

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Radio adalah alat komunikasi massa yang menggunakan lambang komunikasi yang berbunyi.¹ Suatu pemancar radio yang sedang *in operation* tidak membawa pengaruh apa-apa pada *audiens*/pendengar kalau gelombang-gelombangnya tidak dimuati sesuatu yang berarti seperti sinyal, kata-kata yang diucapkan, maupun nada-nada atau sesuatu yang berirama.

Radio sendiri merupakan media penyiaran tertua di Indonesia. Radio pertama di Indonesia bernama Bataviase Radio Vereniging (BRV) yang dibentuk oleh orang – orang belanda pada 16 Juni 1925. Radio BRV didirikan karena adanya kepentingan mereka untuk mengikuti berita – berita dari pusat di negeri belanda dan dikelola oleh orang – orang dari belanda.² Radio siaran pertama Indonesia yang sepenuhnya milik pemerintah Indonesia yaitu RRI (Radio Republik Indonesia) yang didirikan pada 11 September 1945 setelah kemerdekaan Indonesia diproklamirkan. RRI menggunakan studio bekas Hosokyoku (Radio siaran milik Jepang) sebagai tempat siaran yang ada di delapan kota, yaitu Jakarta, Bandung, Purwokerto, Yogyakarta, Surakarta, Semarang, Malang dan Surabaya.³ Kelahiran RRI tidak sepenuhnya memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyuarakan aspirasinya, karena RRI sendiri dikuasai langsung oleh pemerintah

¹ Moeryanto Ginting Munthe. 1996. *Media Komunikasi Radio*. Jakarta.Pustaka Sinar Harapan. (Hal 93).

² Fred, Wibowo. 2012. Teknik Produksi Program Radio Siaran. Yogyakarta : Grasia Book Publisher. (Hal. 5).

³ Ibid, Hal. 6

terutama Departemen Penerangan dan siarannya hanya memberikan informasi mengenai kebijakan – kebijakan politik di Indonesia. Dalam sejarahnya radio pernah berperan besar mentransmisikan informasi kekuasaan, konflik, dan integrasi di Indonesia, menurut Krishna Sen, seorang profesor dari *Faculty of Art, University of western Australia* mencatat bahwa radio sejak zaman kolonial hingga rezim orde baru selalu dimanfaatkan kepentingan legitimasi kekuasaan.⁴ Radio Swasta baru bermunculan pada masa orde baru tahun 1998 yang bermula dari hobi anak – anak muda di bidang teknis keradioan dan teknologi pemancaran. Namun radio – radio swasta tersebut pada masa orde baru lebih diarahkan pada radio hiburan yang bersifat komersial karena kekhawatiran pemerintah akan siarannya yang akan bersinggungan dengan permasalahan politik, pesan pemerintah serta propaganda.⁵

Radio siaran di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat setelah tahun 1998. Radio siaran berkembang jauh lebih pesat dibanding masa – masa sebelumnya Pada tahun 2002 setidaknya muncul 250 stasiun radio baru yang dikelola individu atau pun kelompok, baik anggota PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia) sebagai organ tunggal perusahaan radio pada masa orde baru, maupun organisasi baru seperti ARSSI (Asosiasi Radio Siaran Swasta Indonesia) atau ARI (Aliansi Radio Independen).⁶

Pada zaman dengan kemajuan teknologi yang pesat ini, radio masih hadir sebagai media informasi massa yang tidak kehilangan eksistensinya di kalangan pendengar setianya, Menurut survei dari Nielsen RAM (*Radio Audio*

⁴ Masduki. 2003. *Radio Siaran dan Demokratisasi*. Yogyakarta : Jendela (Hal. 13)

⁵ Opcit, Hal. 8

⁶ Opcit, hal. 7

Measurement) pada tahun 2016, 38% Penduduk Indonesia di 11 Kota besar di Indonesia (Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Semarang, Surakarta, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Makassar dan Banjarmasin) masih intens mendengar radio dan berdasarkan hasil temuan tersebut 57% dari total pendengar radio adalah Generasi Z dan Millenials atau konsumen masa depan.⁷ Hasil tersebut juga sekaligus membuktikan bahwa pendengar radio bukan hanya melulu dari generasi tua saja namun juga banyak konsumen – konsumen masa depan yang turut serta mendengarkan radio secara intens.

Kesuksesan radio – radio di Indonesia untuk bertahan hingga saat ini juga dibantu oleh adanya kemajuan teknologi. Menurut Survei Nielsen RAM (*Radio Audio Measurement*) tahun 2016, 57% pendengar radio di Indonesia adalah Generasi Z dan Millenials yang mendengar radio melalui *mobile phone*.⁸ Kemajuan teknologi yaitu internet dimanfaatkan oleh radio – radio di Indonesia sebagai sarana untuk melebarkan area siaran yaitu melalui *streaming*, dan ini artinya radio tidak kehilangan akal dengan tantangan – tantangan yang diberikan oleh kemajuan – kemajuan teknologi era ini.

Kemajuan teknologi turut membawa pengaruh bagi perkembangan radio di Indonesia, terutama kemunculan internet yang membantu radio – radio dapat melebarkan area siarannya hingga dapat diakses di seluruh wilayah di Indonesia. Kini hampir seluruh radio siaran di Indonesia memiliki *website streaming* sendiri yang dapat di akses oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun. Dengan munculnya

⁷ www.marketing.co.id (diakses pada 16 Desember 2016)

⁸ Ibid. (diakses pada 16 Desember 2016)

teknologi juga membantu munculnya radio – radio individu kecil yang dikelola oleh sedikit orang saja.

Radio masih bertahan di hati masyarakat bukan tanpa alasan ini karena radio memiliki karakteristik tersendiri yaitu audio atau suara. Audio yang menjadi karakteristik radio ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, karena masyarakat tidak hanya mendengar saja juga namun bisa berimajinasi langsung dengan apapun audio yang ada di Radio. Radio juga masih digemari masyarakat karena merupakan media komunikasi yang sangat identik dengan musik, ini merupakan alasan banyak masyarakat masih mendengarkan radio, karena mendapatkan hiburan secara murah dan juga kebanyakan pendengar setia radio menunggu – menunggu lagu favorit diputar oleh stasiun radio yang didengarkan. Banyak dari masyarakat yang menyukai radio karena unsur klasik yang membuat radio terkesan sangat kekeluargaan dan hangat salah satunya melalui interaksi antara penyiar dan pendengar baik melalui pesan singkat maupun telepon.

Berkembangnya radio – radio karena pengaruh kemajuan teknologi, tentunya menjadi tantangan sendiri bagi radio – radio itu sendiri untuk tetap mempertahankan eksistensinya di kalangan masyarakat, seperti melalui pengelompokan target pendengar dan yang paling utama adalah strategi program yang baik untuk menarik pendengar melalui program – program yang disuguhkan. Eksistensi yang dimaksud disini adalah dimana Radio – radio dapat mempertahankan diri di kalangan pendengar radio dan tentunya memiliki pendengar setia. Eksistensi ini sendiri nantinya juga akan berimbang pada panjang

umurnya kehidupan radio yaitu dari banyaknya pengiklan karena radio memiliki banyak pendengar setia.

Persaingan radio – radio di kota besar semakin hari semakin besar karena pengaruh adanya perkembangan teknologi dan semakin bermunculannya radio – radio *streaming* baru. Salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki stasiun radio cukup banyak adalah Yogyakarta. Di Yogyakarta sendiri menurut data dari *jogjaid.com*⁹ pada tahun 2016 ada sekitar 90 stasiun radio, dengan jumlah radio FM 47 dan sisanya adalah radio AM maupun radio komunitas. Radio – radio tersebut memiliki sasaran pendengar yang beragam dari mulai anak muda, keluarga hingga radio yang khusus memutar lagu dangdut dan khusus lagu – lagu campursari khas kedaerahan Yogyakarta.

Stasiun radio di Yogyakarta yang memang terhitung banyak, hal ini tentu saja membuat masyarakat diberikan banyak pilihan untuk mendengarkan radio mana yang sesuai keinginan dan minat. Keadaan tersebut menjadi tantangan berat bagi stasiun – stasiun radio apabila ingin tetap eksis di kalangan masyarakat Yogyakarta. Kehadiran internet juga turut membuat radio – radio lokal di Yogyakarta berfikir keras dari terpaan radio streaming dari kota – kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung dan Malang.

Stasiun – stasiun radio di Yogyakarta harus memiliki strategi yang kreatif baik dalam pemilihan program, perencanaan program, target audiens yang sesuai, pengemasan program, pemilihan penyiar, *list* lagu, pemilihan jam siar program hingga *script* yang digunakan oleh penyiar hingga evaluasi dan pengawasan

⁹ www.jogjaid.com (Diakses pada Jumat, 16 Desember 2016 pukul 13:35 WIB)

program. Radio juga harus memiliki keunikan – keunikan dari program yang disiarkan agar membedakan dirinya dengan radio di Yogyakarta lainnya atau dalam kata lain program – program radio harus memiliki identitas sendiri. Semua itu harus radio miliki untuk tetap eksis di kalangan pendengar radio Yogyakarta dan agar pendengar tetap setia mendengarkan bahkan menjadi pendengar setia dari radio yang didengarkan.

Radio – radio di Yogyakarta yang memiliki eksistensi tinggi dengan menduduki posisi *top 10 listeners* menurut hasil *streaming* di *jogjastreamers.com* Swaragama FM, RetjoBuntung FM, JIZ FM, Geronimo FM, JogjaFamily FM, Argososro FM, Handayani FM, MBS FM, Radio GCD FM dan Kota perak FM.¹⁰ Radio – radio tersebut dapat mendapatkan eksistensi tinggi di kalangan pendengar, selain karena telah memiliki identitas sendiri – sendiri yang membedakan radio dengan yang lainnya, pendengar setia, dan memiliki strategi pada program - programnya yang baik.

Radio di Yogyakarta yang memiliki tingkat eksistensi tinggi salah satunya adalah Radio Geronimo FM. Radio ini merupakan radio milik swasta tertua dan pertama di Yogyakarta yang berdiri sejak tahun 1968. Geronimo FM merupakan radio dengan siaran swasta nasional yang berlokasi di Jalan Gayam nomor 24 Yogyakarta. Nama Geronimo sendiri diambil dari bahasa kawi yang merupakan singkatan dari “Gerha Rowang Nissreyasa Modana” yang berarti “Sasana Persahabatan yang baik dan menggembirakan”. Pada awalnya Geronimo FM terbentuk karena kegemaran para pendirinya yang merupakan anak – anak muda

¹⁰ www.jogjastreamers.com (diakses 26 November 2016)

untuk mendengarkan lagu barat dari piringan hitam dan berkeinginan untuk memiliki salurah penyiaran sendiri. “Gembel Rapi” adalah nama awal dari radio Geronimo FM, nama itu merupakan singkatan dari Gemar Belajar Rajin Berpikir, nama tersebut diangkat karena saat itu semua pengurus merupakan pelajar SMA.¹¹

Geronimo FM masih mempertahankan target pendengarnya yaitu anak muda dan tetap mempertahankan ciri khasnya yang menjadi radio anak muda hingga saat ini, ini dicirikan dengan sebutan untuk pendengar setia “kancamuda” yang berarti “teman muda” dan suguhan program – program yang disiarkan merupakan program yang memang disasarkan untuk anak muda. Saat ini Geronimo FM menjadi salah satu radio di Yogyakarta yang paling dicari khas kan dengan anak muda, selain karena program – programnya yang memang menarik, pemilihan penyiar atau *DJ (Disk Jokey)* juga menjadi salah satu alasanya, kebanyakan penyiar yang dipilih membawakan program dengan *fun* dan *fresh*, tidak membosankan dan tahu tentang dunia anak muda. Geronimo FM menjadi salah satu radio milik anak muda Yogyakarta juga karena memiliki program – program kreatif yang cukup banyak. Program – program di radio Geronimo FM dibagi menjadi beberapa bagian yaitu program musik, program *morning show*, *afternoon show*, *night show* dan *reguler show*.

Program – program musik *hot request*, *slow rock alternative*, *Blues Session*, *Yogyakarta top Hits*, Musik Ngaso, *Hip hop fantastic*, *Rockin School*, Reggae Special, Ajang musikal, Dasa tembang nusantara, apresiasi musik, dan *Geronimo the weekly top 40*. Program - program *Morning show dan Afternoon*

¹¹ www.geronimo.fm (diakses tanggal 28 September 2016)

show “*Good Morning Youngsters!!*”, *Indiana Zone*, dan Program *Playground*. Program - program *night show* *RelaXession*, *andrawina*, *kongkow bisnis*, *radio gelap*, *kos-kosan Gayam*, *Kedai 24*, *Sasioma*, *Gita Pertiwi*, *flight 1061*, program humor *Angkringan Gayam* dan program humor khusus bahasa jawa *Ngalor Ngidul* untuk tetap menjaga anak muda mengenal budaya lokal Yogyakarta salah satunya bahasa. Program - program *reguler show* Terbaik – terbaik, *protocol radio identity*, *Klinik 24*, *Recycle Jam*, *G-screen*, *Hello Weekend*, *Chill Out Session*, *Transitions*, *Tiesto Club Life*, dan *a state of trance*.

Program “*Playground*” merupakan salah satu program milik Geronimo FM, Program yang hadir sejak Januari 2015 ini merupakan program *afternoon show* pertama dan masih satu-satunya milik Geronimo FM yang durasi *airing*-nya 5 jam dalam sehari. Nama *Playground* sendiri memiliki arti “tempat bermain” maksudnya adalah *Playground* ingin hadir sebagai program yang bisa menjadi teman bermain sekaligus tempat bermainnya kancamuda. Program ini juga mengutamakan kekuatan komunikasi dua arah antara penyiar dan pendengarnya, hampir di setiap segmen selalu melibatkan kancamuda untuk ikut bermain bersama penyiar, tujuannya adalah agar ada kesamaan rasa antara pendengar dan penyiar, jadi apa yang penyiar rasakan adalah apa yang pendengar rasakan juga.

Program “*Playground*” dapat dikatakan menjadi salah satu program *afternoon show* yang membantu Geronimo FM eksis sebagai radio di Yogyakarta. Data yang diperoleh dari Geronimo FM, sejak Oktober 2015 pendengar *Playground* mengalami peningkatan sekitar 10%. Interaksi pendengar melalui media sosial Geronimo FM yaitu *twitter* dan *instagram* juga menunjukkan bahwa

keaktifan pendengar cukup tinggi saat program *Playground airing*. Selain itu kemunculan *Playground* juga membantu Geronimo FM memiliki program yang pas untuk *Talkshow* baik para *entertainer* yang promosi lagu – lagu baru maupun pengiklan. Terbukti sejak kehadirannya *Playground* telah melakukan *Talkshow* bersama beberapa *entertainer* dan perusahaan yang besar seperti Ari Lasso, Ello, Rio Ferbrian, Candil, Ruth Sahanaya, Eva Celia, Calvin Jeremy, *The Voice Kids*, Rumah Impian, Ambarukmo Plaza, dan Trans7.¹²

Program ini hadir setiap hari Senin – Kamis pukul 14.00 – 19.00 WIB dipandu oleh dua penyiar yang memiliki jiwa humor dan pengetahuan yang tinggi yaitu Eman Aditya dan Aditya Wijang. Program yang dikemas santai namun tetap informatif dan menghibur hadir sebagai “teman bermain”, tidak hanya hadir dengan memutar musik – musik yang *up to date* saja namun juga memberikan informasi – informasi seputar *traffic* di Yogyakarta, Berita terkini seputar entertainment, teknologi, *showbiz*, ramalan cuaca dan bahasan – bahasan kekinian yang sedang “in” di kalangan anak muda. program *Playground* juga menghadirkan segmen dimana kancamuda dapat terus berinteraksi dengan penyiar yaitu *triple song* dimana kancamuda dapat *request* 3 lagu yang disukai sesuai dengan tema yang ada, survei sore yang berisi survei tentang sesuatu yang terkadang konyol namun informatif dan segmen mitos atau fakta dimana kancamuda diharuskan menebak pernyataan dari penyiar itu termasuk dalam mitos atau fakta. Selain pemilihan segmen – segmen yang unik tersebut Program *Playground* yang hadir sebagai program *Afternoon show* pertama di Geronimo

¹² Sumber : Data wawancara dengan Program Director Geronimo FM (Awang Adjiewasita) pada 20 Desember 2016 dan Data Pribadi milik Radio Geronimo FM

FM juga menggunakan kekuatan kedua penyiar sebagai kekuatan utama untuk strategi programnya. *Chemistry* dan olah kata kedua penyiar yang sudah sangat baik, pemilihan lagu – lagu yang *up to date*, informasi – informasi terkini yang anti *mainstream*, tema harian yang unik juga *jokes* dari kedua penyiar yang selalu *fresh* dan *fun*.

Strategi merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan saat ini bagi radio – radio di Yogyakarta, karena akan berpengaruh bagi eksistensinya terutama di kalangan pendengar radio. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pustaka dari penelitian sebelumnya yaitu milik Canggih Bakti Pratiwi yang meneliti tentang strategi kreatif produser program tamu istimewa dalam mempertahankan eksistensi program di stasiun ADi TV Yogyakarta. Penelitian tersebut memfokuskan bagaimana strategi kreatif seorang produser tamu istimewa dalam mempertahankan eksistensi program di stasiun Adi TV. Peneliti tersebut menyimpulkan strategi kreatif yang digunakan oleh produser program tamu istimewa adalah penerapan dari 13 elemen strategi kreatif milik Naratama.

Perbedaan skripsi tersebut dengan skripsi peneliti adalah jika penelitian tersebut memfokuskan pada strategi kreatif program televisi maka skripsi pada penelitian ini lebih memfokuskan pada strategi sebuah radio pada salah satu programnya. Persamaan skripsi peneliti dengan skripsi milik Canggih Bakti Pratiwi adalah sama – sama meneliti tentang bagaimana strategi yang digunakan untuk tetap menjaga eksistensi sebuah media penyiaran. Maka dari itu peneliti merasa tertarik untuk meneliti lebih dalam bagaimana strategi yang dilakukan

oleh Radio Geronimo 106.1 FM pada program “*Playground*” sebagai salah satu program unggulan dalam mempertahankan eksistensinya di Yogyakarta.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari penjabaran di atas penulis bermaksud untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana Strategi Radio Geronimo 106.1 FM pada program “*Playground*” dalam mempertahankan eksistensi di Yogyakarta periode tahun Oktober 2015 – Desember 2016 ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mendeskripsikan Strategi yang diterapkan Radio Geronimo 106.1 FM pada program “*Playground*” dalam upaya mempertahankan eksistensi di Yogyakarta periode tahun Oktober 2015 – Desember 2016.

D. MANFAAT PENELITIAN

Dalam penelitian tentang “Strategi yang diterapkan Radio Geronimo 106.1 FM pada program “*Playground*” dalam upaya mempertahankan eksistensi di Yogyakarta periode tahun Oktober 2015 – Desember 2016” di harapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak antara lain :

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memberikan gambaran bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi terutama dunia *Broadcasting* Radio.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berharga untuk pengembangan komunikasi dan kajian – kajian komunikasi berikutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk Mengaplikasikan teori yang didapat dari mata kuliah Pengantar Ilmu Komunikasi terutama dunia *broadcasting* di Radio.
- b. Mendapatkan pengalaman nyata (pengetahuan dan wawasan) tentang Ilmu Komunikasi dalam kehidupan sehari - hari, dan diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti berupa ide dan masukan dari sudut pandang akademis.
- c. Dapat digunakan sebagai bahan evaluasi Geronimio FM dalam rangka mengembangkan programnya, terutama program "*Playground*".

E. KERANGKA TEORI

E.1 MEDIA PENYIARAN

Penyiaran atau *Broadcasting* dalam bahasa Inggris diartikan pengiriman program oleh media radio dan televisi (*the sending out programmes by radio or television*). *Broadcasting* berasal dari kata kerja *to broadcast* yang dapat diartikan sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarluaskan program - program bisa dalam bentuk gambar dan suara bila dalam televisi atau hanya

suara saja bila dalam radio. Dalam bahasa Inggris *broadcaster* adalah sebutan profesional untuk seseorang yang mengirimkan program di radio dan televisi.¹³

Media Penyiaran baik televisi maupun radio memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap masyarakat karena sifatnya yang luas atau massa. Media penyiaran juga merupakan organisasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat.¹⁴ Penyiaran juga dipahami sebagai alat penerusan gambaran – gambaran tentang barang dari produsen ke konsumen, sebagai cara untuk menciptakan pengalaman bersama bagi jutaan orang yang tinggal bersama dalam komunitas atau negara.

15

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya, bahkan di antara semua radio penyiaran, misalnya antara radio dan televisi terdapat berbagai perbedaan sifat. Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah. Upaya menyampaikan informasi melalui media cetak, audio dan audiovisual, masing-masing memiliki kelebihan tetapi juga kelemahan. Penyebabnya adalah

¹³ Masduki. 2007. *Regulasi Penyiaran : Dari Otoriter ke Liberal*. Yogyakarta : LkiS Yogyakarta (Hal. 1).

¹⁴ Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana (Hal. 14).

¹⁵ Masduki. 2007. *Regulasi Penyiaran : Dari Otoriter ke Liberal* . Yogyakarta : LkiS Yogyakarta (Hal. 2)

sifat fisik masing-masing jenis media seperti terlihat pada tabel di bawah ini :
(buku media penyiaran hal. 11)

E.2 RADIO

Radio merupakan alat komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik yang disebarkan melalui ruang pada kecepatan cahaya. Gelombang elektromagnetik yang digunakan dalam komunikasi radio persis dengan cahaya dan gelombang panas, tetapi frekuensinya lebih rendah.¹⁶ Radio adalah suara. Suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak, suara juga menjadi karakteristik radio yang membedakannya dengan media penyiaran lainnya. Radio merupakan alat komunikasi massa yang menggunakan lambang komunikasi yang berbunyi, suatu pemancar radio yang sedang *in operation* tidak membawa pengaruh apa – apa pada *audiens* atau pendengar kalau gelombang – gelombangnya tidak dimuati sesuatu yang berarti, entah itu berupa sinyal, kata – kata terucapkan maupun nada – nada, atau sesuatu yang berirama.¹⁷

Radio memiliki ciri khas dibanding media lain, radio menuntut kreativitas lebih tinggi dibanding Televisi, koran dan majalah. Tuntutan kreativitas itu bersandar pada dimensi tunggal pada produk siaran radio berupa audio, konsep dasar “*theater of mind*” menjadi dasar setiap langkah produksi siaran, komunikasi radio harus dapat mengembangkan gambar atas obyek yang

¹⁶ A. Ius, Yudo Triartanto. 2010. *Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher (Hal. 30)

¹⁷ Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta : LkiS Yogyakarta (Hal. 16)

dikomunikasikan di benak pendengar, ada dua pelaku dalam komunikasi radio siaran yaitu *Announcer* dan *audiens*.¹⁸ Pringle-Star- McCavitt mengatakan bahwa seluruh format stasiun radio itu dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok besar, yaitu format musik, format informasi dan format khusus (*speciality*).¹⁹

E.2.1 Karakteristik Radio Siaran

Sebagai Media Massa, Radio siaran Memiliki karakteristik Unik dan khas. Menurut Effendy Karakteristik sifat radio siaran mencakup²⁰ :

- a. Imajinatif : karena radio siaran hanya bisa didengar, ketika penyiar berbicara di depan mikropon, maka pendengar hanya bisa membayangkan suaranya tanpa mengetahui sosoknya seperti apa. Imajinasi pendengar bisa beragam persepsinya. Radio dapat menciptakan *theatre of mind*. Pendengar bisa terhanyut perasaanya saat ia mendengarkan drama radio yang disiarkan.
- b. Auditori : Radio adalah bunyi atau suara yang hanya bisa dikonsumsi oleh telinga. Maka itu, apa yang didengar oleh telinga kemampuannya cukup terbatas. Ada sebuah istilah berbunyi; lebih baik memiliki satu catatcat daripada seribu ingatan. Begitupun telinga memiliki keterbatasan dalam mengingat pesan yang didengarnya. Untuk itu pesan radio siaran harus jelas, singkat dan sepiantas lalu.

¹⁸ Ibid (Hal. 17)

¹⁹ Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana (Hal. 233).

²⁰ Ibid. Hal. 32 – 33

- c. Akrab : Media radio siaran adalah intim, karena penyiar menyampaikan pesannya secara personal/individu, walaupun radio itu didengarkan oleh orang banyak. Sapaan penyiar yang khas seolah ditujukan kepada diri pendengar secara seorang diri, menjadikan si penyiar seakan – akan berada di sekitarnya. Sehingga radio bisa menjadi “teman” di kala seorang sedang sedih ataupun gembira. Itulah sifat akrab radio.
- d. Gaya Percakapan : bahasa yang digunakan bukan tulisan, tapi gaya obrolan sehari – hari. Tak heran juga banyak pameo atau bahasa – bahasa percakapan yang unik muncul dari dunia radio yang diperkenalkan oleh penyiar menjadi sesuatu yang *nge-trend*.

E.2.2 Program Siaran Radio

Wahyudi menyebutkan bahwa program siaran radio ditelaah dari karakteristiknya dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu²¹:

- a. Siaran karya Artistik : siaran yang diproduksi melalui pendekatan artistik, yaitu proses produksinya mengutamakan segi keindahan.
- b. Siaran karya jurnalistik : siaran yang diproduksi melalui pendekatan jurnalistik yaitu suatu proses produksi yang mengutamakan segi kecepatan, termasuk dalam proses penyajian kepada khalayak.

²¹ A. Ius, Yudo Triartanto. 2010. *Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher (Hal. 144-145).

Adapun Perbedaan antara karya artistik dan karya jurnalistik menurut Wahyudi sebagai berikut :

Tabel 1.1 Perbedaan antara karya artistik dan karya jurnalistik

Karya Artistik	Karya Jurnalistik
Sumber : ide/ gagasan	Sumber : Permasalahan Hangat
Mengutamakan keindahan	Mengutamakan kecepatan/ aktualitas
Isi pesan bisa fiksi dan non fiksi	Isi pesan harus faktual
Penyajian tidak terkait waktu (perencanaan)	Penyajian terikat waktu
Sasaran pendengar atau kepuasan	Sasaran kepercayaan dan kepuasan pendengar
Memenuhi rasa kagum/menghargai seseorang	Memenuhi rasa ingin tahu pendengar
Improvisasi tidak terbatas	Improvisasi terbatas
Isi pesan terikat pada kode moral	Isi pesan terikat pada kode etik
Penggunaan bahasa bebas (dramatis)	Menggunakan bahasa jurnalistik (ekonomi kata dan bahasa)
Refleksi daya khayal kuat	Refleksi penyajian kuat
Isi pesan tentang realitas social	Isi pesan menyerap realitas/faktual

(Sumber : *“Broadcasting radio : Teori dan Praktek” Hal. 144-145. 2010*)

Dari dua pembagian tersebut, yang termasuk dalam siaran karya artistik adalah program musik, program drama, program kuis, program *variety show*, program sopnsor, program cerita dongeng/legenda, program *infotainment*, program resensi, dan lain sebagainya. Sedangkan program karya jurnalistik adalah program buletin berita, program *feature*, program majalah udara/radio, program dokumenter, program *talkshow*, program *breaking news* dan program reportase.

E.2.3 Strategi Program Siaran Radio

Strategi program siaran radio atau yang sering disebut dengan strategi manajemen program siaran radio adalah seni, ilmu, teknik dan proses pengelolaan program siaran radio di tingkat tertinggi. Strategi manajemen program siaran radio diperlukan oleh sebuah media radio untuk merencanakan bagaimana agar program yang disiarkan bisa menarik banyak pendengar dan pengiklan. Menurut Peter Pringle, strategi program siaran apabila ditinjau dari aspek manajemen atau sering disebut juga dengan manajemen strategis (*management strategic*) program siaran terdiri dari²² :

a. Perencanaan Program

Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. Pada stasiun radio, perencanaan mencakup pemilihan format, dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu. Perencanaan program radio juga mencakup mencari penyiar yang memiliki kepribadian dan

²² Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana (Hal. 274-360)

gaya yang sesuai dengan format yang sudah dipilih stasiun bersangkutan.

b. Produksi dan Pembelian program

Kata kunci untuk memproduksi atau membuat program adalah ide atau gagasan. Dengan demikian, setiap program selalu dimulai dari ide atau gagasan. Ide atau gagasan inilah yang kemudian diwujudkan melalui produksi. Ide atau gagasan dapat berasal dari mana saja dan dari siapa saja. Media penyiaran membutuhkan program untuk mengisi waktu siarannya dan tidak akan berfungsi apa-apa tanpa tersedia program untuk disiarkan. Media – media penyiaran dikenal khalayak karena program – program yang disiarkannya. Program bisa diperoleh dengan cara produksi sendiri atau dengan membeli. Suatu program dibuat sendiri disebut dengan istilah *in-house production* atau produksi sendiri. Jika program dibuat oleh pihak lain, berarti stasiun penyiaran membeli program itu. Pada umumnya, stasiun – stasiun radio memproduksi sendiri sebagian besar programnya.

c. Eksekusi program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan

oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Penataaan program menjadi sangat penting karena radio sebagai salah satu media penyiaran yang sifat siarannya berlangsung terus menerus, maka dari itu pengelola program harus menyusun program dengan sebaik mungkin, untuk itu harus memiliki strategi menata acara (*scheduling strategies*).

d. Pengawasan dan Evaluasi program

Melalui perencanaan, stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif.

F. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan Kualitatif. Pada sebuah buku yang berjudul metode penelitian kualitatif disebutkan bahwa Metodologi adalah sebuah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan

untuk mendekati *problem* dan mencari jawaban. Dengan kata lain metodologi adalah sebuah pendekatan umum untuk mengkaji sebuah topik penelitian.²³

Menurut Denzin Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Menurut Richie Penelitian Kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti.²⁴

Metode Penelitian Kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.²⁵

Metode penelitian deksriptif analisis bertujuan mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memberikan kondisi dan praktek – praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari

²³ Deddy, Mulyana. 2001. *Metodologi penelitian kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* . Bandung : PT Remaja Rosdakarya (hal. 145)

²⁴ Lexy, J. Moleong. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya (hal. 6) Cet, ke XXXII

²⁵ Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta CV (Hal. 8).

pengalaman mereka untuk menciptakan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.²⁶

Peneliti berusaha untuk mengetahui Strategi yang diterapkan Radio Geronimo 106.1 FM pada program “*Playground*” dalam upaya mempertahankan eksistensi di Yogyakarta dengan menggunakan jenis dan metode penelitian yang sudah dijabarkan. Peneliti memilih metode penelitian kualitatif sebagai alat pengumpulan data karena metode ini sangat mudah digunakan untuk mendapatkan informasi, diantaranya melalui wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumentasi pribadi, catatan atau memo dan dokumentasi lainnya. Selain itu metode ini juga dapat memperlihatkan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden.

2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian itu sendiri adalah, dimana penelitian tersebut memiliki batasan karena ketika peneliti sudah berada dilapangan ada banyak opsi menyangkut tempat, pelaku, dan aktifitas yang sekiranya bisa digunakan dalam pengumpulan data, meskipun demikian tidak semua pada hal tersebut yang perlu kita teliti. Dalam menentukan pilihan penelitian maka harus ada yang dinamakan fokus penelitian.

Pada penelitian ini Peneliti memilih fokus pada objek yang diteliti adalah strategi Radio Geronimo FM pada program “*Playground*”, yang dikaitkan sebagai salah satu alat untuk Radio Geronimo FM mempertahankan

²⁶ Jalaludin, Rakhmat. 2006. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya (hal. 25), Cet, ke XIII

eksistensinya sebagai radio di Yogyakarta. Peneliti memilih program “*Playground*” karena program tersebut merupakan satu-satunya program *afternoon show* milik Geronimo FM dan memiliki slot waktu paling panjang yaitu 5 jam dibandingkan program – program lainnya.

Pemilihan radio Geronimo FM sebagai subjek penelitian karena radio Geronimo merupakan salah satu radio swasta tertua dan pertama di Yogyakarta yang hingga saat ini masih bersiaran dengan mengusung konsep anak muda sejak dahulu. Selain itu program – program yang kreatif juga menjadi alasan kuat peneliti memilih Radio Geronimo FM sebagai subjek penelitian.

3. Narasumber

Peneliti memilih 4 Narasumber dalam penelitian ini sudah dipilih berdasarkan pertimbangan – pertimbangan yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun Narasumber dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Mas Tio Andito Sebagai Produser dari Program *Playground*, alasan Peneliti memilih Mas Tio Andito karena beliau sebagai orang yang paling bertanggung jawab terhadap berjalannya program *Playground*.
- b. Mas AwangAdjiewasita sebagai *Program Director* di Radio Geronimo FM, alasan peneliti memiliki pak Awang, karena beliau selalu pengatur slot untuk jadwal *on-air* seluruh program Geronimo.

c. Mas Eman Aditya dan Aditya Wijang selaku penyiar program *Playground*, alasan peneliti memilih keduanya karena penyiar *Playground* juga memegang peran penting sebagai eksekutor dari program *Playground* sendiri.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini nantinya peneliti akan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode penelitian yang bisa digunakan sebagai untuk menggali informasi lebih dalam tentang apa yang kita teliti. Wawancara Menurut Gorden yaitu percakapan antara dua orang yang salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu.²⁷

Wawancara (*Interview*) adalah dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapat informasi (data) dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka (*face to face*). Namun demikian, teknik wawancara dalam perkembangannya tidak harus dilakukan secara berhadapan langsung (*face to face*), melainkan dapat saja dengan memanfaatkan sarana komunikasi lain, misalnya telepon dan internet.²⁸

²⁷ Haris, Herdiansyah. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Salemba Humanika (hal. 118)

²⁸ Bagong, Suryanto & Sutinah. 2011. *Metode Penelitian Sosial : Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Kencana.

Dalam kaitanya dengan Penelitian ini, Peneliti melakukan wawancara dengan pihak – pihak yang terkait di Radio Geronimo FM yaitu , Mas Tio Andito (Produser program *Playground*) , Mas AwangAdjiewasita (*Program Director* Radio Geronimo FM) , dan Mas Eman Aditya dan Aditya Wijang (penyiar program *Playground*). Peneliti menggali informasi mengenai strategi radio Geronimo FM yang digunakan pada program “*Playground*” untuk mempertahankan eksistensi Radio Geronimo FM di Yogyakarta melalui pihak – pihak tersebut. Adapun informasi yang digali peneliti pada Mas Tio Andito adalah seputar penjelasan program *Playground*, perencanaan yang dilakukan pada program *Playground* dan pemilihan strategi program *Playground* sendiri. Kemudian untuk Mas AwangAdjiewasita adalah informasi seputar penentuan slot siaran *Playground* dan evaluasi dan pengawasan program. Sedangkan untuk mas Eman Aditya dan Aditya Wijang informasinya adalah seputar eksekusi program *Playground* sendiri.

Peneliti menggunakan *In-depth Interview* sebagai jenis metode wawancara. *In-depth interview* atau wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial

yang relatif lama. Dengan demikian kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan. Sesuatu yang amat berbeda dengan metode wawancara lainnya adalah bahwa wawancara mendalam dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan di lokasi penelitian, hal yang mana kondisi ini tidak pernah terjadi pada wawancara pada umumnya.²⁹

Wawancara mendalam dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu penyamaran dan terbuka. Penyamaran adalah adalah pewawancara menyamar sebagai anggota masyarakat pada umumnya dan hidup beraktivitas dengan wajar dengan orang yang diwawancarai. Namun apabila wawancara dilakukan secara terbuka, maka wawancara dilakukan dengan informan secara terbuka dimana informan mengetahui kehadiran pewawancara sebagai peneliti yang bertugas melakukan wawancara di lokasi penelitian.³⁰

Peneliti memilih jenis ini karena ingin menggali lebih dalam jadi pertanyaan – pertanyaan yang diajukan tidak hanya berada di permukaan saja namun lebih dalam untuk mengupas tentang strategi Radio Geronimo FM pada program “*Playground*”.

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan secara langsung tentang objek maupun subjek yang kita teliti. Dengan adanya pengamatan

²⁹ Burhan Bungin. 2010. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*. Jakarta : Kencana

³⁰ Ibid, Hal. 109

langsung tentunya peneliti nantinya mendapat informasi yang lebih detail untuk bahan penelitian. Menurut Haris Herdiansyah :

“Pengamatan yang tanpa tujuan bukan merupakan observasi. Pada dasarnya, tujuan dari observasi adalah untuk mendeskripsikan lingkungan (*site*) yang diamati, aktivitas – aktivitas yang berlangsung, dan individu – individu yang terlibat dalam lingkungan.³¹”

Dari kalimat di atas dapat dijelaskan bahwa observasi memiliki pengaruh yang besar bagi suatu penelitian karena dengan pengamatan secara langsung peneliti akan mendapatkan data yang lebih valid dan detail. Maka dari itu sangat penting bagi penelitian ini menggunakan metode observasi agar nantinya peneliti mendapatkan data yang lebih valid dan detail. Peneliti melakukan observasi langsung pada program *Playground* di Radio Geronimo FM selama selama kurang lebih 1 Bulan sejak 1 Desember 2016.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang sudah tersedia.³² Peneliti nantinya akan menggunakan teknik sebagai sarana untuk menggali informasi tentang program “*Playground*” yang sudah ada terdahulu, misalnya dari foto, video, data – data tentang program dan sebagainya.

³¹ Haris, Herdiansyah. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Salemba Humanika (Hal. 132 – 133)

³² Morisson, dkk. 2012. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : Kencana (hal. 83)

d. Analisis Data

Analisis data merupakan lanjutan dari peneliti yang digunakan untuk mencari, menata, dan merumuskan kesimpulan secara sistematis dari hasil *interview*, observasi, dan studi dokumentasi. Menurut Milles dan Huberman (1994) Analisis data kualitatif terdiri dari empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.³³ Pengumpulan data merupakan saat peneliti mengumpulkan data – data yang digunakan untuk penelitian yaitu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis. Penyajian data adalah proses mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan memiliki alur tema yang jelas, untuk selanjutnya diolah dan dianalisis. Verifikasi data adalah dengan menarik kesimpulan hasil analisis dan menyajikan hasil analisis dalam bentuk pemaparan yang dapat diterima dan dipahami.

Pada penelitian ini, pertama – tama yang dilakukan oleh penulis adalah mengumpulkan semua hasil wawancara yang didapatkan dari 4 Narasumber yang sudah ditentukan sejak awal, kemudian menyusun hasil wawancara tersebut dan mencocokkannya dengan hasil wawancara dari narasumber yang satu dengan yang

³³ *Ibid*, hal. 308

lainnya, kemudian mencocokkannya dengan teori yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini.

e. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini adalah di Stasiun Radio Geronimo FM Jalan Bung Tardjo (Gayam) 24 Yogyakarta.