



### **Strategi Program Radio dalam mempertahankan Eksistensi di Era Generasi Z**

**Winda kustiawan<sup>1</sup>, Khoirunnisa Az-zahra<sup>2</sup>, Salsabila Padang<sup>3</sup>, Rehan Fazalia Ananda<sup>4</sup>, Zuli Iskandar<sup>5</sup>, Zur Rahman<sup>6</sup>, Ali Akbar<sup>7</sup>**

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

#### **Abstrak**

Di era zaman generasi z ini, Radio kini telah hampir redup karena adanya kemajuan zaman tehnologi yang lambat laun semakin menyebarkan ke semua kalangan. Besarnya tehnologi yang semakin canggih membuat hampir semua kalangan telah meninggalkan Radio secara perlahan. Khusus nya D Sumatera Utara tepatnya di kota medan banyak sekali stasiun radio yang menyebar kemana-mana, dari pelosok hingga ke kota Medan sendiri. Tergeser nya radio pada saat ini membuat stasiun- stasiun radio semakin giat untuk membuat berbagai macam bentuk strategi agar radio nya tidak tenggelam. Penelitian ini di lakukan dengan menggunakan metode kualitatif studi Pustaka yang di mana peneliti mengambil referensi dari jurnal, buku, dn Catatan-catatan artikel yang memiliki informasi yang akurat.

*Kata kunci* : Radio, Strategi

## LATAR BELAKANG

Di Sumatera Utara, khususnya di kota Medan, radio swasta lebih banyak menyiarkan program hiburan dan musik dibandingkan program lain dengan pangsa sekitar 45%. Program dakwah atau keagamaan hanya ditayangkan 2-5%. 100% dari keseluruhan program. Karena program hiburan menjadi lebih banyak diwakili dan disukai, tidak mudah bagi stasiun radio untuk format khusus dalam menyiarkan program religi dengan cara yang beresonansi dengan pendengar.

Menjalankan program religi tidak jauh berbeda dengan program hiburan. Hal terpenting dalam menyiarkan acara religi adalah acaranya tidak monoton dan harus membangkitkan minat penonton. Pada dasarnya sebuah stasiun radio tidak sulit untuk membuat program siaran, namun setelah membuat program siaran, pertanyaannya adalah bagaimana program tersebut akan bertahan, bagaimana dinikmati oleh pendengar, dan bagaimana program tersebut akan terus eksis.

Oleh karena itu, dalam menyelenggarakan program siaran, apalagi program religi tertentu, diperlukan strategi yang diharapkan program tersebut dapat menyenangkan pendengar dan sarana mendidik, menginformasikan, dan mempengaruhi untuk kepentingan pendengar. Pengelola media penyiaran membutuhkan strategi untuk membuat program yang berkualitas dan menarik perhatian audiensnya.

Salah satu strategi yang dapat kita ambil saat mengelola program radio adalah menerapkan strategi pemrograman. Oleh karena itu, membuat sebuah pertunjukan yang hebat memerlukan perencanaan yang cermat, proses produksi dan pelaksanaan yang tepat, memantau alur pertunjukan, dan mengevaluasinya untuk memastikan bahwa pertunjukan tersebut memiliki kualitas yang lebih tinggi dan menjangkau lebih banyak

pendengar.

Dengan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mendalami strategi keberlangsungan program radio di era Generasi Z.

Dalam penelitian ini, penulis mengkaji bagaimana strategi program radio mempertahankan eksistensinya. Karena acara yang diukur adalah seberapa besar acara tersebut bisa mempertahankan eksistensinya di radio-radio, apalagi di era Gen Z-nya, dan acara tersebut bisa tetap eksis. Ada cukup banyak program radio dengan format yang sama, tetapi tetap mampu bertahan meski harus menggunakan format yang khusus.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana dengan pendekatan kualitatif ini penulis menggunakan metode study Pustaka guna mendapatkan hasil data yang signifikan dari sumber data yang akan di terima.

Menurut Nasir studi Pustaka adalah tehnik sekumpulan data untuk menelaah buku, pencarian literatur, catatan, dan laporan yang berhubungan dengan penelitian.

Dengan melakukan penelitian studi Pustaka peneliti mendapatkan referensi dari berbagai jurnal, Buku-buku dan catatan catatan artikel yang memiliki informasi yang lebih akurat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Program radio

Program siaran meliputi siaran reguler atau harian (daily broadcasts) dan siaran khusus atau mingguan (special broadcasts, weekly broadcasts). Program reguler mengudara pada waktu tertentu setiap hari di saluran reguler atau alternatif. Saat ini, acara spesial disiarkan seminggu sekali, terutama di malam hari dan akhir pekan (Romli, 2009.). Program radio umumnya terdiri dari

program musik, bincang-bincang dan berita.

### **Strategi Program Radio**

Peter Pringle menjelaskan strategi program sebagai aspek manajemen dari sebuah program radio, yang terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, pelaksanaan program, pemantauan dan evaluasi program, atau seringkali manajemen strategis (Morissan, 2011, hal.273).

#### a. Pemrograman

Pemrograman melibatkan pengembangan rencana jangka pendek, menengah, dan panjang yang memungkinkan penyiar mencapai tujuan organisasi dan keuangannya. Untuk stasiun radio, pemrograman melibatkan pemilihan format dan konten pemrograman yang memenuhi dan memenuhi kebutuhan audiens

#### Produksi/pembelian program

Kata kunci dalam membuat program adalah ide dan konsep. Semua program selalu dimulai dengan ide atau konsep. Program yang diproduksi oleh media penyiaran disebut in-house production atau produksi in-house (Morisan, 2008, hal.267). Menurut Ningsih (2016, hal. 20), ada dua peluang dalam proses penyiaran.

1. Siaran Langsung atau Langsung: On-air, produksi berlangsung langsung dari ruang siaran, tanpa perlu pemotongan mesin atau perakitan material.
2. Rekaman I: Program yang direkam adalah program yang proses produksinya dilakukan dahulu baru kemudian pada hari kemudian di siarkan

#### a. Eksekusi Program

Eksekusi program melibatkan penyiaran program sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan sebelumnya. Karena setiap jam tayang memiliki audiens yang berbeda, departemen pemrograman perlu menganalisis dan mengatur setiap bagian jam tayang untuk menjangkau audiens yang diinginkan. Manajer program harus

mengatur dan mengatur program sebanyak mungkin. Hal ini membutuhkan strategi pengelolaan program, alokasi jam tayang (Morissan, 2011 )

#### b. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pemantauan dan evaluasi menentukan sejauh mana rencana dan tujuan dicapai atau direalisasikan oleh penyiar, departemen, dan karyawan. Agar fungsi pengawasan dapat dilaksanakan secara efektif, maka pengawasan harus didasarkan pada hasil kerja atau kinerja yang terukur. Dengan mengevaluasi setiap individu dan departemen secara teratur, manajer dapat membandingkan kinerja aktual dan prediksi. Jika kedua kinerja yang korektif

### **Eksistensi**

Eksistensi adalah proses dinamis, menjadi dan mengada. Ini adalah etimologi dari kata "keberadaan", yang berarti "keluar", "melampaui". Jadi, bukannya kaku atau stagnan, eksistensi itu fleksibel, berkembang atau sebaliknya tergantung pada apakah mereka dapat mewujudkan potensinya (Abidin, 2007, hlm. 16).

Sedangkan menurut Purwodarmint, keberadaan bukan berarti tempat diletakkannya benda-benda, melainkan adanya suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus sehingga kegiatan tersebut terus berjalan dengan lancar (Purwodarmint). , 2002, hal. 756).

Dari sudut pandang media penyiaran, *raison d'etre* program radio adalah apakah bisa bertahan lama. Media massa modern yang maju adalah kemajuan teknologi yang membuat kehidupan sehari-hari masyarakat lebih nyaman. Mulai dari bentuk sederhana seperti word of mouth, hingga koran cetak berupa surat kabar dan majalah, hingga penemuan telegraf sebagai prototipe radio, hingga lahirnya televisi hitam putih. Tak hanya itu, penemuan media massa berlanjut dengan televisi berwarna hingga penemuan internet mengubah dunia. Internet tampaknya menghasilkan sesuatu yang

sederhana dan menakjubkan dalam waktu singkat dan dalam jangkauan yang luas. Berita yang dulunya lokal memakan banyak waktu, bahkan harus menyebar ke banyak tempat. Dengan munculnya teknologi inovatif, beberapa media massa yang dianggap “lama” mulai berubah. Salah satunya radio yang saat ini mulai dianggap asing oleh generasi Z.

## **KESIMPULAN**

Berbagai cara yang telah dilakukan oleh radio agar tidak tergeser nya radio di kalangan generasi z adalah membuat berbagai bentuk strategi yang mampu membuat kalangan generasi z tidak meninggalkan radio, salah satunya dengan membuat strategi seperti membuat program yang sedang hangat-hangatnya di kalangan generasi z dan membuat suatu pertunjukan yang tidak membosankan bagi kalangan generasi z.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abidin, Z. (2007). *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Morissan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Morisson. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenada Media Group
- Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Penerbit Remadja Karya CV
- Romli, A.S.M. (2009). *Basic Announcing: Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa 2009). Broadcast Journalism. Bandung : Nuansa
- <https://katadata.co.id/agung/berita/62e773e3da762/studi-pustaka-adalah-referensi-penelitian-ini-penjelasan-lengkapnya> ( di unduh pada tanggal 30 Desember 2022 )