar untuk berkomunikasi dengan pendengar, terutama bagi pendengar di kota Salatiga. “Alat untuk mendukung dalam siaran ya seperti, mixer, komputer, kemudian ada hp untuk live Bigo dll. standart untuk sebuah radio.” (10 oktober 2017)



(Daniel, penyiar Salatiga Bergoyang : Dok.penyiar)

Gambar 3.8

Pada saat peneliti melakukan penelitian terhadap radio zenith,terdapat jingle yang di putar setiap siaran yaitu “97 point 2 zenith fm, sobat setia untuk hidup lebih ceria.” Sebenarnya makna apa yang terdapat dalam jingle tersebut. “ya, kita ingin menjadi sahabat yang paling setia, selalu ada dimanapun mereka berada dan menjadikan hidup mereka lebih ceria.”(Rena, wawancara tanggal 10 Oktober 2017)

Melalui jingle tersebut, radio zenith ingin para pendengar menjadi sahabat dari radio Zenith yang paling setia, dimanapun mereka (para pendengar) agar menjadi lebih terhibur dengan adanya program dari radio Zenith. Dan radio Zenith ingin membuat pendengar merasa ceria setiap hari-harinya dengan mendengarkan siaran radio Zenith.Setiap aktivitas radio Zenith pada saat siaran tentunya pasti pernah mengalami suatu kendala dalam siaran, baik secara teknis maupun non teknis. Menyikapi hal ini, Radio Zenith dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti narasumber mengatakan jika “kendalanya paling kalau tiba2 komputer mati, tapi kita ada cadanganya jadi tinggal ganti “. (Rena, wawancara tanggal 10 Oktober 2017)

b. Strategi Kreatif Radio Zenith Dalam Program “Salatiga Bergoyang”

Salatiga bergoyang merupakan program unggulan di Radio Zenith untuk saat ini, banyaknya persaingan dalam segi program di radio Salatiga khususnya, tentu membuat Radio Zenith untuk semakin berkembang melalui program ini. seperti yang dikatakan oleh rena bahwa Salatiga Bergoyang ada karena Radio Zenith mengikuti tren yang sedang ada. Melalui program inilah Radio Zenith ingin para pendengar di Salatiga agar dapat terhibur serta dapat berkomunikasi baik melalui program Salatiga Bergoyang ini yang pastinya dengan genre lagu dangdut dan campursari.

Tidak hanya mengandalkan dari program Salatiga Bergoyang saja, akan tetapi seorang penyiar yang berkualitas tentunya harus dapat membawakan program ini agar semakin menarik bagi pendengar. *“harus bisa mengikuti perkembangan lagu dangdut, tahu slenk2 atau joke2 dangdut”*(10 oktober 2017) merupakan syarat bagi penyiar yang membawakan program salatiga bergoyang.

Dalam siarannya, penyiar yang membawakannya adalah dion vaganza. Setidaknya dion selaku penyiar yang membawakan program Salatiga bergoyang harus memiliki pengetahuan tentang perkembangan lagu dangdut, tentang hal-hal yang baru tentang dangdut, dan harus mengetahui bagaimana cara bercandaan melalui dangdut agar para pendengar merasa terhibur dan tertarik. *“Slenk2 dangdut itu misalnya *sengga’an* saat memutar lagu dangdut, misalnya.. yo goyang sak polle, hokya hokya, dan lain sebagainya.”*(Rena, wawancara tanggal 10 Oktober 2017)



(Dion, Penyiar program Salatiga Bergoyang : Sumber.Radio Zenith)

Gambar 3.9

Dalam pembawaan program ini (Salatiga Bergoyang) , pendukung selain penyiar yang mumpuni tentunya bahasa serta tata bahasa menjadikan faktor yang sangat vital. Berbeda dengan radio Elisa yang menggunakan bahasa jawa halus, justru radio Zenith memilih berbeda dengan radio Elisa yaitu menggunakan bahasa indonesia. Dalam hal ini tentunya menjadikan pertanyaan bagi peneliti, mengapa radio Zenith dalam pembawaan program salatiga bergoyang ini menggunakan bahasa indonesia. “Karena bahasa indonesia adalah bahasa persatuan, jadi bisa di pahami semua pihak, karena kita live di bigo yang notabene penonton mungkin juga dari luar daerah.”(Rena, wawancara tanggal 10 Oktober 2017)

Salah satu faktor alasan mengapa siaran dalam program Salatiga Bergoyang, Radio Zenith memilih menggunakan bahasa indonesia adalah karena menggunakan fitur media bigo live yang penggunanya bisa jadi dari luar kota Salatiga.



(Radio Zenith saat siaran menggunakan Bigo Live : Dok.Peneliti)

Gambar 3.10

Seiring perkembangan teknologi baik dari segi media sosial sangat mempermudah dalam hal berkomunikasi baik satu orang dengan satu orang, atau satu orang dengan orang banyak. Apalagi dengan media sosial bigo live yang memiliki fitur yang canggih dengan mudahnya seseorang yang tanpa kita kenali dapat berinteraksi dengan melalui kolom chat yang tersedia di dalam siaran orang tersebut. Dengan adanya bigo live, tentunya radio Zenith memiliki alasan tersendiri mengapa menggunakan media sosial seperti bigo live dalam siarannya. “Bukan hanya salatiga bergoyang tapi sepanjang kita live menggunakan bigo, supaya lebih banyak orang

yang bisa menikmati siaran zenith. Kenapa kita pilih bigo live? karena untuk twitter dan facebook kurang tren untuk siaran live.” (Rena, wawancara 10 Oktober 2017)

Seperti yang dikatakan narasumber bahwa media sosial lainya kurang tren untuk siaran live. Maka dari itulah Radio Zenith memutuskan untuk memilih media bigo live sebagai pilihan dalam pendukung siaran, agar berharap dapat melalukan komunikasi yang lebih baik serta mempermudah antara penyiar dengan pendengar melalui bigo live.

“*Kurang lebih satu tahun yang lalu*”, merupakan alasan radio zenith meyusun program salatiga bergoyang sebagai salah satu program yang di pasarkan dengan tujuan agar dapat memikat para pendengar radio di Salatiga melalui program ini (Salatiga Bergoyang). Radio Zenith berharap agar para penikmat lagu dangdut dapat merasa terhibur dengan adanya program Salatiga Bergoyang. Dalam programnya Salatiga Bergoyang, Radio Zenith memiliki pilihan segmentasi untuk pendengarnya adalah orang tua dan middle low. Tentunya Radio Zenith memiliki alasan tersendiri mengapa memilih segmentasi pendengar tersebut. “Karena yang kebanyakan suka lagu dangdut adalah orang tua atau middle low, walaupun kenyataanya sekarang lagu dangdut sudah di sukai semua kalangan.”(Rena, wawancara tanggal 10 Oktober 2017)



(Dion saat siaran on air melalui Bigo Live : Dok.Peneliti)

Gambar 3.11

Lagu dangdut memang semakin lama semakin berkembang, begitu pula dengan para pendengarnya yang dulu hanya orang tua dan middle low, sekarang hampir seluruh kalangan mulai menikmati lagu dangdut baik dari anak-anak hingga orang tua. Bagi yang mencintai serta dapat menikmati lagu dangdut, pastinya akan merasakan badan ingin untuk bergoyang karena hentakan suara gendang dan lagu yang dinyanyikan oleh penyanyi dangdut tersebut. Seperti yang narasumber katakan saat di wawancara (10 oktober 2017 pada pukul 10.30) bahwa Radio Zenith dalam program Salatiga Bergoyang ini memiliki beberapa alasan, “Iya, karena kita memang melihat selera pasar dan saat ini musik dangdut kita lihat begitu diminati, bukan hanya orang tua tapi juga anak kecil pun hafal dengan lagu lagu dangdut.”

Dalam program Salatiga Bergoyang ,penulis menemukan banyaknya iklan yang di putar didalam program ini. beberapa iklan tersebut yakni, Gula Tetes (GULATES), Inul Vista (karaoke), Maju Mapan (Toko HP), Seminar Bisnis, Indosat. Iklan yang diputar dalam program Salatiga Bergoyang,tentunya menjadikan alasan bagi para pemasang iklan karena acara program ini merupakan program yang memiliki daya tarik melalui program tersebut. Radio Zenith memilih program Salatiga Bergoyang sebagai salah satu program unggulan karena banyaknya pendengar dalam program tersebut.

B. Pembahasan

Penulis sebelumnya telah melakukan penelitian yang dipaparkan dalam hasil wawancara sebelumnya. Radio Zenith dan Radio Elisa merupakan dua stasiun radio dari beberapa stasiun radio yang berada di Salatiga yang bekerja di bawah wewenang komisi penyiaran indonesia yang siarannya berupa *audio* (Radio). Kedua radio tersebut memiliki visi serta misi yang berbeda, namun pada dasarnya kedua radio ini memiliki upaya untuk menarik serta mempertahankan minat pendengar radio, terutama di Salatiga melalui beberapa program kedua radio tersebut. Perkembangan Radio di Salatiga semakin terlihat dengan adanya beberapa inovasi program yang di kemas secara rapi agar dapat menarik pendengar di Salatiga khususnya. Dalam upaya mempertahankan minat pendengar radio di Salatiga, tentunya kedua radio ini saling bersaing dalam program unggulan mereka masing-masing. Melalui program tersebut tujuannya agar masyarakat atau pendengar merasa terhibur, maupun mendapatkan kesan pesan tersendiri dari Radio Zenith maupun Radio Elisa melalui siaran program tersebut.

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. Strategi merupakan sebuah cara untuk meraih tujuan dalam waktu jangka yang panjang (Rangkuti, 2006: 14). 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 unggulanya 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 kedepanya. Dalam hal ini, penulis ingin menjabarkan lebih dalam lagi tentang strategi kedua program tersebut dengan sumber temuan yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Berikut adalah beberapa hal yang akan di jelaskan mengenai kedua program tersebut dalam upaya meraih minat pendengar radio di Salatiga :

1. Kreatif Perancangan

a. Salatiga Bergoyang

Dalam programnya “Salatiga Bergoyang”, radio Zenith memiliki alasan tersendiri mengapa dinamakan dengan “Salatiga Bergoyang”. Penamaan tersebut dikarenakan sesuai dengan genre musik dangdut yang identik dengan goyangan, sedangkan Salatiga merupakan kota dimana radio Zenith berada. Oleh karena itu mengapa program radio Zenith ini dinamakan “Salatiga Bergoyang”.

Sedangkan didalam sejarah siarannya, radio Zenith dengan programnya “Salatiga Bergoyang” baru memulai sekitar satu tahun yang lalu. Pemilihan program ini dikarenakan radio Zenith mengikuti tren masyarakat yang saat ini sedang berkembang, seperti lagu dangdut ini yang dulu hanya disukai oleh orang dewasa, akan tetapi untuk saat ini lagu dangdut sudah disukai dan didengarkan oleh semua kalangan baik anak-anak hingga orang tua.

Program “Salatiga Bergoyang” ini tentunya ada karena radio Zenith melihat tren apa yang sedang terjadi dimasyarakat dan tentunya penulis menambahkan data sesuai dengan apa yang dikatakan oleh narasumber sebagai dukungan data dari penulis agar lebih dapat dipahami.

b. Leyeh-Leyeh (campursari)

Radio Elisa memiliki program yang namanya “Leyeh-Leyeh”, kata “Leyeh-Leyeh” merupakan dari bahasa jawa yang artinya bersantai setelah bekerja atau melepas lelah. Penamaan ini dikarenakan radio Elisa ingin para pendengar yang setelah bekerja dapat merasakan “Leyeh-Leyeh” sambil mendengarkan lagu campursari yang merupakan salah satu program radio Elisa.

Program ini sudah ada sejak 8 tahun yang lalu, sehingga para pendengar yang sudah berusia lanjut tentunya sudah mengerti program Radio Elisa “Leyeh-Leyeh” ini. Dalam hal ini Radio Elisa tentu memiliki pengalaman yang banyak dengan pendengar sehingga Radio Elisa mengetahui apa yang diinginkan oleh pendengar melalui program “Leyeh-Leyeh”. Dalam programnya ini, Radio Elisa tidak hanya ingin memutar lagu campursari yang di request oleh para pendengarnya, akan tetapi didalam tujuannya Radio Elisa ingin melestarikan budaya jawa yakni lagu campursari.

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 dipungkiri 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

a. Musik

Pengertian seni musik adalah suatu yang menciptakan sebuah karya seni, Jamalus (1988: 1) mengatakan:

“jika bunyi berbentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan pikiran serta perasaan penciptanya lewat unsur-unsur pokok musik, yaitu harmoni, melodi, irama, serta susunan lagu dan ekspresi sebagai satu kesatuan.”

Dari hasil temuan penulis, bahwa terdapat perbedaan dari kedua objek yaitu, Radio Zenith dengan pemilihan lagu dangdut, sedangkan Radio Elisa dengan lagu campursari. Berikut penulis akan memaparkan tentang perbedaan musik atau lagu dangdut dengan campursari :

1) Musik Dangdut

Musik dangdut merupakan salah satu dari sekian banyak genre, musik dangdut sangat populer di Indonesia. Lagu dangdut bercirikan dari dentuman atau hentakan dari alat musik tabla dan gendang. Mengutip dari artikel internet terdapat beberapa macam-macam genre dangdut saat ini (<http://www.ilmudaninfo.com/2016/08/definisi-musik-dangdut.html>, di akses 22 November 2017) terdapat beberapa ciri khas dari musik dangdut seperti, alat musiknya akustik, dengan standarisasi melayu seperti, akordion, suling, gendang, mandolin dan seiring perkembangan zaman, dangdut terkadang diiringi oleh organ. Dalam musik dangdut, irama musiknya terbagi menjadi tiga bagian, pertama (sangat lambat), lagu dua (iramanya agak cepat) dan makinang (lebih cepat). Kemudian unsur yang terkandung dalam liriknya tidak terlepas pada pantun, dan lagunya mudah dicerna. Dalam musik dangdut, terdapat beberapa alat musik sebagai pengiring dalam lagu dangdut, diantaranya adalah seruling, gendang, tabla, tamborin, gitar, drum, dan organ.

2) Campursari

Campursari merupakan genre musik yang berkembang di kawasan Jawa Tengah hingga Jawa Timur, dengan menggunakan peralatan tradisional dan suara vokal menyerupai sinden, biasanya menggunakan bahasa Jawa (satu jenis dengan Kendang Kempul). Berbeda dengan genre musik dangdut, musik campursari lebih mirip dengan orkes keroncong yang nama dan alat musiknya perpaduan dengan alat musik gamelan dan alat musik dangdut (elektrik).

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 berjalannya 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 diminati oleh orang yang berumur 30 tahun keatas, itu dari segi segmentasi 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.

b. Iklan

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. Seperti yang penulis kutip mengenai bagaimana cara menarik pendengar melalui (Priastuti,Skripsi, 2010: 38).

1. Menarik perhatian.
2. Memuat tema atau topik tunggal.
3. Mengandung inti pesan.
4. Mampu memandu penyusunan kalimat berikutnya.

Selain didalam penyampaian pesannya, radio juga menggunakan beberapa macam cara yang dapat mendukung dalam produksi Iklan atau menyusun iklan. seperti suara penyiar sebagai pengisi suara dalam Iklan, Musik yang digunakan dalam Iklan tersebut, dan Efek Suara yang dimasukkan dalam Iklan tersebut. Suara penyiar merupakan salah satu alat yang dapat memproduksi Iklan melalui suara, seperti yang terdapat dalam “Jingle” stasiun Radio Zenith maupun Radio Elisa. Seperti Radio Zenith dengan “Jingle”nya “A cool Station”, dalam pengisi suara tersebut adalah suara penyiar Radio Zenith itu sendiri. Begitupula dengan Radio Elisa dengan “Jingle”nya “Leyeh-Leyeh enak tenan” yang terdapat pada program “Leyeh-Leyeh”, suara tersebut juga merupakan dari penyiar di Radio Elisa. Jingle Radio tentunya akan terasa hambar jika tanpa adanya musik, perpaduan musik dengan suara tentunya agar dapat menarik para pendengar. Melalui musik yang

bermutu serta berkualitas, tentunya memiliki nilai tersendiri bagi pendengar. Selain itu juga agar dapat dikenal oleh para pendengar dengan adanya musik dan suara yang berkualitas. Efek suara juga berpengaruh sebagai pelengkap dalam suara serta musik didalam Iklan, baik “Jingle” Radio maupun Iklan yang diinginkan oleh pengiklan yang menggunakan jasa penyiaran dalam bentuk suara (Radio).

Iklan juga memiliki jenisnya berdasarkan isi dari iklan tersebut, yakni iklan berupa pengumuman, iklan penawaran, dan iklan layanan masyarakat. Iklan pengumuman merupakan iklan yang memiliki tujuan untuk menarik perhatian masyarakat melalui pemberitahuan melalui audio (suara). Seperti yang penulis temukan saat melakukan penelitian di Radio Elisa, penulis mendengarkan siaran tersebut dan penyiar mengiklankan pengumuman (pemberitahuan) bahwa “Presiden Jokowi pada tanggal 25 september 2017 akan melakukan kunjungan ke Salatiga, ada empat tempat yang ingin dikunjungi oleh Bapak Presiden Joko Widodo dalam kunjungannya ke Salatiga. Yakni empat tempat adalah Sekretariat Paguyuban Petani Qoriyah Thayyibah (SPPQT) di Kelurahan Kalibening, Kecamatan Tingkir, penyerahan Kartu Indonesia Pintar di SMA 3 Salatiga, penyerahan sertifikat tanah warga di Lapangan Kelurahan Pulutan, Kecamatan Sidorejo, dan peresmian Tol Bawen-Salatiga di Gerbang Tol Salatiga” (23 september 2017).

Sedangkan untuk jenis iklan penawaran, merupakan iklan yang bertujuan untuk menawarkan produk suatu barang atau jasa. Didalam siaran Radio Zenith, terdapat beberapa iklan penawaran, seperti, Gula Tetes (GULATES), Inul Vista (karaoke), Maju Mapan (Toko HP), dan Seminar Bisnis Indosat. Namun terdapat kelemahan didalam pemasaran produk melalui radio, dikarenakan pendengar hanya dapat menerima informasi iklan berupa *audio* (suara). Oleh karena itu, pengemasan suara, musik, serta efek dalam suara harus disusun secara rapih agar informasi berupa iklan dapat tersampaikan dengan baik ditelinga pendengar.

Lain halnya dengan Iklan layanan masyarakat, Iklan ini merupakan iklan yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi penyampaian pesan yang bertujuan agar masyarakat mendapatkan pencerahan atau penenrangan melalui iklan tersebut. Biasanya iklan jenis ini dilakukan oleh lembaga pemerintahan atau instansi dan organisasi non profit. Iklan layanan masyarakat ini dibuat agar masyarakat mempunyai rasa kesadaran terhadap suatu hal yang berkaitan dengan lingkungan sekitar maupun berbagai hal tertentu.

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

a. Gaya 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

Menilai seseorang berdasarkan baik atau tidaknya menjadi penyiar, tentunya sangat bergantung terhadap penilaian dari para pendengar radio tersebut terhadap kualitas penyiar tersebut. seperti yang dikatakan Prayudha (2006: 88), maka dari itu, untuk mencari penyiar yang baik perlu kehati-hatian, dengan memikirkan apakah suara penyiar cocok dengan segmentasinya. Seperti dalam program Radio Zenith “Salatiga bergoyang”, bagaimana seorang penyiar Radio Zenith harus bisa mengimbangi para pendengar yang segmentasi pendengarnya adalah beberapa kalangan yang didalam program “Salatiga Bergoyang” ini. Semisal penelfon saat siaran program ini adalah seorang anak muda yang ingin request lagu dangdut yang berjudul “bojo galak” yang dinyanyikan oleh Via Vallen.

Tentunya bagi seorang penyiar Radio Zenith harus bisa menyapa serta menggunakan bahasa anak muda agar dapat berinteraksi dengan baik serta membangkitkan mood bagi para pendengar lainnya, semisal dengan *joke* (candaan) maupun *slenk-slenk* (hokya-hokya atau kata-kata imbuhan dalam lagu dangdut) tentang lagu dangdut koplo tersebut. lain halnya dengan Radio Elisa dalam program “Leyeh-Leyeh”, tentunya seorang penyiar di Radio Elisa harus bisa bahasa jawa halus, dikarenakan dalam pembawaan siaran program ini menggunakan bahasa jawa halus dan kebanyakan dari pendengarnya juga menggunakan bahasa jawa halus serta dalam segmentasi pendengarnya adalah kalangan menengah kebawah maupun orang yang berusia 30 tahun keatas.

Oleh karena itu, didalam siaran suatu program radio, program director harus dapat memilih karakter suara penyiar yang sesuai dengan program yang nantinya didalam siaran radio, yang terpenting adalah bagaimana seorang penyiar radio dapat mampu mengoptimalkan jenis suaranya didalam siaran sehingga dapat sesuai dengan perencanaan program yang diharapkan dan sesuai seperti pendengar inginkan. Dengan adanya kualitas suara yang bagus serta layak untuk didengarkan oleh pendengar, tentunya akan sangat berpengaruh juga pada rating radio tersebut, baik dari segi ketertarikan pendengar karena berawal dari suara penyiar yang membawakan program serta menghibur, maupun dari segi upaya mempertahankan minat pendengar radio yang berada di Salatiga.

2. Mampu melaksanakan *'adlibbing'* dan *'script reading'* dengan baik

Dalam hal ini, penyiar siap tidak siap harus siap menghadapi situasi apapun, terutama saat siaran baik on air maupun off air harus dapat melakukan dengan spontan tanpa persiapan sebelumnya. Dalam hal berbicara yang lancar, tentunya penyiar harus melakukan latihan-latihan baik saat siaran maupun sebelum siaran dimulai. Dengan adanya hal-hal yang tidak terduga, maka penyiar akan bisa belajar dari kejadian tersebut, dan serta memiliki wawasan yang luas tentunya penyiar memiliki beberapa wacana yang nantinya dapat mengatasi masalah saat siaran serta dapat menganalisis situasi dan kondisi dari beberapa ragam aspek, seperti pandangan tentang sosial, politik, budaya, maupun bidang lain yang terkait dengan penyiaran.

Seorang penyiar di Radio Zenith tentunya juga harus memiliki wawasan tentang program siarannya, seperti dalam program “Salatiga bergoyang” yang isi dari program tersebut adalah musik dangdut, tentunya penyiar juga harus memiliki wawasan serta harus bisa mengimbangi perkembangan musik dangdut di Indonesia agar dapat sinkron antara penyiar dengan pendengar saat berinteraksi satu sama lain. Begitupula dengan penyiar Radio Elisa dalam program “Leyeh-Leyeh” juga harus memiliki wawasan serta mengetahui baik sejarah maupun lagu dari musik campursari.

Oleh karenanya, penyiar memerlukan latihan dalam membaca maupun menulis agar dapat lancar dalam siaran program “Salatiga Bergoyang” maupun program siaran “Leyeh-Leyeh”. Dengan membaca tentunya akan menambah wawasan serta pandangan yang luas bagi seorang penyiar saat siaran, dan tentunya akan mendapatkan nilai tersendiri bagi seorang penyiar dari para pendengar.

3. Memahami format radionya dan format clock

Format radio dan format clock merupakan tugas yang harus dijalankan oleh penyiar, yaitu format radio merupakan pokok atau rencana dalam program yang akan disiarkan dan diarahkan pada pendengar tertentu. Dengan memahami format radio tersebut, penyiar berarti harus memahami yang namanya “station positioning” untuk mengacu pada tampilan yang berbeda dengan stasiun lain untuk membangun keakraban dengan pendengar serta agar dapat menyampaikan pesan yang lebih mendalam,

Setidaknya penyiar memahami tentang keinginan dan kebutuhan terhadap pendengar. dalam hal ini, penyiar Radio Zenith dan Radio Elisa harus dapat memahami apa yang dibutuhkan maupu keinginan para pendengarnya, agar dalam melakukan siarannya sesuai dengan tujuan program tersebut.

Sedangkan dalam format clock merupakan rangkaian atau susunan program acara saat dimulainya siaran. Penyiar melakukan kerja dengan mengatur musik, iklan radio, radio ekspose, pemutaran jingle radio, serta waktu berinteraksi dengan para pendengar. hal ini harus dilakukan karena merupakan tugas bagi seorang penyiar, yang secara umum mengatur waktu dalam hal format clock tersebut. semisal dalam program Radio Elisa “Leyeh-Leyeh” penyiar saat dimulainya program tersebut, berikut susunan yang dilakukan Radio Elisa saat akan dimulainya program “Leyeh-Leyeh”.

Penyiar membuka acara dengan jingle serta pemutaran lagu campursari, kemudian jingle dan beberapa iklan, lalu memutar lagu campursari, penyiar memberikan waktu bagi pendengar untuk telfon serta request lagu dan salam-salam pesan, dilanjutkan dengan jingle, kemudian penyiar membacakan sms yang masuk, lalu penyiar memutar 4 lagu yang diputar secara berurutan menurut pendengar yang telfon maupun sms tadi, jingle Radio Elisa dalam program “Leyeh-Leyeh”, dilanjutkan dengan beberapa iklan, kemudian penyiar memutar lagu yang di request oleh pendengar, penyiar membacakan sms yang masuk, lalu penyiar menerima 2 penelfon dari pendengar, dilanjutkan dengan beberapa iklan, penyiar memutar 1 buah lagu yang di request pendengar, penyiar menerima 1 penelfon dan membacakan sms yang masuk, dilanjutkan dengan beberapa iklan, jingle kemudian diputar kembali, beberapa iklan diputar, dan terakhir penyiar menutup acara program tersebut dengan 2 buah lagu.

Hal ini tentunya juga berlaku dalam program “Salatiga Bergoyang” di Radio Zenith, penyiar harus bisa membagi waktu serta melakukan rancangan waktu saat memulai siaran hingga selesai siaran. Diharapkan dengan adanya penyiar yang dapat memahami format radionya serta format clock secara baik dan benar, akan menjadikan program tersebut menjadi rapi dalam penyajiannya serta dapat menyampaikan pesan yang baik kepada pendengar.

4. Memahami secara mendalam segmen radionya

Dalam siaran program, penyiar harus melihat dari segi program yang dibawakannya, kepada siapa program ditujukan, dan bagaimana cara membawakan program acara tersebut agar dapat dicerna dengan baik oleh para pendengar. seperti halnya dalam program Radio Zenith “Salatiga Bergoyang” yang dimana segmentasinya semua kalangan, tentu bagi seorang penyiar harus dapat mengimbangi para pendengar yang sedang mendengarkan siaran tersebut. begitu pula dengan Radio Elisa dengan program “Leyeh-Leyeh”, dikarenakan segmentasi dalam program ini adalah kalangan menengah kebawah dan 30 tahun keatas, tentunya penyiar harus dapat berinteraksi dengan baik jika ada penelfon masuk dan kemudian penyiar harus menyapa dengan menggunakan bahasa jawa halus sesuai dengan isi program yang melestarikan budaya jawa yaitu melalui musik campursari.

Akan terlihat sangat kurang pantas, ketika penyiar menjawab dengan bahasa jawa ”ngoko”, tentunya hal ini akan sangat berbahaya dilakukan oleh penyiar. Walaupun program tersebut mengangkat tentang kebudayaan jawa, namun alangkah baiknya dan seharusnya penyiar dalam pembawaanya menggunakan bahasa jawa halus saat berinteraksi dengan pendengar. Kedua radio tersebut memiliki persamaan dalam isi maupun tema dalam program masing-masing, namun dilihat dari segi pembawaan penyiar memang berbeda dikarenakan segmentasi dari program tersebut maupun dari pemilihan bahasa yang sudah dibawakan oleh program director masing-masing.

5. Memperlihatkan simpati dan empati terhadap pendengarnya

Membangun kedekatan dengan pendengar salah satunya dengan cara memberikan rasa simpati maupun empati terhadap pendengar. yang dimaksud dengan memberikan rasa simpati maupun empati disini adalah bagaimana seorang penyiar tidak boleh egois maupun bersifat apatis menurut keputusan dirinya sendiri. Jika hal ini terjadi, tentunya pendengar akan merasakan ketidaknyamanan dalam mendengarkan siaran penyiar yang membawakan program tersebut, serta dapat menimbulkan efek negatif yang mengakibatkan stasiun radio mendapatkan kritikan maupun tindakan lainnya oleh para pendengar dikarenakan seorang penyiar yang

egois maupun memiliki pemikiran yang bersifat tidak mengenakan bagi para pendengar.

Sepertiyang penulis temukan saat melakukan penelitian dalam program “Leyeh-Leyeh” Radio Elisa, terdapat bahwa ada pendengar yang ingin merequest sebuah lagu campursari, namun dikarenakan terdapat unsur yang kurang baik dalam lagu tersebut, maka penyiar Radio Elisa mengatakan kepada pendengar yang merequest lagu tersebut untuk mengganti lagu tersebut dengan lagu yang lain dikarenakan terdapat unsur yang kurang baik untuk didengarkan, tentunya penyiar mengatakan kepada pendengar yang merequest lagu tersebut dengan tata cara bahasa yang baik sehingga tidak menyinggung perasaan pendengar yang merequest lagu campursari tersebut.

Sedangkan didalam program “Salatiga Bergoyang” Radio Zenith, penulis saat melakukan penelitian ketika mendengarkan siaran tersebut, penyiar sangat beinteraktif terhadap pendengar yang merequest lagu dangdut baik melalui siaran maupun melalui media bigo live yang dimana sebagai sarana media tambahan dalam siaran program “Salatiga Bergoyang”. Dengan adanya rasa simpati dan empati dalam siaran, tentunya juga akan berpengaruh dalam membangun loyalitas terhadap pendengar.

6. Mampu menghasilkan gagasan-gagasan segar dan kreatif dalam siarannya

Kreatifitas serta ketrampilan yang dimiliki oleh penyiar dalam siaran, tentunya memiliki tujuan agar dapat menarik di telinga pendengar. salah sat tugas penyiar adalah menghibur pendengar dengan kata-katanya baik yang lucu maupun yang unik. Disamping itu penyiar juga harus mementingkan pendengar agar tertarik terhadap program tersebut dengan melakukan berbagai gagasan atau ide-ide yang segar dan selalu kreatif pada saat siaran. Seperti mengikut perkembangan yang sedang tren maupun hal-hal yang sedang “booming” saat ini. tanpa adanya kemampuan serta gagasan maupun ide-ide yang baru, seorang penyiar akan terlihat hambar dan tidak berbobot dalam penampilanya saat siarannya.

Dalam program siaran “Salatiga Bergoyang” Radio Zenith memiliki dua penyiar dalam program tersebut. tentunya hal ini menjadikan nilai tersendiri bagi Radio Zenith karena memiliki dua penyiar radio dalam pembawaan program siaran “Salatiga Bergoyang”. Pendengar tidak akan merasa bosan dengan penyiar karena

disetiap penyiar memiliki karakter serta memiliki cara pembawaan masing-masing dalam siarannya. Sedangkan dalam program siaran “Leyeh-Leyeh” Radio Elisa memiliki tiga penyiar radio dalam siaran tersebut, namun dalam kondisi ini Radio Elisa hanya menggunakan dua penyiar yang secara bergantian dalam siaran “Leyeh-Leyeh” tersebut. Untuk penyiar yang satunya sebenarnya adalah program director mereka, hanya saja untuk memback-up kedua penyiar tersebut jika memang tidak bisa hadir atau sedang berhalangan seperti sakit parah maupun kendala lainnya yang memang benar-benar tidak bisa datang untuk siaran seperti biasanya.

Setiap penyiar tentunya memiliki karakteristik serta kemampuan yang berbeda-beda. Melalui candaan maupun berbagi wawasan saja sudah sangat menghibur bagi para pendengar, terlebih jika penyiar bisa mempunyai ide-ide maupun gagasan disetiap siaran tentunya akan menjadi nilai tersendiri bagi para pendengar dan akan menjadikan radio tersebut akan lebih semakin di minati.

7. Mampu bekerjasama dalam tim

Bekerja di radio merupakan kerja yang saling berhubungan satu sama lain dengan bagian masing-masing yang terlibat dalam produksi siaran radio. Oleh karena itu, disetiap bagian masing-masing termasuk sebagai seorang penyiar, harus bisa saling menghargai satu sama lainnya dengan cara memberikan pengertian dan saling mengingatkan dengan rekan kerjanya yang berada di radio.

Sehingga dengan adanya hubungan antara satu sama lain akan dapat mempermudah pekerjaan, serta agar dapat menghasilkan proses siaran yang berkualitas. Seperti yang dikutip dalam buku *Penyiar: it's just not a talk*, Prayudha (2006: 91) adalah bagaimana menjadi penyiar yang bekerja dengan *passion*, yang artinya adalah bekerja secara sungguh-sungguh dan bangga dengan apa yang sedang dikerjakannya.

b. Bahasa (Gaya Percakapan) Dalam Siaran

Menurut Carol (1961: 10), Bahasa adalah susunan bunyi vokal yang terstruktur, digunakan dalam komunikasi internasional oleh kelompok manusia dan dengan lengkap digunakan untuk mengungkapkan suatu kejadian atau peristiwa. (dalam PerpusSekolah.com, <http://www.masterpendidikan.com/2017/02/pengertian-bahasa-dan-hakikat-bahasa-menurut-para-ahli.html>, diakses pada 25 november 2017).

Di dalam temuan sebelumnya, peneliti menemukan bahwa terdapat perbedaan bahasa dalam siaran program tersebut. Radio Zenith dengan program “Salatiga Bergoyang” menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa siarannya, sedangkan Radio Elisa dengan programnya “Leyeh-Leyeh” menggunakan Bahasa Jawa Halus. Sebelum membahas untuk lebih detailnya, penulis akan menjelaskan mengenai perbedaan kedua bahasa tersebut.

1) Bahasa Indonesia

Bahasa Indonesia merupakan bahasa yang resmi digunakan di Republik Indonesia serta sebagai bahasa persatuan Bangsa Indonesia. Namun, awal mulanya adalah bahasa Melayu yang merupakan bahasa awal di Indonesia. Kemudian Bahasa Indonesia diresmikan penggunaannya setelah Proklamasi Kemerdekaan NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia). Dalam perkembangannya, Bahasa Indonesia mengalami banyak perubahan, dikarenakan masih ada yang menggunakan bahasa Melayu sesuai dengan awal mulanya bahasa di Indonesia. Seperti di Riau (Kepulauan Riau), mayoritas orang-orangnya masih menggunakan bahasa Melayu sebagai bahasa kesehariannya. Namun di Indonesia sendiri seperti ibu kota (Jakarta) dan lainnya, untuk berkomunikasi dengan orang luar wilayahnya tetap menggunakan Bahasa Indonesia agar mempermudah dalam berkomunikasi.

2) Bahasa Jawa

Sesuai dengan namanya “Jawa”, bahasa ini merupakan sebagai salah satu bahasa dari sekian banyak bahasa yang berada di Indonesia. Seperti namanya, bahasa Jawa kebanyakan digunakan hanya di lingkungan etnis Jawa. Namun tidak sedikit pula orang yang berbicara bahasa Jawa jika mereka sesama etnis Jawa, walaupun itu diluar wilayah Jawa. Bahasa Jawa merupakan bahasa asli masyarakat Jawa di Indonesia, seperti di daerah Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, dan daerah sekitarnya. Bahasa Jawa ini merupakan bahasa warisan budaya Indonesia yang harus dilestarikan serta dijaga agar tidak pudar maupun bergeser karena perkembangan zaman. Bahasa Jawa bisa dikatakan bahwa bahasa ini adalah Bahasa Ibu yang menjadi bahasa sehari-hari masyarakat Jawa.

Dalam kedudukannya sebagai bahasa daerah, bahasa Jawa memiliki fungsi antara lain lambang kebanggaan daerah, lambang identitas daerah, dan alat

perhubungan di dalam keluarga dan masyarakat daerah. Bahasa Jawa memiliki hak hidup yang sama dengan Bahasa Indonesia. (Oktafiarni, dalam artikel Kompasiana melalui https://www.kompasiana.com/isyakta/penggunaan-bahasa-jawa-untuk-melestarikan-warisan-budaya-indonesia-dalam-lingkup-pemudajawa_54f7563ca3331184358b45e6, diakses pada 25 November 2017).

Bahasa Jawa memiliki aksara (simbol visual) yaitu aksara Jawa dan terdapat dialek yang berbeda di setiap daerah masing-masing serta etika berbahasa Jawa (*unggah-ungguh*). Dalam etika berbahasa Jawa, terdapat tiga tingkatan dalam tutur kata, yaitu Bahasa Jawa kasar (*ngoko*), bahasa Jawa biasa (*madya*), dan Bahasa Jawa halus (*krama*). Di dalam tingkatan bahasa Jawa ini, untuk penggunaan serta peletakan tata bahasanya harus sesuai dengan lawan yang akan diajak berbicara. Dalam kesehariannya, Bahasa Jawa kasar (*ngoko*) digunakan untuk berkomunikasi dengan teman sebaya atau orang yang lebih muda dari kita, sedangkan Bahasa Jawa biasa (*madya*) digunakan untuk berbicara dengan orang yang lebih resmi, seperti murid kepada gurunya, pegawai kepada bosnya. Untuk Bahasa Jawa halus (*krama*) digunakan untuk berkomunikasi dengan orang yang lebih tua dari kita seperti orang tua maupun orang yang kita hormati, istilah penggunaan dalam Bahasa Jawa halus (*krama*) lebih mementingkan budaya *andhap asor* atau rendah hati terhadap orang yang lebih tua.

Radio Zenith di dalam 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 penggunanya 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.

c. Sapaan Pendengar

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 memposisikan 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 kedepanya.

d. Media Dalam Siaran

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.

Dalam siarannya, Radio Zenith dan Radio Elisa menggunakan media yang berbeda dalam siaran programnya. Radio Zenith dalam siaran program “Salatiga Bergoyang” menggunakan media sms, telfon, serta “Bigo Live” dalam siarannya, sedangkan Radio Elisa menggunakan media sms dan telepon dalam siaran program “Leyeh-Leyeh”. Penulis ingin menjelaskan lebih dalam tentang media yang digunakan dalam siaran programnya, yakni :

1) Sms (Short Message Service)

Media Short Message Service atau dikenal dengan istilah SMS, merupakan media yang memiliki fungsi sebagai alat untuk saling berkomunikasi yang berbentuk teks (tulisan). Menurut Riadi, ”SMS (*Short Message Service*) adalah layanan pada sistem komunikasi tanpa kabel atau disebut nirkabel, yang memungkinkan melakukan pengiriman pesan.(Fattah, Skripsi, 2013: 9) diakses pada 27 november 2017).

Dalam siarannya, Radio Zenith didalam programnya “Salatiga Bergoyang” dan Radio Elisa dengan programnya “Leyeh-Leyeh” menggunakan media sms. Tujuan dari menggunakan media tersebut adalah untuk mempermudah berinteraksi antara penyiar dengan audience (pendengar). Dan juga media sms didalam penggunaanya untuk mempermudah para pendengar untuk me-request lagu maupun salam-salam kepada sodara,kerabat, serta orang terdekat mereka yang kemudian nantinya akan dibacakan oleh penyiar.

2) Telepon dan Handphone

Telepon merupakan salah satu peralatan teknologi komunikasi sekaligus perangkat telekomunikasi yang memungkinkan dua pengguna atau lebih melakukan percakapan saat mereka terlalu jauh untuk didengar secara langsung.

(Oleh Pakar Komunikasi, <https://pakarkomunikasi.com/peralatan-teknologi-informasi-dan-komunikasi>, diakses pada 27 november 2017). Serta agar mempermudah dalam hal berkomunikasi antara personal. Sedangkan handphone (telepon genggam) atau disebut juga dengan cellular merupakan hasil perkembangan teknologi dimana alat perangkatnya dapat dibawa maupun berpindah-pindah (mobile). Didalam fungsinya, telepon maupun Handphone (HP) sama-sama digunakan untuk berkomunikasi dalam penyampaian suara, namun terdapat perbedaan dalam bentuk fisiknya. Dimana telepon dalam segi bentuknya besar dan memiliki kabel sebagai penghubungnya, sedangkan Handphone (HP) secara fisiknya lebih kecil dari telepon dan dapat dibawa kemana-mana (mobile) serta tanpa harus menggunakan kabel seperti telepon.

Radio Zenith dan Radio Elisa dalam siaran program “Salatiga Bergoyang” dan “Leyeh-Leyeh” menggunakan media umum seperti Radio pada umumnya, yaitu telepon maupun Handphone (HP) untuk berinteraksi dengan para pendengarnya ketika penyiar memberikan sesi waktu untuk me-request lagu maupun kirim-kirim salam untuk kerabat, sodara, maupun teman dekat pendengar. Dalam penggunaannya, telepon maupun Handphone (HP) lebih banyak digunakan serta mudah dari pada melalui media SMS. Dalam penggunaan media telepon atau Handphone (HP), Radio Zenith dan Radio Elisa tentunya agar lebih intens dalam berkomunikasi serta sebagai sarana pendekatan antara penyiar dengan pendengar, serta agar terjalin hubungan yang baik antara penyiar dengan pendengar dalam upaya mempertahankan minat pendengar radio masing-masing.

3) Media Sosial “Bigo Live”

Bigo Live merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang sedang berkembang untuk saat ini. Bigo Live memiliki fitur dimana ketika kita mengaktifkan untuk siaran online, maka orang lain dapat melihat siaran online kita seperti apa yang sedang kita lakukan. Untuk dapat melihat orang yang ingin kita lihat siarannya, bisa random atau secara acak

tidak sengaja, bisa juga melalui jalur pencarian yang terdapat pada Bigo Live, kemudian kita ketik nama user yang ingin kita lihat siarannya ketika online.

Seperti Radio Zenith dalam siarannya, menggunakan media sosial Bigo Live sebagai sarana tambahan dalam siarannya. Tidak hanya saat siaran program “Salatiga Bergoyang” akan tetapi pada saat siaran mulai, Radio Zenith sudah mengaktifkan media sosial Bigo Live. Tentunya didalam siaran tersebut, Radio Zenith membutuhkan Handphone (HP) untuk membantu siaran melalui media sosial Bigo Live.

Radio Zenith dan Radio Elisa didalam penggunaan sarana media sebagai pembantu saat siaran tujuannya adalah agar dapat mempermudah pendengar dalam penyampaian pesan serta agar lebih intens dan lebih dekat dengan para pendengar melalui media Sms, telepon, maupun Bigo Live. Akan tetapi didalam siarannya, Radio Elisa tidak menggunakan media sosial seperti “Bigo Live”. Hal ini sebelumnya pernah penulis jelaskan saat melakukan penelitian dalam wawancara di Radio Elisa. Alasan mengapa Radio Elisa tidak menggunakan media sosial lainnya, dikarenakan segmentasi mereka adalah kebanyakan orang tua, dan terlebih orang tua lebih mudah mengakses sms maupun telepon, dari pada menggunakan media sosial “Bigo Live” maupun media sosial lainnya, tentunya juga akan kesulitan bagi para orang tua untuk mengakses aplikasi media sosial tersebut.

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.

Tabel 3.1 Respon Beberapa pendengar Radio Zenith dalam Strategi program Kreatif Salatiga Bergoyang

No	Nama	Alamat	Umur	Lagu Dangdut		Bigo Live	
				Suka	Tidak	Pakai	Tidak
1	Ibu Endang	Argomas Timur	48	Ya			Tidak
2	Yusrul	Kalinyamat	24	Ya		Ya	
3	Bp. Sisawanto	Argomulyo	50	Ya			Tidak
4	Ibu Slamet	Gendongan	49	Ya			Tidak
5	Antok	Abc	25	Ya			Tidak
6	Bp. Darmanto	Ngentak	55	Ya			Tidak
7	Mbah Dulbahri	Argomas Barat	60	Ya			Tidak
8	Bp. Gatot	Argoboga	45	Ya		Ya	
9	Piter	Kridanggo	25	Ya		Ya	
10	Fauzi	Tegalrejo	30	Ya			Tidak

Tabel 3.2 Respon Beberapa pendengar Radio Elisa dalam Strategi program Kreatif Leyeh-Leyeh Campursari

No	Nama	Alamat	Umur	Lagu Dangdut		
				Suka	Tidak	Alasan
1	Bp.Jafar	Getasan	55	Ya		Didi Kempot
2	Bp.Yusuf	Nanggulan	50	Ya		Manthous
3	Bp.Andi	Kalicacing	45	Ya		Didi Kempot
4	Ibu Asih	Perum Bulu	48	Ya		Lagunya enak
5	Bp.Kuncoro	Tetep	50	Ya		Didi kempot
6	Bp.Khariri	Kebonsari	55	Ya		Manthous
7	Bp.Darmanto	Perum Dumai	49	Ya		Lagunya Njawani
8	Ibu Anis	Blotongan	50	Ya		Didi Kempot
9	Ibu Eko	Abc	51	Ya		Manthous
10	Bp.Samsul	Ndares	47	Ya		Didi Kempot

Berdasarkan uraian yang penulis jelaskan, melalui perbedaan yang terdapat dari kedua program yaitu mulai dari genre musik, bahasa, peran media dalam siaran, karakteristik pendengar radio, program director, dan iklan dalam radio. Tentunya dalam hal ini, kedua radio memiliki tujuan didalamnya, yaitu upaya untuk meraih para pendengar serta mempertahankan minat pendengar melalui kedua program tersebut dengan cara masing-masing dari kedua radio tersebut. Di setiap siarannya, pasti kedua radio tersebut pernah mengalami kendala maupun hambatan ketika siaran. Berikut beberapa kendala yang pernah dialami oleh Radio Zenith dan Radio Elisa dalam siarannya. Berikut adalah kendala serta hambatan yang terjadi saat radio Zenith dan radio Elisa didalam siarannya :

Tabel 3.3 Kendala dan hambatan Teknis Radio Zenith dan Radio Elisa dalam Strategi Kreatif

No	Radio	Kendala/hambatan	Upaya mengatasi Kendala
1	Radio Zenith	Kendala ketika komputer mati	Radio Zenith memiliki cadangan didalam kabin siaran, sehingga tinggal menggantinya dengan yang normal.
2	Radio Elisa	Kendala waktu siaran seperti hal-hal teknis seperti, rusak di mixernya, atau komputer lagi error, atau mungkin software untuk terima sms lagi error.	Jika terdapat teknis seperti itu, tapi sejauh ini memang menghandel masalah-masalah itu bisa saja diatasi karena ada teknisikhususnya. Penyiardapat menghandelnya karena penyiarnya sudah expert untuk memegang acaranya.

Sumber: Data Penelitian,2017.

Dengan adanya uraian mengenai kendala ataupun hambatan yang dihadapi oleh Radio Zenith dan Radio Elisa dalam strategi kreatif, para penyiar dapat menghandle atau mengatasi masalah yang terjadi saat siaran. Hambatan yang terjadi pada saat siaran adalah kendala secara teknis, dimana alat pendukung dalam siaran dapat diatasi oleh para penyiar yang sudah memiliki kemampuan serta pengalaman dalam siaran.

Upaya –upaya yang dilakukan oleh Radio Zenith dan Radio Elisa dalam mengatasi kendala yang dihadapi tersebut memiliki kesamaan yaitu, kendala teknis pada saat siaran, seperti mixer, mic, software, maupun komputer yang error. Radio Zenith dan Radio Elisa memiliki tujuan yang sama yaitu ingin menarik para pendengar melalui program-program yang disajikan oleh Radio Zenith dan Radio Elisa. Serta kedua Radio tersebut ingin meraih minat pendengar Radio di kota Salatiga agar tetap selalu mendengarkan informasi maupun berita dari siaran kedua Radio tersebut. Kendala yang lainnya menurut penulis adalah Radio yang sifatnya berupa suara (audio), tentunya memiliki kelemahan dalam siarannya. Pendengar tidak dapat melihat secara langsung, karena Radio didalam siarannya menggunakan kekuatan sinyal atau gelombang frekuensi. Namun seperti yang sudah penulis jabarkan serta penulis jelaskan dalam menganalisis temuan penelitian kemudian melakukan pembahasan diatas, tentu kedua Radio tersebut memiliki cara tersendiri dalam kelemahan tersebut, maupun kendala yang terjadi. Perbedaan dan persamaan diatas merupakan perbandingan dari kedua Radio tersebut melalui program “Salatiga Bergoyang” dan “Leyeh-Leyeh” agar penulis dapat menjelaskan secara lebih terperinci.

Radio Zenith dan Radio Elisa dalam programnya “Salatiga Bergoyang” dan “Leyeh-Leyeh” memiliki peran sebagai wadah dalam penyampaian pesan serta informasi melalui penyiaran yang mengandalkan dalam bentuk suara (audio). Kedua Radio sama-sama melakukan siaran melalui program andalan mereka masing-masing agar dapat memikat para pendengar serta mengupayakan dalam meraih minat pendengar Radio di Salatiga khususnya. Karena seiring berkembangnya zaman dan teknologi saat ini, Radio semakin kurang banyak diminati oleh masyarakat. Meski didalam siarannya terdapat kendala maupun masalah yang dihadapi, Radio Zenith dan Radio Elisa dapat mengatasi kendala dengan secara profesional.

Berdasarkan 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 3.4 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	30 tahun ke atas
6.	Sapaan Pendengar	Zenither	Sahabat Elisa
7.	Media Pendukung Siaran	Sms, Telepon, dan Bigo Live	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.

C. Analisis Kekuatan dan Kelemahan

Sebelumnya penulis telah menelaah tentang radio Zenith dan radio Elisa didalam melakukan perancangan program serta bagaimana strategi kreatif dari kedua radio tersebut dalam program “Salatiga Bergoyang” dan “Leyeh-Leyeh”. Kemudian sub bab selanjutnya penulis telah membahas dan merincikan lebih dalam tentang kreatif perancangan dari kedua program tersebut, kreatif waktu siaran, kreatif konten, kreatif penyiar dalam siaran, kreatif media dalam siaran, karakteristik pendengar radio dan kreatif pengarah acara (*program director*).

Selanjutnya penulis ingin menjabarkan tentang bagaimana peluang dan hambatan yang dihadapi oleh Radio Zenith dan Radio Elisa dalam meraih minat pendengar radio di Salatiga. Agar dapat mempermudah dalam melakukan penjabaran, 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.

1. SWOT Radio Zenith

a. *Strenght*

1) Program Salatiga Bergoyang

Persaingan dalam penyiaran radio merupakan salah satu ancaman bagi radio Zenith dan radio Elisa. Hal yang dapat dilakukan yaitu bertahan dengan mempertahankan melalui perancangan program yang berkualitas. Melalui persaingan melalui program, tentunya dapat membuat salah satu stasiun radio untuk berkembang dan termotivasi didalam perancangan program yang lebih baik agar dapat meraih minat pendengar radio di Salatiga khususnya. Radio Zenith melalui programnya “Salatiga Bergoyang” dalam usahanya meraih minat pendengar radio di Salatiga sudah cukup baik. Melalui pemilihan segementasi pendengar semua kalangan atau umur serta pemilihan program tersebut dalam tren, tentunya membuat radio Zenith mendapatkan peluang lebih banyak dalam usahanya meraih minat pendengar.

2) Peralatan dalam siaran Radio Zenith

Stasiun radio tentunya memiliki alat pendukung didalam siarannya agar dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan dapat berinteraksi dengan baik oleh para pendengarnya. Peralatan radio Zenith yang digunakan dalam siarannya yaitu, mixer , mic, komputer, headphone, dan handphone. Sebagai fungsinya, mixer untuk mengatur volume suara penyiar ketika masuk setelah iklan maupun ketika saat berinteraksi dengan pendengar. kemudian mic, merupakan alat yang berfungsi sebagai alat penyalur suara dari penyiar.

Komputer digunakan untuk mengoperasikan jalannya suatu program serta untuk menyusun iklan dan lagu yang diputar sesuai dengan request para pendengar radio Zenith. Headphone berfungsi untuk mendengarkan siaran tersebut serta mengontrol suara ketika siaran dikarenakan radio dalam penyiaran sifatnya yang berupa audio atau suara saja. Handphone berfungsi untuk alat pembantu dalam siaran live streaming melalui media bigo live. Jadi selama siaran, radio Zenith menggunakan alat pendukung seperti handphone untuk mempermudah para pendengarnya yang ingin melihat serta mendengarkan siaran melalui media bigo live. Sedangkan alat yang terpenting dalam siaran adalah pemancar, untuk masalah teknik Radio Zenith memiliki daya pancar maksimum yang diijinkan pemerintah dengan sistem antena vertikal 60 meter dengan radius pancaran 60 km efektif, Radio Zenith memiliki radius pancaran yang meliputi wilayah Salatiga, Ambarawa, Tengaran, Boyolali, Purwodadi, Kopeng, Ungaran, dan Grabag.

b. Weakness

1) Program Salatiga Bergoyang

Dalam setiap stasiun memiliki hambatan atau kelemahan dalam siarannya, seperti radio Zenith dalam melakukan perancangan programnya melibatkan beberapa pihak untuk dapat menyiarkan program tersebut. terlebih ada program yang menjadikan sebagai kelemahan didalam program tersebut. “Salatiga Bergoyang” yang terbentuk karena tren yang sedang terjadi saat ini tidak akan bertahan selamanya, tentunya ini akan menjadi pertimbangan kedepannya bagi radio Zenith dalam melakukan perancangan program selanjutnya jika hanya mengikuti tren yang sedang terjadi saat ini. Program ini dirancang satu tahun yang lalu, artinya radio Zenith melihat dengan apa yang sedang tren dikalangan masyarakat butuhkan.

2) **Penyiar**

Penyiar yang memiliki pengalaman yang lebih serta memiliki wawasan yang luas akan berpengaruh pada siaran. Dalam program ini, radio Zenith memiliki penyiar yang masih muda. Hal ini akan berpengaruh pada masalah internal yang dihadapi ketika penyiar muda untuk bersaing dengan penyiar radio yang berada di Salatiga yang sudah berpengalaman sebelum mereka ada.

3) **Lokasi**

Radio Zenith dulunya berada disebuah rumah yang terdapat di Jl.Osamaliki Salatiga. Namun yang saat ini terjadi, radio Zenith berpindah alamat berada di ruko pancasila Salatiga. Berpindahnya lokasi tentunya menjadikan radio Zenith untuk beradaptasi kembali dengan tempat yang baru agar dapat membaaur dengan para pendengar mereka. Jangkauan dari sebelumnya tidak merubah alat pemancar dalam menyalurkan siaran mereka, akan tetapi tentu masyarakat akan mempertanyakan tentang berpindahnya lokasi yang berawal dari rumah ke tempat rumah dan toko (ruko).

c. **Opportunity**

1) **Tren**

Dalam perancangannya program “Salatiga Bergoyang”, radio Zenith sangat dapat melihat apa yang pendengar kota Salatiga inginkan. Terbukti dengan tren yang saat ini terjadi adalah lagu dangdut yang sedang diminati oleh semua kalangan. Bukan berarti dahulu tidak diminati, namun pada jaman dahulu yang meminati lagu dangdut adalah orang dewasa dan orang tua. Ini lah alasan yang menjadikan program “Salatiga Bergoyang” ini muncul. Dan program ini baru memulai satu tahun yang lalu, dimana terbukti dengan melihat apa yang masyarakat kota Salatiga inginkan serta melihat tren yang sedang terjadi, tentu ini menjadikan kesempatan bagi radio Zenith untuk memenuhi kebutuhan masyarakat kota Salatiga melalui penyiaran suara (radio) yang salah satu fungsinya sebagai media hiburan.

2) **Media Bigo Live**

Media sosial saat ini sudah sangat banyak dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan para pengguna media sosial. Seperti Bigo Live, aplikasi ini memiliki fitur untuk live streaming bagi penggunanya (*users*). Melalui aplikasi inilah, radio Zenith akan mendapatkan peluang dalam meraih minat pendengarnya dikarenakan pengguna Bigo Live di Indonesia sangatlah banyak, mulai dari

kalangan remaja hingga orang dewasa hampir menggunakan aplikasi ini baik untuk *live streaming* (siaran langsung) diri sendiri maupun untuk melihat seperti radio Zenith ketika penyiar siaran. Hal ini akan sangat mempermudah bagi para pendengar maupun penyiar sebagai alat tambahan pendukung dalam siaran maupun berinteraksi dengan para pendengar melalui aplikasi ini. selain itu juga agar dapat mempermudah ketika para pendengar mengakses radio Zenith melalui media Bigo live dimanapun mereka berada tanpa harus menggunakan radio.

d. Threat

Hambatan merupakan kendala yang tidak dapat diduga kapan terjadinya, seperti listrik mati dari PLN atau bencana alam seperti gempa, banjir, atau longsor. Seperti halnya listrik mati, radio Zenith mengatasinya dengan menggunakan jenset yang dapat meminimalisir kejadian tersebut. sedangkan untuk hambatan atau kendala bencana alam memang tidak dapat dihindarkan, kapan terjadi dan dimana itu terjadi. Salatiga kota yang termasuk dataran tinggi. Sehingga kemungkinan tidak akan terjadi banjir, dan kota Salatiga jarang ditemukan longsor.

Selain hal teknis maupun bencana alam, pendatang baru seperti adanya stasiun radio baru di kota Salatiga tentunya akan menjadi ancaman bagi radio Zenith dalam bersaing melalui penyiaran.

Tabel 3.5 SWOT Strategi Program 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 penggunaannya		

2. SWOT Radio Elisa

a. *Strenght*

1) **Program Leyeh-Leyeh**

Radio Elisa dalam programnya “Leyeh-Leyeh” memiliki nilai tersendiri bagi para pendengarnya yang setia. Seiring berjalanya waktu yang mendekati 8 tahun lebih, radio Elisa melalui program “Leyeh-Leyeh” ini tentu lebih memiliki pengalaman yang sudah cukup banyak serta memiliki pendengar yang setia tentunya. Program ini memang tidak untuk semua kalangan atau umur, akan tetapi program tersebut hingga saat ini masih ada dan bertahan dengan baik tanpa merubah konsep dari program tersebut yang ingin melestarikan budaya jawa melalui program “Leyeh-Leyeh”. Setidaknya program ini sudah berjalan kurang lebih sudah 8 tahun yang tentunya menjadikan radio Elisa dalam program “Leyeh-Leyeh” sudah dikenal oleh publik dari dulunya.

2) **Peralatan dalam siaran Radio Elisa**

Layaknya stasiun radio pada umumnya, Radio Elisa didalam siarannya menggunakan beberapa peralatan untuk mendukung siaran programnya. Di dalam kabin terdapat Komputer, Mixer, Mic, Telepon On-air, Equalizer, dan Headphone. Sedangkan untuk keperluan studio rekaman, Radio Elisa memiliki peralatan seperti Komputer, Speaker Aktif, dan Mic. Radio Elisa menempati frekuensi 103.9 Mhz dengan kanal 164, untuk jangkauannya adalah kota Salatiga dan sekitarnya seperti Kab.Semarang (Ambarawa, Bawen, Karangjati), Jepara, Kudus,

Demak. Untuk mengatasi hal-hal yang tidak dapat dihindari secara teknis, Radio Elisa memiliki jenset berukuran besar yang dapat mengantisipasi masalah teknis ketika mati lampu.

b. *Weakness*

1) Program “Leyeh-Leyeh”

Dalam hal ini, radio Elisa memiliki keterbatasan pendengar, karena tidak semua orang akan mendengarkan lagu Campursari, selera setiap orang dalam memiliki genre musik pastinya berbeda-beda. Hal ini tentunya akan menjadi pertimbangan bagi radio Elisa dalam mengantisipasi dalam program ini agar dapat bertahan serta diminati oleh pendengar sesuai segmentasi pendengarnya. Hal ini akan sangat berpengaruh pada radio Elisa untuk meraih minat pendengarnya melalui program “Leyeh-Leyeh”.

2) Teknologi

Seiring berjalanya waktu, teknologi saat ini berkembang sangat pesat. Hal yang paling dapat dirasakan adalah ketika semua orang dapat mengikuti perkembangan teknologi. Seperti media sosial ataupun aplikasi dalam media penyiaran. Dikarenakan segmentasi pendengarnya adalah orang tua dan 30 tahun keatas, radio Elisa menggunakan media Sms dan Telfon. Tentunya hal ini akan sangat berpengaruh pada radio Elisa didalam persaingan penyiaran dengan radio lainnya yang mengikuti perkembangan teknologi agar membantu dalam siarannya serta dapat mendatangkan pendengar yang ingin dicapainya. Dalam hal menggunakan teknologi sebagai alat pembantu dalam siaran radio.

c. *Opportunity*

Dengan adanya program “Leyeh-Leyeh” Campursari, tentunya bagi para penikmat lagu Campursari akan sangat terbantu dengan adanya program ini. Radio Elisa sebagai wadah yang mempersatukan para penikmat lagu Campursari melalui radio Elisa. Musik Langgam adalah sebuah adaptasi musik keroncong terhadap gamelan jawa, atau bentuk adaptasi musik keroncong kedalam idiom musik tradisional Jawa khususnya gamelan yang disebut dengan "Langgam Jawa" yang sangat di kenal oleh masyarakat jawa. Dengan adanya program ini tentunya para penikmat Campursari dapat dipermudah oleh Radio Elisa melalui program “Leyeh-Leyeh”.

d. Threat

Adanya pendatang baru dalam siaran tentunya juga menjadi ancaman bagi radio Elisa didalam bisnis penyiaran suara (audio). Hal ini tentunya menjadikan pertimbangan Radio Elisa untuk selalu siap bersaing melalui program yang bermutu serta agar dapat selalu mempertahankan kualitas Radio Elisa dalam penyiarannya.

Tabel 3.6 SWOT Strategi Program 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			
e. Program ini sudah berjalan 8 tahun			

D. Refleksi Teoritik

Salah satu tujuan yang terdapat pada Radio Zenith dan Radio Elisa adalah sebagai sarana hiburan bagi masyarakat di kota Salatiga. Dengan adanya siaran dari kedua radio tersebut diharapkan agar dapat menghibur masyarakat melalui siaran program yang berkualitas. Sesuai dengan apa yang penulis tulis pada bab kerangka pemikiran yaitu fungsi radio sebagai media hiburan. Masyarakat di kota Salatiga dalam kesehariannya memiliki pekerjaan yang berbeda-beda. Tidak semua orang dapat mendengarkan radio siaran yang terdapat di Salatiga, akan tetapi tidak sedikit pula orang yang mendengarkan siaran radio sebagai pengisi waktu senggang ketika orang-orang istirahat kerja maupun pulang setelah kerja.

Radio Zenith melalui siaran programnya “Salatiga Bergoyang” berharap agar masyarakat di kota Salatiga dapat menikmati lagu dangdut melalui siaran radio Zenith. Sedangkan radio Elisa melalui programnya “Leyeh-Leyeh” Campursari berharap agar dapat menghibur masyarakat yang khususnya bagi para penikmat lagu Campursari. Dikarenakan tidak semua orang menyukai lagu Campursari, kemungkinan besar masyarakat di kota Salatiga masih banyak yang mendengarkan lagu Dangdut dari pada lagu Campursari. Namun pada tujuan utamanya dari kedua radio tersebut adalah sebagai sarana hiburan bagi masyarakat di kota Salatiga khususnya.

Secara teoritik, terdapat pertautan yang menarik antara strategi program yang dilakukan oleh radio Zenith dan radio Elisa dengan perspektif sosiologis atau antropologi. Koentjaraningrat (2015: 165) mengatakan:

“Terdapat tujuh unsur yang dapat disebut sebagai isi pokok dari tiap kebudayaan di dunia, yakni bahasa, sistem pengetahuan, organisasi sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem mata pencaharian hidup, sistem religi, dan kesenian.”

Dua dari tujuh unsur kebudayaan tersebut diantaranya bertautan dengan program dari Radio Zenith dan Radio Elisa, dua unsur itu yakni bahasa dan kesenian.

Budaya Jawa tradisional menyarankan kaidah bahasa yang bertingkat dalam ragam percakapan antara langgam bahasa Jawa satu dengan lainnya. Sebagai contoh, penggunaan bahasa kromo (halus) dan ngoko (biasa) memiliki perbedaan ketika seseorang melakukan percakapan dengan lawan bicaranya. Seperti yang dilakukan oleh radio Elisa dalam siaran program “Leyeh-Leyeh” (Campursari). Penyiar berinteraksi dengan para pendengar menggunakan bahasa Jawa Kromo (halus) dikarenakan penyiar menghormati orang yang lebih tua.

Dalam keseharian apapun bahasa Jawa Kromo (halus) digunakan dengan lawan bicara yang lebih tua dari kita. Sedangkan bahasa Ngoko (biasa) dalam sehari-hari digunakan dengan orang yang seusia dengan kita atau orang yang lebih muda dari kita, maupun dengan orang yang sudah kenal dekat dengan kita. Dalam konteks penyiaran hiburan yang dilakukan oleh radio Elisa melalui ragam sapaan, serta penggunaan bahasa Kromo (halus) merupakan cerminan dari sistem nilai masyarakat Jawa yang menempatkan partisipan sebagai subjek-subjek yang harus dihormati.

Musik merupakan bagian dari seni dengan unsur utamanya adalah suara, seperti suara manusia atau suara musik. Lagu dangdut maupun Campursari merupakan bagian dari seni musik yang mayoritas pendengarnya adalah masyarakat Jawa. lagu dangdut memiliki beberapa jenis, seperti Dangdut Klasik, Dangdut Rock, Dangdut Keroncong, Dangdut Koplo, dan sebagainya.

Dalam perkembangannya, lagu dangdut yang banyak diminati oleh masyarakat Jawa adalah musik dangdut koplo. Selain dikarenakan lirik atau syair dari lagunya menggunakan bahasa Jawa, suara gendang dan alunan musik membuat para pecinta maupun penikmat dangdut merasakan ingin bergoyang. Di kota Salatiga sendiri, terdapat group dangdut yang legendaris, yaitu Ken Arok. Tentunya dengan adanya Ken Arok ini akan menjadi salah satu icon dari kota Salatiga bahwa masyarakatnya banyak yang menyukai lagu dangdut, terbukti dengan adanya group dangdut Ken Arok yang sudah memiliki pengalaman dalam hiburan melalui musik dangdut.

Ditinjau dari konteks penyiaran hiburan yang dilakukan oleh Radio Zenith melalui program “Salatiga Bergoyang” dengan konten siarannya adalah musik dangdut merupakan cerminan dari sistem nilai masyarakat Jawa yang menempatkan para pendengarnya sebagai masyarakat yang menyukai lagu dangdut.

Radio Zenith dan radio Elisa memiliki langkah masing-masing dalam melakukan perencanaan programnya agar dapat meraih minat pendengar melalui kreatif strategi program dari kedua radio tersebut. didalam perencanaan suatu program mencakup pemilihan format serta isi program yang dapat menarik serta memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang pendengar inginkan melalui sasaran tujuan segemntasinya. Perencanaan suatu program menuntut untuk selalu mencangkupi dalam hal inovasi dan kreativitas.

Menurut Morissan, (2011: 273) stretegi kreatif program dapat ditinjau dari manajemen strategi program siarannya terdiri dari, perencanaan program, produksi program, eksekusi program, dan pengawasan serta evaluasi program. Howard Gough

menjelaskan panduan yang dapat dijadikan dalam perencanaan siaran yaitu waktu, penyiaran, penempatan, dan publisitas.

Radio Zenith dan Radio Elisa melalui program siaran dalam perencanaan siarannya sudah dapat menempatkan waktu yang sesuai dengan yang diharapkan agar dapat sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Program “Salatiga Bergoyang” dan “Leyeh-Leyeh” siaran pada hari senin-sabtu. Sedangkan dalam jam siarannya dan durasi waktunya berbeda, dikarenakan segmentasinya pendengarnya yang berbeda. Penempatan waktu dalam siaran tentunya sangat berpengaruh kepada pendengar. dikarenakan kedua radio tersebut dalam programnya yang menyesuaikan dengan pendengar, bukan sebaliknya.

Seperti program “Leyeh-Leyeh” (Campursari) yang segmentasi pendengarnya adalah kelas menengah kebawah yang mayoritas adalah para pekerja, tentunya pemilihan waktu pada pukul 14.00-16.00 merupakan waktu yang pas untuk para pekerja seperti karyawan PT.Damatex textile Salatiga yang pergantian jam karyawannya pada pukul 14.00. selain itu juga para pedagang sayur mayur dipasar, pedagang lainnya yang berjualan pada pagi hari, maupun orang-orang yang pekerjaannya menengah kebawah serta pada jam-jam tersebut sudah berada dirumah untuk istirahat, seperti mendengarkan siaran program radio Elisa “Leyeh-Leyeh” (Campursari). Begitupula yang dilakukan oleh radio Zenith dalam penempatan waktu program “Salatiga Bergoyang” yang dijadwalkan sesuai dengan segmentasinya. Dikarenakan kategori pendengarnya adalah semua umur, radio Zenith dalam memilih penempatan waktu pada pukul 06.00-09.00 pagi dan 21.30-23.00.

Didalam produksi program, terdapat seorang program director yang memiliki tugas sebagai perancangan program yang dikemas secara menarik agar dapat meraih pendengar. Seorang program director memiliki ide-ide kreatif didalam perancangan programnya, sehingga berpengaruh baik untuk stasiun radio dan bagi pendengar nantinya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebelumnya peneliti memilih objek penelitian pada Radio Zenith dengan program “Salatiga Bergoyang” dan Radio Elisa dengan program “Leyeh-Leyeh” (Campursari). Kedua program tersebut merupakan program siaran unggulan dari masing-masing radio, oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dari kedua radio tersebut. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan dalam bab sebelumnya dapat ditarik dalam kesimpulan sebagai berikut :

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 memutarakan 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.

Nilai kekuatan dan kelemahan dari strategi serta kreatif program dari radio Zenith dan radio Elisa dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Dimensi kekuatan dan kelemahan radio Zenith

Radio Zenith memiliki beberapa kekuatan dalam program “Salatiga Bergoyang” yakni : program tersebut merupakan hasil dari tren yang sedang dibutuhkan oleh pendengar atau masyarakat serta segmentasi pendengarnya semua kalangan atau umur, memiliki penyiar yang masih muda sesuai dengan segmentasi program ini, peralatan yang mendukung dalam siaran, dan penggunaan media Bigo Live sebagai pendukung dalam siaran agar dapat meraih minat pendengar selain dari frekuensi radio. Selain itu pemilihan penggunaan bahasa Indonesia agar mudah dipahami oleh para pendengar dari luar kota Salatiga ketika siaran.

Kemudian kelemahan yang terdapat pada radio Zenith yakni Media Siaran Bigo Live, penggunaannya tidak dapat memastikan untuk menambah atau meraih pendengar melalui siaran streaming ini. Di karenakan Bigo Live harus di download melalui handphone yang dimana membutuhkan kuota

yang membutuhkan biaya atau jaringan internet seperti wifi agar dapat dinikmati para pendengar.

b. Dimensi kekuatan dan kelemahan radio Elisa

Radio Elisa memiliki beberapa kekuatan dalam siaran programnya “Leyeh-Leyeh” (Campursari), yakni : program ini sudah ada sekitar 8 tahun yang lalu, artinya program ini dapat bertahan karena antusias pendengar yang masih banyak mendengarkan program “Leyeh-Leyeh”(Campursari). Memiliki penyiar yang sudah profesional serta memiliki pengalaman bertahun-tahun dalam siaran program ini menjadikan radio Elisa memiliki brand image. Selain itu juga akan mudah dalam meraih keuntungan dari pengiklan. Program ini muncul karena niat baik (good will) dari radio Elisa yang sebagai wadah atau penghubung bagi para penikmat lagu Campursari dan melestarikan budaya Jawa melalui lagu Jawa seperti lagu-lagu Campursari ini.

Disamping itu juga terdapat kelemahan yang ada pada radio Elisa, yakni keterbatasan pendengar karena segmentasi pendengar program ini adalah orang tua dan orang yang berumur 30 tahun keatas. Selain itu, karena semua orang tidak menyukai lagu Campursari dibandingkan dengan lagu dangdut, tentunya ini akan menjadikan kelemahan bagi radio Elisa.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan memiliki keterbatasan, diantaranya yaitu objek hanya dua radio, sehingga kesimpulannya terbatas pada dua radio itu saja. Sementara masih banyak radio yang berada di kota Salatiga yang belum diteliti. Keterbatasan lainnya adalah dari beberapa narasumber penelitian yang terbatas dan tidak semua terbuka dalam memberikan data untuk kepentingan penelitian penulis. Selanjutnya adalah peneliti hanya melakukan penelitian dua program dari masing-masing radio, sedangkan setiap satu stasiun radio terdapat banyak program yang masih bisa dilakukan sebagai penelitian. Kemudian dalam penelitian ini penulis menggunakan metode studi kasus atau fenomenologi. Metode tersebut sering dipersoalkan dari segi validitas, reliabilitas dan generalisasi.

C. Saran

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

1. Bagi penelitian 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

- Amaliah, Rizki. (2013). "Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Fajar FM Makassar dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan." Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Anjarsari, Gita Ekowati. (2012). "Strategi Produksi Program (SLAGI ADA) di 97.5 Motion Radio." Skripsi Sarjana, Fakultas Komunikasi dan Multimedia Universitas Bina Nusantara, Jakarta.
- 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
- Fattah, Abdurrahman (2013). "*Perancangan Sistem Informasi Pelanggan Berbasis SMS Gateway pada PT. Jamsostek (Persero) Cabang Madura.*" Skripsi Sarjana, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, Surabaya.
- Jamalus, Busroh. (1988). *Pengajaran musik melalui pengalaman musik*. Jakarta: Proyek Pengembangan Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan.
- Koentjaraningrat. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- 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.

- PT. RADIO EL SHADDAI NUSANTARA JAYA PERKASA (ELISA FM).
Formulir Permohonan Izin Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta. Semarang, 2015.
- 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.
- Priastuti, Esti. (2010). "Karakteristik Pemakaian Bahasa dalam Iklan Komersial di Radio." Skripsi Sarjana, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Public Relations & 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.
- Soedarsono, R.M. (2001). *Metodologi Penelitian Seni Pertunjukan dan Seni Rupa*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.
- 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.
- Triyono. (2010). "Strategi Radio Global FM dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar." Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Wati, Alif Wiji Prahara. (2011). "Strategi Radio Komunitas Islam dalam Memperoleh Simpati Pendengar (Studi pada Radio Dais 107.9 FM)." Skripsi Sarjana, Jurusan

Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, Semarang.

Wati, Tri Dewi MI. (2013). “Strategi Penyiaran Program Acara (SEMARAKARTA) di Radio Swara SLENK FM 92,5 mhz (Studi Deskriptif) Kualitatif tentang Strategi Penyiaran Radio Swara SLENK FM dalam Program Acara “Semarakata” terhadap minat dengar masyarakat kota Solo.” Skripsi Sarjana, Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.

Artikel di Internet :

“Radio Zenith Salatiga”

<http://www.cppradionet.com/zenithfm/profile.html>, (akses 10 Juli 2017).

“Kordspirasi: Macam-Macam Genre Dangdut

“<https://www.kordspirasi.com/artikel/macam-macam-genre-dangdut-saat-ini.html>,(akses 22 november 2017, disusun oleh: Kordspirasi.com).

“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).

“Kompasiana: Campursari”

https://www.kompasiana.com/affa88/campursari-is-the-music-of-my-country_54fffd1aa333117b6f50f84a, (diakses 22 november 2017, disusun oleh: Affa 88).

“Pakar Komunikasi: Peralatan Teknologi informasi dan Komunikasi”

<https://pakarkomunikasi.com/peralatan-teknologi-informasi-dan-komunikasi>, (diakses pada 27 november 2017, disusun oleh: Pakar Komunikasi.com).

“Broadcast: Prinsip Penyiaran Radui”

<https://www.slideshare.net/broadcastsmknpungging/prinsip-penyiaran-radio>, (diakses pada 27 november 2017, disusun oleh: Zainul Arifin, S.Kom).

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Radio Zenith

Reyna , Program Director & Penyiar Radio Zenith FM Salatiga

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana cara radio zenith di dalam menyusun suatu program siaran ?	Dalam menyusun program siaran sebelumnya harus di tentukan target audiensnya, kemudian menyiapkan materi apa saja yang akan menjadi konten acara tersebut dan apakah acara tersebut bisa terjaga kontinuitasnya dan menentukan nama acara.
2.	Program siaran apa yang menjadi unggulan di radio zenith ? dan mengapa program tersebut menjadi unggulan di radio zenith ?	program unggulan kita saat ini adalah salatiga bergoyang, karena akhir akhir ini lagu dangdut bukan lagi menjadi favorit kalangan menengah kebawah tapi menjadi favorit semua orang.
3.	Apakah dalam menyusun suatu program siaran untuk radio zenith ada kajian/riset/survei tersendiri sebelum menyusun suatu program ? Jika ada bagaimana cara melakukannya, dan jika tidak bagaimana cara melakukannya ?	kita hanya melihat apa yang lagi tren di masyarakat. Yang di maksud melihat yang lagi tren di masyarakat ini misalnya, sekarang ini kan lagi tren lagu dangdut. Lagu dangdut yang nobene kemarin kemarin hanya di sukai orang tua, atau kalangan menengah ke bawah, sekarang ini hampir semua orang menyukai music dangdut. Nah untuk itu kita juga membuat acara Salatiga Bergoyang yang memutar lagu lagu dangdut. Ini bertujuan agar mereka yang dulu tidak suka mendengarkan radio zenith jadi tertarik untuk dengerin zenith. Selain itu juga untuk menarik pengiklan yang segment produknya pas dengan target pendengar acara tersebut.

4.	Untuk menyusun suatu program siaran, siapa sajakah yang terlibat di dalam menyusun program tersebut ?	All Crew bagian program. Didalam Sebuah radio itu terbagi menjadi dua bagian yaitu bagian Marketing dan Bagian program. Yang termasuk bagian program tersebut adalah, manager program yang bertugas mengontrol program acara yang ada di station supaya berjalan dengan baik dan penyiar sebagai eksekutornya, yang harus menjalankan program acara dengan baik, sehingga dapat diterima pendengar dan menarik perhatian pengiklan untuk beriklan di radio.
5.	Dalam menyusun sebuah program siaran, apakah cukup dilakukan di dalam ruang produksi atau ada cara lain agar mendapatkan hasil yang sesuai maupun yang di inginkan ?	kalau program tersebut membutuhkan statment dari pihak lain , misal penjelasan dari pejabat, maka kita akan hunting untuk itu.
6.	Bagaimana cara penyiar ketika membawakan suatu program agar pendengar tertarik ?	Style harus menyesuaikan target audiens, harus You and me, atau lebih dekat dengan pendengar seolah mereka ada dihadapan kita. menyiapkan kata2 yang menarik perhatian, misal pantun, kata kata bijak dll.
7.	Kapan jam siaran unggulan radio zenith ? mengapa waktu tersebut menjadi jam unggulan bagi radio zenith ?	jam 06.00-09.00 pagi dan kam 21.30 - 23.00 kenapa kita ambil jam pagi, karena jam2 tersebut mereka masih bisa menikmati acara kita sebelum bekerja dan setelah bekerja
8.	Alat apa saja yang digunakan radio zenith untuk mendukung di dalam siaran ?	mixer, komputer, hp untuk live Bigo dll. standart untuk sebuah radio.

9.	kendala apa yang pernah terjadi ketika siaran? Dan bagaimana cara penyiar mengatasinya ?	Kendalanya paling kalau tiba2 komputer mati, tapi kita ada cadanganya jadi tinggal ganti
10.	Makna apa yang di dalam jingle radio zenith ? (97.point 2 zenith fm, sobat setia untuk hidup lebih ceria)	ya, kita ingin menjadi sahabat yang paling setia, selalu ada dimanapun mereka berada dan menjadikan hidup mereka lebih ceria.
11.	Apakah untuk program salatiga bergoyang termasuk salah satu program yang di buat karena tren? Jika iya kenapa, dan jika tidak apa alasanya ?	Iya, karena kita emang melihat selera pasar. Dan saat ini music dangdut kita lihat begitu diminati, bukan hanya orang tua tapi juga anak kecil pun hafal dengan lagu lagu dangdut.
12.	Bagaimana cara penyiar didalam pembawaan program salatiga bergoyang tersebut ?	harus bisa mengikuti perkembangan lagu dangdut, tahu slenk2 atau joke2 dangdut.Slenk2 dangdut itu misalnya sengg'aan saat memutar lagu dangdut, misalnya.. <i>yo goyang sak polle, hokya hokya</i> , dan lain sebagainya,
13.	Mengapa di dalam pembawaannya menggunakan bahasa indonesia ?	karena bahasa indonesia adalah bahasa persatuan, jadi bisa di pahami semua pihak, karena kita live di bigo yang notabene penonton mungkin juga dari luar daerah.
14.	Sejak kapan program salatiga bergoyang mulai di siarkan ?	Kurang lebih satu tahun yang lalu

15.	Apa yang menjadikan alasan di dalam program salatiga bergoyang, segmentasi respondenya orang tua dan middle ?	karena yang kebanyakan suka lagu dangdut adalah irang tua atau midle low, walaupun kenyataanya serang lagu dangdut sudah di sukai semua kalangan.
16.	Mengapa didalam program salatiga bergoyang lagu dangdut sebagai pilihan lagunya ?	ya karena lagu dangdut yang indentik dengan goyang.
17.	Apa alasan dalam program siaran salatiga bergoyang menggunakan bigo live sebagai sarana dalam request lagu dan menyampaikan salam-salam bagi pendengar ? apakah ada kelebihan jika menggunakan bigo live dari pada media sosial lainnya seperti facebook maupun twitter ?	bukan hanya salatiga bergoyang tapi sepanjang kita live menggunakan bigo, supaya lebih banyak orang yang bisa menikmati siaran zenith.kenapa kita pilih bigo? kerana untuk twitter dan Fb kurang tren untuk siaran live.
18.	Sedangkan di dalam program tersebut juga terdapat “ headline news “, apa yang menjadikan alasan di dalamnya ?	Untuk menambah value siaran.dan info yang di berikan berbeda konten.

Lampiran 2. Transkrip Wawancara Radio Elisa

Sony, Program Director dan Penyiar Radio Elisa FM Salatiga

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana cara radio elisa di dalam menyusun suatu program siaran ?	“Program secara keseluruhan itu dulu ada surveinya, terus juga melihat kompetitor. Karenakan sudah ada radio sebelumnya, jadi kita liat kompetitornya mereka itu bikin acara apa aja sih ? dari situ kita juga di petakan, untuk menyesuaikan target pasar, segmentasinya kemana, visi misinya radio ini untuk siapa ,pendengar pendengarnya siapa itu kan nanti di sesuaikan lagi”.
2	Program siaran apa yang menjadi unggulan di radio elisa ? dan mengapa program tersebut menjadi unggulan di radio elisa ?	“Kalau program unggulan itu ada beberapa, seperti program leye-leye ini parameternya itu dari banyaknya jumlah telfon masuk, sms masuk, dan iklan yang masuk. Tiga hal itu berkaitan, kalo telfon masuk, sms masuk, pendengar aktif banyak, kemudian iklan akan juga banyak masuk di situ”
3	Untuk menyusun suatu program siaran, siapa sajakah yang terlibat di dalam menyusun program tersebut ?	“Yang terlibat di sini jelas program director, program director bisa di bilang dia pihak yang sangat konser untuk menyusun programnya. Baru nanti di sosialisasikan ke temen-temen penyiar yang akan pegang acaranya sekaligus kepada station managernya. Jadi di sini station manager sifanya untuk mengetahui dan menyetujui. dan rancang programnya tetep yang memegang program directornya”.
4	Dalam menyusun sebuah program siaran, apakah cukup dilakukan di dalam ruang produksi atau ada tempat lain agar mendapatkan hasil yang sesuai maupun yang di inginkan ?	“Kalau nyusun program itu, jadi ruang produksi itu digunakan lebih ke teknis untuk rekaman, jadi ini ruang produksi, alat-alat ini semua untuk rekaman. Untuk menyusun acara itu cuman di tulis saja, kemudian di deskripsikan program ini untuk siapa, segmentasinya kemana, juga jam berapa, jam

		berapa siaran, siapa yang pegang acaranya, terus juga kontennya itu apa saja.”
5	Alat apa saja yang digunakan radio elisa untuk mendukung di dalam siaran ?	”Komputer, mixer, microphone itu pasti, pemancar jelas, tower, ya peralatan standart lah, untuk yang mendukung siaran pasti ya itu”
6	kendala apa yang pernah terjadi ketika siaran? Dan bagaimana cara penyiar mengatasinya ?	“Kalau kendala waktu siaran itu sebenarnya, paling hal-hal teknis semacam, ada yang rusak di mixernya, atau komputernya lagi error, atau mungkin juga software untuk terima sms juga lagi error, kalau teknis seperti itu, tapi sejauh ini memang menghandel masalah-masalah itu bisa saja diatasi karena ada teknisi khususnya. Terus kalau masalah-masalah yang lain tidak ada, karena penyiarinya sudah expert untuk memegang acaranya.”
7	Untuk program leye-leyeh, strategi seperti apa yang terdapat dalam program leye-leyeh (campursari) di radio elisa ?	“Jadi yang perlu di ketahui sebenarnya program leye-leyeh ini sudah siaran lebih dari 7 tahun acara ini bahkan bisa di bilang hampir menyentuh 10 tahun, jadi ini sudah lekat banget sama pendengar. Promosinya bisa di bilang semua pendengar radio tau lah kalau program ini milik radio elisa. Bisa di bilang ini masuk di (prime time)nya radio. Kata kuncinya memang di (primetime)nya itu, pendengarnya banyak, smsnya banyak, iklannya juga banyak, karena sekali lagi pemasangan iklan itu terpengaruh juga dari seberapa banyak sih yang dengerin, karena semakin banyak yang mendengarkan, otomatis juga pemasangan berfikir, “oh iklanku banyak yang mendengarkan berarti”, logikanya berbanding lurus.”
8	Mengapa program leye-leyeh (campursari) sebagai pilihan program radio elisa ?	Jadi karena leye-leyeh ini pemikiran pada mulanya menghidupkan atau melestarikan kearifan lokal, terus juga selain sebagai sarana hiburan, juga sebagai sarana perekat komunitas orang-orang jawa di salatiga

		<p>sebenarnya. Jadi bagaimana apresiasi masyarakat terhadap kebudayaan jawa, salah satunya kan melalui lagu-lagu jawa itu sendiri salah satunya. Dan radio elisa dalam hal ini memfasilitasi mengakomodir hal itu supaya istilahnya, nguri-nguri kebudayaan jawinya tetep ada. Salah satunya lewat radio itu, kenapa di radio elisa ini membuat acara program ini juga.</p>
9	<p>Mengapa di dalam pembawaan acara tersebut menggunakan bahasa jawa halus ?</p>	<p>“Karena kita sesuaikan dengan acaranya, lagunya bahasa jawa, kembali lagi ke konsep mengedepankan kearifan lokal, itu logis, jika kita menggunakan bahasa jawa, lagunya juga bahasa jawa, karena itu lebih jauh cocok, kalau kita menggunakan bahasa indonesia, agak (njeglek) “merosot/aneh”. Kita ngomong kebudayaan jawa , tapi kok menggunakan bahasa indonesia.”</p>
10	<p>Apa alasan program leyeh-leyeh di siarkan pada hari senin-sabtu ?</p>	<p>“Acara ini jadi rutin karena banyak yang mendengarkan, terus “kontinuitas” (kelangsungan/kelanjutan atau kesinambungan) karena juga iklanya mintanya untuk di putar setiap hari terus, karena sekali lagi pemasangan iklan juga tau jika ratingnya bagus, jadi inilah mengapa di putar setiap hari dari senin-sabtu. Seperti sinetron jika bagus, pasti pemutarannya setiap hari bahkan mungkin sehari bisa dua kali.</p>
11	<p>Apa yang menjadikan alasan radio elisa memilih durasi waktu 120 menit di program siaran leyeh-leyeh (campursari) ?</p>	<p>Karenasatu jam itu waktunya sempit, dan tiga jam itu terlalu lama. Sebenarnya para programmer di radio itu kebanyakan memilih waktunya dua jam, kenapa ? karena satu jam terlalu cepat, iklanya juga belum bisa diputar semuanya mungkin, dan tiga jam terlalu lama, orang mungkin sudah bosan untuk mendengarkan lagu dengan genre yang sama selama tiga jam seperti itu. Dua jam adalah waktu yang pas, semua iklan bisa terputar, para penelfon juga bisa masuk, sms juga masuk, semua lagu bisa diputarkan untuk waktu dua jam itu.”</p>

12	Sejak kapan program leyeh-leyeh (campursari) mulai di siarkan ?	“Jadi yang perlu di ketahui sebenarnya program leyeh-leyeh ini sudah siaran lebih dari 7 tahun acara ini bahkan bisa di bilang hampir menyentuh 10 tahun, jadi ini sudah lekat banget sama pendengar. Promosinya bisa di bilang semua pendengar radio tau lah kalau program ini milik radio elisa. Bisa di bilang ini masuk di (prime time)nya radio. Kata kuncinya memang di (primetime)nya itu, pendengarnya banyak,smsnya banyak, iklannya juga banyak, karena sekali lagi pemasangan iklan itu terpengaruh juga dari seberapa banyak sih yang dengerin,karena semakin banyak yang mendengarkan, otomatis juga pemasangan berfikir, “oh iklanku banyak yang mendengarkan berarti”, logikanya berbanding lurus.”
13	Mengapa didalam program leyeh-leyeh lagu campursari sebagai pilihan lagunya ?	Karena melihat segmen pasarnya , mohon maaf pendengar radio itu pada saat ini lebih banyak menengah kebawah secara ekonomi. Secara usia 30 tahun keatas. Nah lagu apa yang disukai oleh kedua segmentasi ini, kemungkinan besar adalah lagu campursari, seperti langgam.
14	Di dalam siaran leyeh-leyeh, penyiar sepertinya sudah hafal dengan suara penelfon, apakah sesering itu para pendengar menelfon sehingga penyiar sudah mengenal dari suaranya ?	“Satu, memang para pendengarnya sering telepon, yang kedua penyair yang interaktif itu memang harus bisa mengenali para pendengarnya. Siapapun itu yang siaran, entah saya (mas sony), mbak ajeng, maupun mbak gendis. Kami bertiga disini penyiar yang lebih banyak konsen dengan para penelfon ,” jadi memang harus dihafali , suara ini itu milik siapa “ ? karena dengan begitu ,kalo orang telfon, kemudian kita penyiarnya sudah tau ini dari siapa, seneng yang telfon. Dia merasa di perhatikan,merasa di anggap, misalkan hari ini si pak A telfon, besok seolah-olah telfon kita lupa oleh suaranya, dia protes , “ lhah kok lali to mas atau mbak karo aku “ , itu hampir terjadi di semua pendengar.”

15	<p>Apa alasan dalam program siaran leyeh-leyeh menggunakan sms dan telepon saja ? apakah ada faktor lainya untuk tidak menggunakan media pendukung lainya ?</p>	<p>“Karena kita melihat siapa yang mendengarkan? Yang mendengarkan orang-orang tua,mohon maaf, hpnya itu tidak secanggih hpnya anak-anak muda, kemudian juga mereka rata-rata tidak bermedia sosial, itu dari sisi pendengarnya. Dari sisi radio, mengutamakan interaksi antara penyiar dengan pendengar lewat telepon, jadi kalau sudah interaktif lewat radio melalui via telepon itu keakrabanya lebih tinggi dibandingkan melalu media seperti whatsapp,twitter maupun facebook. Mungkin mereka punya, tapi mereka justru lebih senang melalui telepon sebenarnya. Pendengar-pendengar itu juga senang bisa ngomong-ngomong sama penziarnya, nah itu contohnya.”</p>
16	<p>Makna apa yang di dalam jingle program leyeh-leyeh (~leyeh-leyeh enaakk tenan~)</p>	<p>“Jadi kita ingin membuat para pendengar itu betul-betul merasakan leyeh-leyeh “bersantai-santai”, makanya diambil waktu jam 14.00-16.00 orang mulai capek, mulai istirahat, mulai pulang kerja, atau di rumah mulai santai, mereka juga ingin merasakan betapa enakya leyeh-leyeh sambil mendengarkan lagu campursari.”</p>