

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa terbagi atas tiga kategori yaitu, media cetak, media elektronik, dan media *online*. Radio merupakan salah satu media elektronik yang dikenal memiliki ciri khas dengan cara penyampaian pesannya hanya melalui audio, berbeda dengan penyampaian pesan media massa lainnya. Perkembangan teknologi informasi semakin pesat, ditandai dengan semakin banyaknya cara untuk menikmati siaran radio. Saat ini selain menggunakan *handphone* atau radio konvensional, siaran radio juga dapat dinikmati oleh masyarakat melalui aplikasi di *handphone*, *tab*, atau *gadget* lain yang berbasis *android* maupun *iOs* sehingga pendengar dari berbagai kota dapat mendengarkan siaran langsung radio secara *streaming* dari aplikasi tersebut.

Paramuda Radio berada di Jalan Muara Selatan No. 37 Bandung. Paramuda Radio berkiprah dengan memiliki target dengan lebih memperhatikan audien kelas C dengan segmentasi anak muda dan dewasa muda sebagai pendengarnya. Meski saat ini banyak sekali radio anak muda yang terkenal, Paramuda Radio lebih memilih segmentasi anak muda dan dewasa muda kelas C dengan menyediakan lagu–lagu terbaru dan lagu *top hits* jaman dulu. Namun, Paramuda Radio lebih sering memutar lagu *top hits* jaman dulu dibanding dengan terus memutar lagu yang sedang terkenal.

Menurut perspektif ekonomi, pendengar kelas c adalah Pendengar mengkomsumsi sebuah produk siaran dengan kelas menengah kebawah, yangmana pendengar jenis ini memiliki pandangan terbatas untuk masa depan, wawasan sempit, memiliki ciri pedesaan, cara berpikir konkret dan tidak rasional(mistis), dan selernya terbatas.¹

Persaingan media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian audien dan untuk dapat merebut perhatian audien, maka pengelola

¹ Nasution, Ardiansyah (2010). Strategi Radio Prambors Dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Siaran Putuss Sama Nataya di Prambors Yogyakarta. Diakses pada Selasa, 11 November 2020 Pukul 16:06.

stasiun penyiaran harus memahami siapa audien dan apa kebutuhan audiennya. Ketertarikan penulis untuk memilih penelitian di Paramuda Radio meneliti strategi *programming* dalam mempertahankan pendengar didasarkan oleh beberapa hal. Pertama, Radio Paramuda adalah radio anak muda yang terbilang radio cukup tua di Kota Bandung. Eksistensi Paramuda Radio menjadi tantangan tersendiri ditengah persaingan radio serupa yang terus menawarkan program-program menarik untuk pendengar. Kedua, Paramuda Radio tetap mempertahankan target audien kelas C yang mana saat ini banyak sekali radio anak muda bersaing menarik pendengar dengan target audien kelas A atau B.

Namun Dengan pemilihan segmentasi anak muda dan dewasa muda kelas C ini merupakan keunggulan yang dimiliki paramuda dikarenakan dengan lebih menyediakan dan memutar lagu seperti itu para penggemar lagu *Top Hits* jaman dulu mempunyai tempat atau sarana untuk mendengarkannya. Pendengar radio yang tidak konsisten dan baru akan lebih mencari yang baik dan enak didengar dari segi penyampaian *announcer* maupun pemutaran lagu. Maka dari itu Paramuda Radio melakukan strategi *programming* untuk mempertahankan pendengarnya.

Salah satu bukti strategi *programming* yang sudah dilakukan Paramuda Radio yaitu strategi kesesuaian, yang mana strategi ini meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program acara, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Misalnya ketika pagi hari identik dengan aktivitas orang berangkat kerja maupun berangkat sekolah, tentu lain lagi ketika siang hari yang lebih identik dengan ibu-ibu yang memasak dirumah, atau lebih berbeda dengan malam minggu bagi para remaja.

Dengan strategi kesesuaian, Paramuda Radio menyesuaikan penjadwalan dengan konten program siaran PVJ (Paramuda *Very Juara*) yang hadir setiap pagi. PVJ (Paramuda *Very Juara*) ini program santai yang memberikan informasi terkini diselingi lagu-lagu untuk menemani paramuda *squad* memulai aktivitas. Program acara PVJ (Paramuda *Very Juara*) *morning show* yang Paramuda Radio punya berbeda yangmana menyajikan program acara dengan semangat pagi dan gaya bahasa siaran yang digunakan ambigu. Seperti salah satu contoh kata yang

dilontarkan ialah PSK yangmana dimaksud Pedagang *Sangu Koneng*. Hal tersebut menjadi nilai tersendiri untuk menarik/ mempertahankan khalayak pendengar khususnya di program acara tersebut.

Selain itu, adapula *special* program Paramuda Radio yaitu Jadian Yuk yang hadir setiap hari sabtu malam minggu, yangmana malam minggu identik dengan para remaja tentang percintaan. Paramuda Radio mampu menyajikan program acara Jadian Yuk berbeda dengan Radio lain. Ketika radio kompetitor/ radio lain menyajikan dengan sudah adanya narasumber yang akan dibantu untuk mengungkapkan perasaan terhadap narasumber yang dituju, disini program acara Jadian Yuk di Paramuda Radio menyajikan dengan cara memilih secara random untuk narasumber mem-promosikan dirinya untuk mencari pasangan ataupun teman.

Bukti lain strategi *programming* yang sudah dilakukan Paramuda Radio yaitu strategi pengontrolan arus pendengar, yang mana strategi ini meliputi memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak persaingan. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*)

Dengan strategi pengontrolan arus pendengar, Paramuda Radio menyesuaikan penjadwalan dengan *special* program yaitu CupAh (Curhat di Paramuda Ah) yang hadir setiap kamis malam. Paramuda Radio menyajikan program yang berbeda (*countering*), radio lain menyajikan acara horror namun Paramuda Radio disini menghadirkan program acara CupAh. Hal ini menjadi kekuatan internal untuk pendengar radio maupun Paramuda *Squad* yang tidak menyukai horror untuk bertahan mendengarkan Paramuda Radio.

Untuk program acara yang serupa tentunya setiap radio mempunya program yang serupa namun bagaimana caranya agar Paramuda Radio mampu menyajikan berbeda dengan radio lain. Salah satu contoh seperti program acara Paramuda Indonesia(IP) yang hanya menyajikan lagu-lagu berbahasa Indonesia banyak sekali program acara seperti itu di radio kompetitor. Namun Paramuda

Radio tetap memperhatikan target maupun segmentasi yang telah ditetapkan dengan lebih memperhatikan audien kelas C yang mendominasi menyukai lagu-lagu *top hits* zaman dulu khususnya berbahasa Indonesia. Paramuda Radio menyebutnya lagu-lagu *top hits* zaman dulu dibawakan oleh seperti contoh wali, *vagetoz*, maupun *seventeen*, yang mana lagu-lagu *top hits* zaman dulu semua orang tau dan hafal. Hal ini menjadi kekuatan internal bagi Paramuda Radio untuk mewadahi pendengar yang suka mendengarkan lagu-lagu *top hits* zaman dulu.

Paramuda Radio adalah radio yang memiliki berbagai program acara yang dikhususkan untuk anak muda. Jika disimak Paramuda Radio saat ini lebih menitikberatkan acuan pada kelompok pendengar dengan lebih mempertahankan pendengar setia Paramuda yakni Paramuda *Squad*.

Paramuda *Squad* merupakan komunitas pendengar Paramuda Radio yang beranggotakan orang-orang daerah Jawa Barat khususnya Kota Bandung yang memiliki segmentasi pendengar dengan target remaja dengan usia 15 – 19 tahun maupun anak muda dan dewasa muda (usia 20 – 30 tahun). Paramuda *Squad* biasanya merupakan pendengar Paramuda Radio dalam berbagai program acara khususnya *on air* selalu mendengarkannya dan saling sapa salam yang dibacakan oleh *announcer*.

Adapun kegiatan yang dilakukan Paramuda *Squad* demi mempererat pertemanan dan kekompakan sesama anggota komunitas maupun bersama *announcer* Paramuda Radio, biasanya beberapa anggota Paramuda *Squad* melakukan kunjungan langsung ke kantor Paramuda Radio hanya sekedar bertemu sesama anggota maupun sekedar menyapa *announcer* Paramuda Radio.

Bukti dari masih digemarinya media radio oleh masyarakat adalah dengan hadirnya komunitas pendengar seperti Paramuda *Squad*. Saat penulis melakukan penelusuran pada komunitas radio anak muda, bahwa komunitas pendengar radio anak muda yang masih terlihat aktif sampai saat ini hanyalah Paramuda *Squad*. Karena sampai saat ini terlihat banyak komunitas pendengar lebih kepada segmentasi radio dangdut.

Anggota Paramuda *Squad* tertarik mendengarkan Paramuda Radio karena program acaranya cocok untuk menemani aktivitas sehari-hari yang mana announcer Paramuda Radio ramah dan seru, dan juga menyediakan maupun memutar lagu-lagu *hits* dan lagu *top hits* zaman dulu yang enak didengar. Menurut salah satu anggota Paramuda *Squad* bahwa Paramuda Radio menyediakan atau memutar lagu-lagu *top hits* zaman dulu mempunyai nilai plus, karena lagu *top hits* zaman dulu enak didengar dan bisa membuat pendengar khususnya Paramuda *Squad* menjadi *flashback* pada zaman 90an.

Kemudian bukti lainnya adalah begitu banyak jumlah stasiun radio, baik stasiun radio komersial maupun komunitas, banyak yang mengudara diberbagai daerah di Indonesia. Begitu banyaknya jumlah stasiun radio tersebut, memicu munculnya rancangan strategi guna merebut maupun mempertahankan pendengar.

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar (David, 2017: 18-19).

Strategi merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan media untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan media yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah–masalah atau hambatan yang datang dari dalam maupun dari luar perusahaan media. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan media untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan melakukan tindakan strategi *programming* dalam upaya mempertahankan adalah mengusahakan supaya tetap (tidak berubah dan sebagainya).² Yang mana suatu perusahaan media radio membiarkan pada keadaan semula, berubah tetap atau mempertahankan jumlah pendengar pada tiap–tiap program acara yang sudah ada tetap juga mendengarkan program acara baru.

² Kbbi.kemdikbud.go.id

Kebosanan pendengar tentunya akan ada, tidak jarang pendengar beralih ke radio lain jika stasiun radio tidak memiliki ciri khas. Stasiun radio yang unik dan berbeda dengan stasiun radio yang lain sudah pasti memiliki banyak pendengar. Upaya Paramuda Radio dalam mempertahankan pendengar tersebut dilakukan dengan menentukan strategi dalam berbagai aspek. Begitu banyak strategi-strategi untuk mempertahankan dengan pendengar yang ada, tentu Paramuda Radio akan mengalami kesulitan jika harus memberikan pelayanan kepada seluruh segmentasi pendengar radio diluar sana.

Paramuda Radio tentunya memiliki strategi tersendiri dalam mempertahankan para pendengar khususnya pendengar setia Paramuda *Squad*. Pada penelitian ini penulis menggunakan teori strategi *programming*.

Menurut J.B Wahyudi dalam bukunya Dasar-dasar Manajemen Penyiaran, menyatakan bahwa: “*Programming* adalah susunan mata acara yang akan disiarkan, baik harian, mingguan, tengah bulanan, bulanan, *triwulan*, tengah tahunan dan tahunan. Khusus untuk program acara harian disebut *rundown*” (1994: 22).

Strategi ini difokuskan untuk mempertahankan pasar yang sudah dikuasai dari serangan para pesaing. Strategi program dalam mempertahankan pendengar yang digunakan dalam penyiaran untuk mendapatkan simpati pendengar meliputi :

Menurut Sydney dalam buku Eastman yang berjudul *Media Programming: Strategies & Practices* “Terdapat lima elemen yang perlu diperhatikan ketika membuat dan melakukan strategi *programming* pada sebuah program siaran yaitu:

1. Strategi Kesesuaian.
2. Strategi Pembentukan Kebiasaan.
3. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar.
4. Strategi Pemeliharaan Sumber Daya Program.
5. Strategi Daya Tarik Massa” (2013: 18).

Strategi *programming* Paramuda Radio sebagai salah satu media massa elektronik berbentuk radio tentunya memiliki strategi pemograman untuk menarik maupun mempertahankan Paramuda *Squad*. Strategi *programming* dalam mempertahankan pendengar, Paramuda Radio memiliki strategi yang tepat agar program acara disukai oleh pendengar khususnya Paramuda *Squad* dan juga untuk bisa menaikkan *rating* agar program acara tersebut bisa bertahan.

Di Kota Bandung terdapat banyak radio komersial dan komunitas Radio swasta anak muda secara terus menerus semakin bertambah dan bervariasi menyajikan program unggulannya agar diminati oleh para pendengar. Adapun radio swasta anak muda di Bandung yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1
Daftar Radio Anak Muda di Bandung Tahun 2020

| No. | Nama Radio | Frekuensi |
|-----|-----------------|------------------|
| 1. | Ardan Radio | 105.9 FM Bandung |
| 2. | Oz Radio | 103.1 FM Bandung |
| 3. | Unikom Radio | 103.9 FM Bandung |
| 4. | Prambors Radio | 98.4 FM Bandung |
| 5. | 99ERS Radio | 100 FM Bandung |
| 6. | Urban Radio | 106.3 FM Bandung |
| 7. | I Radio | 105.1 FM Bandung |
| 8. | Paramuda Radio | 93.7 FM Bandung |
| 9. | Cosmo Radio | 101.9 FM Bandung |
| 10. | Hard Rock Radio | 87.7 FM Bandung |

Sumber : <https://www.prssnijabar.or.id>

Ditengah banyaknya radio komersial maupun komunitas, dan terus menerus bertambah dan bervariasi radio swasta anak muda di Kota Bandung. Paramuda Radio memiliki berbagai program acara yang dikhususkan untuk anak muda. Paramuda Radio merupakan salah satu media elektronik yang sudah mengaplikasikan kemajuan teknologi demi sebuah siaran yang berkualitas. Ukuran kenyamanan sudah menjadi sebuah prioritas utama dengan kualitas teknologi yang dimiliki Paramuda Radio bisa dinikmati dimana saja.

Peran radio sebagai media sosial bagi masyarakat yang membutuhkan informasi adalah untuk menyebarluaskan berita dan hiburan yang mampu menjalin interaksi sosial antara penyiar dengan pendengar. Program acara yang disediakan oleh stasiun radio harus baru, menarik dan memiliki ciri khas tersendiri

yang dapat membedakannya dengan program acara di stasiun radio lain. Program radio dikatakan berhasil jika mendapatkan respon positif oleh para pendengar.³

Radio hingga kini terus berkembang pesat menyediakan berbagai macam program menarik maupun mempertahankan yang memikat para pendengarnya, sehingga banyak cara yang dilakukan untuk saling berlomba dalam meraih persaingan stasiun radio di Kota besar khususnya di Kota Bandung sangat tinggi dalam mencari perhatian pendengarnya. Maka, cara yang dilakukan yaitu dengan menghadirkan program siaran yang disajikan sesuai dengan target dari radio tersebut, dengan tujuan agar digemari oleh pendengar setianya.

Alasan penulis tertarik melakukan penelitian ini yaitu karena mempunyai keunikan dengan fenomena bahwa Paramuda Radio ialah radio anak muda paling lama dan memiliki pembeda dengan memiliki segmentasi kelas C, dan memiliki komunitas pendengar yaitu Paramuda *Squad*. Keunikan dan fenomena ini tidak ditemukan diradio-radio lain khususnya radio dengan segmentasi anak muda dan dewasa muda. Hal ini tentunya tidak lepas dari bagaimana mengelola strategi *programming* sehingga dapat mempertahankan Paramuda *Squad* sebagai pendengar.

Adapun jenis dalam penelitian ini adalah penelitian studi kasus. Menurut Arikunto penelitian studi kasus adalah penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu organisme(individu), lembaga atau gejala tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit(2013: 120).

Berdasarkan pemaparan diatas penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan menggunakan studi kasus yang berjudul “Strategi *Programming* Radio Paramuda Dalam Mempertahankan Pendengar Paramuda *Squad*” dengan studi kasus tentang Strategi *Programming* Radio Paramuda Dalam Mempertahankan Paramuda *Squad* di Paramuda Radio 93,7FM Bandung

³ Zulkhairi, Muhammad (2017). Strategi Positioning Radio Kiss FM Dalam Mempertahankan Pendengar Di Kota Medan, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan. Diakses pada Senin, 10 November 2020 Pukul 21:32.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, fokus masalah yang menjadi pokok pembahasan yaitu: “Bagaimana strategi *programming* yang dilakukan Paramuda Radio 93,7FM Bandung dalam mempertahankan Paramuda *Squad*?”

Berdasarkan fokus masalah yang telah diuraikan diatas maka penulis merangkumnya kedalam fokus dan pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi kesesuaian Radio Paramuda 93,7FM dalam mempertahankan pendengar Paramuda *Squad*?
2. Bagaimana strategi pembentukan kebiasaan Radio Paramuda 93,7FM dalam mempertahankan pendengar Paramuda *Squad*?
3. Bagaimana strategi pengontrolan arus pendengar Radio Paramuda 93,7FM dalam mempertahankan pendengar Paramuda *Squad*?
4. Bagaimana strategi pemeliharaan sumber daya program Radio Paramuda 93,7FM dalam mempertahankan pendengar Paramuda *Squad*?
5. Bagaimana strategi daya tarik luas Radio Paramuda 93,7FM dalam mempertahankan pendengar Paramuda *Squad*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai ialah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi kesesuaian Radio Paramuda 93,7FM dalam mempertahankan pendengar Paramuda *Squad*.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi pembentukan kebiasaan Radio Paramuda 93,7FM dalam mempertahankan pendengar Paramuda *Squad*.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi pengontrolan arus pendengar Radio Paramuda 93,7FM dalam mempertahankan pendengar Paramuda *Squad*.

4. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemeliharaan sumber daya program Radio Paramuda 93,7FM dalam mempertahankan pendengar Paramuda *Squad*.
5. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi daya tarik luas Radio Paramuda 93,7FM dalam mempertahankan pendengar Paramuda *Squad*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi pihak – pihak terkait, baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam penerapan Ilmu Komunikasi khususnya fokus pada bidang kajian Komunikasi Massa, dan Penyiaran, dan dapat menambah wawasan terhadap penelitian tentang strategi *programming* dalam mempertahankan pendengar radio yang diterapkan pada permasalahan nyata di Paramuda Radio 93,7FM Bandung.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara manfaat bagi beberapa kalangan, adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti mengenai Ilmu Komunikasi sebagai aplikasi teori khususnya di bidang Komunikasi Massa, dan Penyiaran.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan sumbangan informasi bagi literasi sumber rujukan penelitian selanjutnya mengenai Strategi *Programming* dalam mempertahankan pendengar.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Paramuda Radio 93,7 FM Bandung khususnya untuk PT. Rama Grup selaku pihak pengelola

perusahaan dan dapat dijadikan sebagai masukan yang positif dalam kinerja perusahaan.