



Strategi Penyiaran Radio Komersial di Era Digitalisasi pada Radio UMSU Medan

Amar Fuad Marpaung¹, Ainil Husnah², Bagoes Eka Wicaksana³, Dayana Agustina⁴, Fatimah Zahra⁵, M.Alvin Habib Dalimunthe⁶, Nadya Aulia Ningrum⁷

¹amarfuadmarpaung@gmail.com, ²Ainilhusnah123@gmail.com, ³ekabagoes72@gmail.com,
⁴dayanaagustina02@gmail.com, ⁵fz4329449@gmail.com, ⁶alvinhabib2505@gmail.com,
⁷adyaaulia.ningrum@gmail.com

Universitas Islam Sumatera Utara

Abstrak

Dalam perkembangan radio yang semakin hari minatnya kian berkurang karena era digitalisasi yang semakin menjolkan diri ditengah masyarakat, membuat media massa mengalami gangguan keseimbangan. Maka daripada itu, radio UMSU FM MEDAN memiliki solusinya tersendiri dengan menggunakan pendekatan dari strategi penyiaran yang komplit agar dapat di pakal pada era digital ini untuk menarik minat anak muda kembali. Untuk itu riset ini disajikan dengan tujuan sebagai pembuktian bahwa radio kini semakin populer dan terus mengalami perkembangan yang pesat pada era digitalisasi dengan menjalankan strategi-strategi yang dimiliki. Tata cara riset yang digunakan ini juga merupakan metode Deskriptif Kualitatif dengan pendekatan riset permasalahan. Hasil riset juga membuktikan bahwa sebagian besar program yang diproduksi oleh UMSU FM MEDAN ini sesuai dengan strategi yang ada, dengan aktivitas yang berkaitan nuansa Islamiyyah bisa dikemas dengan model kekinian sehingga membuat para remaja jadi lebih santai dan nyaman mendengarkan radionya. Pendekatan strategi ini menjadikan para pendengar radio khususnya para mahasiswa untuk selalu menjaga eksistensinya sebagai konsumen dari sebuah informasi yang faktual di era digitalisasi.

Kata kunci : *Strategi, perkembangan Radio, Era digitalisasi*

ABSTRACT

In the development of radio, whose interest is decreasing day by day due to the era of digitalization which is increasingly protruding itself in society, causing the mass media to experience an imbalance. Therefore, UMSU FM MEDAN radio has its own solution using the approach of a complete broadcasting strategy so that it can be used in this digital era to attract young people's interest again. For this reason, this research is presented with the aim of proving that radio is now increasingly popular and continues to experience rapid development in the digitalization era by carrying out its strategies. The research procedure used is also a qualitative descriptive method with a problem research approach. The research results also prove that most of the programs produced by UMSU FM MEDAN are in accordance with the existing strategy, with activities related to Islamic nuances that can be packaged in a contemporary fashion so that teenagers are more relaxed and comfortable listening to the radio. This strategic approach makes radio listeners, especially students, always maintain their existence as consumers of factual information in the digitalization era.

Keywords: *Strategy, development Radio, Digitalization Era*

PENDAHULUAN

ISSN. 1583531173

Jutkel: Jurnal Telekomunikasi, Kendali dan Listrik

Radio adalah media massa tertua yang pernah ada. Di tahun 1887 J.C Maxwell dan Helmholtz Hertz untuk pertama kalinya berhasil dalam membuat gelombang radio. Setelah itu, penemuannya semakin berkembang yang kemudian menjadi media massa hingga sekarang masih dipercaya masyarakat (Morissan, 2008 : 2). Hal yang menjadi faktor tingginya masyarakat penikmat radio dipicu dengan peran radio sebagai media massa konvensional penyebar informasi dengan cakupan yang luas apabila dibandingkan dengan media cetak. Meskipun menjadi media massa yang tertua, tetapi radio nyatanya masih menjadi alat komunikasi yang selalu eksis hingga saat ini. Walaupun di era digital sekarang, radio mampu untuk tetap hidup ditengah milenial. Ini membuktikan bahwa radio mampu untuk terus berkembang dan berevolusi sehingga makin kekinian.

Komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media radio adalah komunikasi yang menggunakan media audio. Media visual hanya dapat dilihat oleh indra penglihatan (mata), sedangkan media audio hanya dapat didengar oleh indera pendengaran (telinga). Dalam hal materi audiovisual, pendengaran dan penglihatan dimungkinkan (Ahmad, 2014: 243). Radio memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan bentuk komunikasi lainnya, seperti audiens yang lebih luas yang dapat mengaksesnya dengan biaya yang relatif rendah. Informasi yang diberikan beragam dan efektif berkat kompleksitas radio yang semakin berkembang.

Akibat pesatnya kemajuan teknologi dan derasnya arus globalisasi di Indonesia, nilai-nilai budaya bangsa Indonesia mulai berkurang. Radio memiliki kelebihan yang dapat digunakan untuk mempertahankan tradisi tersebut. Dalam hal ini, radio merupakan salah satu media yang berkontribusi dalam pengembangan, promosi, dan

penyebarluasan seni dan budaya lokal yang dihasilkan di lingkungan sekitar (Purwati, 2013).

Oleh sebab itu, M Radio hadir serta terus berkembang mengikuti adanya perkembangan zaman dengan memanfaatkan era digital. UMSU M Radio dengan frekuensi 91,6 FM merupakan radio komersial milik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. M Radio hadir untuk memberikan informasi pendidikan, sebagai media iklan, menjadi agen perubahan sosial dan juga sebagai alat kontrol sosial. M Radio dalam menyampaikan informasi terus berusaha mengajak para pendengarnya mengenal program-program acara yang disiarkan sehingga dapat diterima oleh para pendengarnya.

Dengan mengintegrasikan berbagai elemen audio antara lain lagu, dakwah, acara bincang-bincang, dan berita seputar kegiatan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, M-Radio mengedepankan program konten siaran radio yang menarik. Pertemuan peristiwa-peristiwa ini, bersama dengan karya produser dan presenter radio, diharapkan akan menghasilkan acara radio berkualitas tinggi yang akan menarik minat pendengar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu dengan pendekatan kualitatif. Metode penulisan Kualitatif sendiri merupakan sebuah metode penulisan yang digunakan untuk melakukan sebuah penulisan pada situasi suatu objek secara alamiah. Teknik pengumpulan data pada metode penulisan kualitatif juga dilakukan secara triangulasi (penggabungan), analisis data metode penulisan kualitatif bersifat induktif, hasil penulisan kualitatif lebih menekankan pada makna ketimbang generalisasinya. (Sugiyono, 2008 : 1) .

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi dan wawancara sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, catatan-catatan yang berhubungan dengan makna, nilai serta pengertian. Informasi yang digali juga berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai strategi yang diterapkan oleh radio UMSU FM untuk mengembangkan program-program acaranya ditengah diginalisasinya media sekarang..

PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil wawancara, observasi, serta studi lapangan dan studi dokumentasi terhadap radio komersil UMSU FM, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan dari pertanyaan-pertanyaan mengapa strategi penyiaran sangat diperlukan dalam sebuah stasiun radio, serta tentang pengembangan yang dijalankan oleh radio tersebut dalam menjalankan strategi-strategi yang sebelumnya sudah disusun. Proses menyusun strategi penyiran juga merupakan hal yang sangat penting agar bisa mencapai sebuah tujuan.

Strategi sendiri mengacu pada suatu rancangan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai sasaran tertentu. Dalam konteks kepenyiaran, starategi benar-benar diperlukan karena dari starategi yang buat nantinya akan memberikan sebuah karakteristik dan keunikan tersendiri dari radio tersebut. Untuk itu, sebelum sampai pada strategi yang digunakan oleh radio UMSU FM ini, kita akan melihat melalui :

Rencana Program Siaran

Perencanaan yang matang menjadi bagian penting dalam menghasilkan output yang berkualitas. Dalam hal perencanaan perlu memperhatikan aspek bauran pemasaran yang terdiri dari *price*, *plus*, *produk*, dan *promotion*. *Price* artinya manajemen harus memahami berapa biaya

yang harus dikeluarkan dalam memproduksi sebuah program dari segi biaya, radio UMSU FM sendiri menjelaskan bahwa pembiayaan radio komunitas berasal dari iuran kampus oleh karena itu pembiayaan radio tersebut masih bergantung pada perguruan tinggi. Maka dari anggaran tersebut, manajemen radio sangat selektif dan hati-hati dalam membuat sebuah program acara.

Mengenai *place* yaitu pengelolaan waktu dan jadwal siaran, radio FM dimulai dari jam 06.00 pagi sampai dengan jam 12.00 malam. Hal ini sudah di pertimbangkan sesuai dengan keselarasan dari program yang dibuat. Sedangkan *Produk* yang disajikan telah mengacu pada program acaranya sendiri, oleh karena itu upaya agar program acara menarik dan diterima oleh audiens maka radio UMSU FM menayangkan siaran-siaran radio yang berbau musik, pendidikan dan dakwah. Yang sangat diminati oleh mahasiswa

Kemudian yang terakhir adalah *promosi* tidak banyak dilakukan oleh radio UMSU FM dalam mempresentasikan program acaranya. Fakta menarik dari radio UMSU FM bahwa pihak mereka tidak menerima sebuah iklan, maka hal yang menjadi landasan mereka berpromosi yaitu dengan menerima perizinan tamu untuk berkunjung dan memanfaatkan media Online secara besar-besaran dan secara optimal.

Strategi Diferensiasi

Merupakan usaha radio komunitas untuk menonjolkan karakteristik dengan komunitas radio lainnya. Untuk radio UMSU FM dapat dilihat dari bahwa radio UMSU FM ini menyajikan rangkaian acara yang erat kaitannya dengan gaya kaum muda atau Mahasiswa, dimana sebagian besar menyajikan program daily dan musik yang sangat dikagumi anak muda,terlepas dari itu radio UMSU FM juga tak lepas dari kajian keislaman

yang juga ditayangkan pada saat jam masuk sholat.

Spesialisasi dan Fokus

Radio Umsu FM memiliki target dan segmentasi pendengar dengan kategori usia antara 17-25 tahun, tingkat pendidikan SMA-Perguruan Tinggi, dan gaya hidup yang haus akan informasi dan teknologi. Setelah mengetahui target dan segmentasinya maka pihak manajemen radio dapat menyusun strategi penyiaran yang tepat sesuai dengan kategori yang telah disebutkan di atas. Mengingat mayoritas pendengar radio Umsu FM adalah mahasiswa Umsu. Sehingga strategi penyiaran yang dilakukan menyesuaikan dengan lingkungan kampus.

Salah satu langkah penting yang diambil oleh radio UMSU FM memanfaatkan internet sebagai media penyiaran titik jalur streaming radio unsur FM yakni melalui live Facebook dan juga live Instagram. Serta adanya aplikais yang disediakan oleh radio UMSU FM ini menjadikan titik kefokusannya menjadi mudah untuk dijalankan.

Penyusunan Strategi

Strategi sendiri mengacu kepada perancangan sebuah program atau kegiatan yaitu dilakukan oleh organisasi untuk mencapai sebuah sasaran. Berikut ini merupakan hasil yang penulis dapatkan melalui kegiatan wawancara yang dilakukan kepada radio UMSU FM sehingga dapat diklasifikasikan kedalam strategi penyiaran yang meliputi Strategi Kesesuaian, Strategi Perencanaan Program Siaran Strategi Pembentukan Kesesuaian, Strategi Pengontrolan Arus Pendengar, Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program, Strategi Daya Penarik Massa serta Strategi Konservasi Sumber Daya Program.

1. Strategi Perencanaan Program Siaran

Sebuah perencanaan program yang matang akan menghasilkan program serta output yang berkualitas. Maka, sebisa mungkin program yang akan disiarkan telah memiliki perencanaan yang matang agar program tersebut dapat sukses. Dalam hal perencanaan perlu memperhatikan aspek bauran pasar (marketing mix) yang terdiri dan price, place, market, dan promotion. Price artinya manajemen harus memahami berapa biaya yang harus dikeluarkan ketika memproduksi sebuah program Place merujuk pada kapan tepatnya sebuah program tersebut akan ditayangkan sehingga dapat menarik banyak pendengar. Produk berarti kualitas program harus benar-benar bermutu sehingga dapat diterima oleh khalayak pendengar Promotion berarti bagaimana program tersebut dikenalkan kepada khalayak. (Morissan 2008: 201-202).

Dari segi biaya (price), UMSU FM mendapatkan pembiayaan penuh dan juga masih bergantung pada anggaran dari perguruan tinggi yang menaunginya yaitu Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam menjalankan sistem penyiaran UMSU FM lebih menekankan kepada prinsip kekeluargaan. Maksudnya yaitu UMSU FM berupaya bagaimana setiap struktur organisasi yang terlibat dalam radio tersebut turut serta berpartisipasi untuk memajukan UMSU FM itu sendiri. Seperti halnya ketika hendak merencanakan sebuah program siaran baru maka setiap lapisan mulai dari penyiar sampai pimpinan Radio semua turut campur menyumbangkan ide serta gagasan mengenai program siaran baru.

Ketika muncul sebuah ide program siaran baru Maka sebisa mungkin semua mereka mensupport serta menambahkan gagasannya agar terciptanya sebuah program siaran yang sempurna. Maka ketika sebuah program siaran terbaru disiarkan hal tersebut sudah mendapatkan persetujuan dari semua pihak.

2. Strategi Kesesuaian (Compatibility)

Sesuai dengan bangsa pasar dan UMSU FM yaitu para remaja dan dewasa, maka program yang akan disiarkan akan disesuaikan dengan minat para remaja. Sehingga program siar yang disiapkan juga menyesuaikan dengan target pasar dari UMSU FM itu sendiri.

Strategi kesesuaian atau compatibility ini menjelaskan bahwa UMSU FM dalam memilih dan membuat program siaran radio mengedepankan pembahasan mengenai hal yang sedang hangat serta trending di kalangan remaja dan anak muda tetapi tetap juga tidak meninggalkan unsur pendidikan di dalam program siaran yang merekajalankan. Tak hanya itu saja, para penyiar juga merupakan tonggak penting penunjang suksesnya strategi siaran yang telah disusun. Sehingga para penyiar radio UMSU FM juga berupaya untuk menyiapkan pembahasan yang dapat dengan mudah diterima oleh para pendengar yang kebanyakan dari mereka adalah remaja dengan cara para penyiar membawakan siaran dengan cara yang friendly dan easy listening. Para menyiarkan UMSU FM juga memastikan bahwasannya mereka benar-benar menguasai sebuah program siar yang mereka jalankan.

Dalam memilih program siaran Radio UMSU FM melihat fenomena apa yang sedang diminati oleh para remaja, seperti halnya topik pembahasan apa yang akan dibahas dalam siaran, bagaimana cara seorang penyiar membangkitkan suasana ketika siaran sedang berlangsung, serta bagaimana gaya penyiar membawakan acara dengan friendly, easy listening. Bahkan untuk pemilihan lagupun disesuaikan dengan lagu apa yang paling banyak didengarkan oleh remaja.

3. Strategi Pembentukan Kebiasaan (Habit Formation)

Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk suatu kebiasaan pendengar untuk betah dan selalu mendengarkan

program-program siaran berikutnya. Kebiasaan tersebut dapat dihasilkan melalui penjadwalan acara yang tepat dan telah memiliki prediksi yang seksama. Pemilihan acara yang baik dan memiliki penjadwalan acara yang tepat maka dapat membentuk kebiasaan mendengar bagi para audiens.

Oleh karena itu, menyiarkan program yang ada dengan rutin dan konsekuen menjadi hal yang sangat penting dalam membangun kebiasaan pendengar radio UMSU FM untuk terus mendengarkan program siaran berikutnya. Sebab, para pendengar akan terpengaruh oleh suatu program jika disiarkan secara konsisten dan pada waktu yang sama setiap minggunya. Semakin banyak pendengar bertahan di suatu acara, semakin terbiasa dia untuk mendengarkan pada waktu yang sama setiap hari. Selain itu program yang disusun oleh UMSU FM juga tepat untuk membentuk kebiasaan dikalangan pendengar sendiri.

4. Strategi Daya Penarik Massa (Mass Appeal)

Penyusunan strategi untuk menarik minat massa atau khalayak sangat penting untuk digalakkan agar bisa memperluas jumlah pendengar secara lebih luas. Agar penyusunan serta pengalokasian strategi untuk menarik minat pendengar maka dibutuhkan sebuah keahlian dalam merancang dan merencanakan sebuah ide siar, serta yang tak kalah penting yaitu kepenulisan naskah siar.

UMSU FM memiliki cara sendiri dalam memperluas jangkauan pendengarnya yaitu dengan cara selalu mengevaluasi kemudian memperbaiki kualitas program siaran tersebut. Tak hanya itu, UMSU FM yang selalu menerima setiap kunjungan kerja sama baik yang diajukan oleh para mahasiswa maupun lembaga lain juga merupakan salah satu strategi UMSU FM untuk menarik minat massa.

5. Strategi Konservasi Sumber Daya Program (Conservation of Program Resources)

Strategi ini merupakan upaya yang dilakukan untuk melindungi sebuah program yang dulu sempat digunakan namun sementara waktu diberhentikan dan disusun rapi. Namun dengan adanya penggunaan kembali materi yang sama tetapi dikemas dan dibarengi dengan gaya yang berbeda dengan program sebelumnya.

Dalam hal itu radio UMSU FM ini juga memakai strategi ini, seperti dalam program horor yang diganti dengan nama yang berbeda dan pengemasan yang lebih mengacu pada unsur kebaruan. Kegiatan ini dilakukan untuk mengupayakan penjagaan dan pengembangan dari radio UMSU FM itu sendiri. Serta penyimpanan program yang dilakukan juga merupakan program yang bisa digunakan dalam jangka panjang dan dapat dipakai lagi sesuai dengan kebutuhan dari target pasar nantinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pembahasan tersebut di jelaskan bahwa dalam sebuah radio UMSU FM yang menjalankan suatu proses strategi yang mengacu pada suatu rancangan kegiatan yang berdasarkan organisasi untuk mencapai suatu target pasar yaitu dengan membuat rencana program siaran yang menjadi bagian penting dalam menghasilkan suatu program yang berkualitas. Serta dengan adanya strategi diferensiasi yang mampu penyajian rangkaian acara yang berkaitan dengan program musik daily dan kajian keislaman yang dapat di kagumi kaum anak anak muda dan mahasiswa. Maka pada spesialisasi dan fokus dari Radio UMSU FM mampu hadir dan berkembang dengan memanfaatkan Internet sebagai mediana. Dengan egitu pada biasanya radio UMSU FM ini melakukan siaran secara on air lalu dibarengan dnegan live

di media sosialnya. Oleh Karena itu, memiliki sebuah target dan segmentasi pendengar adalah sangat penting untuk strategi penyiaran yang menyesuaikan dengan lingkungan ternyata mampu meingkatkan posisi dari radio itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman , Ahmad. (2014). *Penataan Lembaga Penyiaran Komunitas Dalam Aktivitas Penyiaran di Indonesia*. Jurnal Politica Vol5/1.
- Morissan. (2008). *Manajemen Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta : Kencana).
- Saputro Dedy Riyadin. (2020). *Strategi Penyiaran Radio Komunitas di Era Internet (Studi pada radioa Komunitas di Purwokerto)*. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol.7/1 hal 160-181.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : ALFABETA).