

Strategi Siaran Jeje Radio Surabaya Di Era 4.0 Untuk Menarik Minat Pendengar

¹Rahma Hidayani Setyawiaji, ²Merry FridhaTri Palupi, ³Mohammad Insan Romadhan

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

rahma.hidayani98@gmail.com

Abstract

Information technology has developed rapidly, previously done by humans and then replaced by machines. The development of the industrial revolution has entered the 4.0 era which combines with the internet. This development has an impact on various fields, one of which is broadcasting. Radio used to be only analog now you can listen to it online. The number of radio stations in Surabaya is increasing so that there is high competition in capturing the attention of the audience with the same target audience. Maintaining the existence of Jeje Radio Surabaya requires the right strategy. The research uses the concept of Peter Pringle's program strategy which consists of planning, program production, execution as well as monitoring and evaluation. The research method uses qualitative case studies. The results of the Jeje Radio program planning research are segmentation for ages 17 to 35 years. Jeje Radio's broadcast positioning has the slogan "Hits up your life" by prioritizing broadcasts of hits from the 90s to the newest songs. Program production is the stage of making a program name, hot clock and broadcast narration. Program execution uses the tapping method. Supervision is carried out indirectly and program evaluation is carried out every month, quarterly and annual evaluation. The development of Jeje Radio in the 4.0 era follows the development of industrial technology 4.0, namely by actively creating content and utilizing various social media platforms Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Tiktok, and JOOX as online radio streaming.

Keywords: Program Strategy, Broadcast, Radio, Industry Era 4.0.

Abstrak

Teknologi informasi telah berkembang pesat, sebelumnya di kerjakan manusia kemudian digantikan oleh mesin. perkembangan revolusi industri sudah memasuki era 4.0 yang berpadu dengan internet. Perkembangan ini berdampak pada berbagai bidang salah satunya bidang penyiaran. Radio dulu hanya analog sekarang dapat di dengarkan secara online. Jumlah radio di Surabaya semakin meningkat sehingga terjadi persaingan tinggi dalam merebut perhatian audiens dengan target pendengar yang sama. Mempertahankan eksistensi Jeje Radio Surabaya diperlukan strategi yang tepat. Penelitian menggunakan konsep strategi program Peter Pringle yang terdiri dari perencanaan, produksi program, eksekusi serta pengawasan dan evaluasi. Metode penelitian menggunakan kualitatif studi kasus. Hasil penelitian Perencanaan program Jeje Radio menyusun *segmentasi* untuk umur 17 sampai 35 tahun. *Positioning* siaran Jeje Radio memiliki slogan "*Hits up your life*" dengan mengutamakan siaran lagu hits dari tahun 90an hingga lagu terbaru. Produksi program tahapan pembuatan nama program, *hot clock* dan narasi siaran. Eksekusi program menggunakan metode *tapping*. Pengawasan di lakukan secara tidak langsung dan evaluasi program di lakukan setiap bulan, pertiga bulan dan evaluasi tahunan. Perkembangan Jeje Radio di era 4.0 mengikuti perkembangan teknologi industri 4.0 yaitu dengan aktif membuat konten dan memanfaatkan berbagai platform sosial media Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Tiktok, dan JOOX sebagai radio *streaming online*.

Kata kunci : Strategi Program, Siaran, Radio, Industri Era 4.0.

Pendahuluan

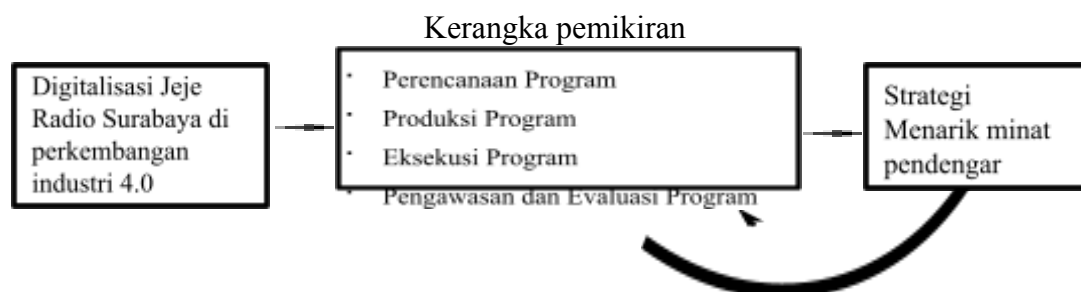
Perkembangan ini yang berlangsung cepat dalam pelaksanaan proses produksi di mana yang semula pekerjaan proses produksi di kerjakan oleh manusia digantikan oleh mesin, sedangkan barang yang diproduksi mempunyai nilai tambah yang komersial. Perkembangan ini adalah “Revolusi Industri” yang diperkenalkan oleh Freidrich Engels dan Louis Auguste Blanqui di pertengahan abad ke-19. (4.0) di awal tahun 21 yaitu 2011 semakin majunya teknologi yang otomatisasi berpaduan dengan internet untuk manufaktur. (Nurdianita Foanna, 2019) Perkembangan teknologi juga terjadi pada bidang media informasi seperti radio. Sejak bergulirnya UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, dunia penyiaran di Indonesia mengalami perubahan yang berarti. Pertumbuhan sehingga memicu tumbuh-kembangnya radio swasta di berbagai daerah di Indonesia. Namun Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan bersifat komplementer dengan media lainnya. (Dominick 2000 :242). Kemampuan adaptasi dari perubahan dunia inilah membuat Radio siaran masih tetap eksis dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan persuasif.

Dengan munculnya stasiun radio dengan berbagai macam program pilihan yang disajikan. Program acara antara lain program hiburan, musik, maupun berbagai informasi berita dan iklan komersil Penelitian Nielsen Radio Audience Measurement pada tahun 2016 menunjukkan bahwa 57% dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan Millenials atau para konsumen masa depan. Saat ini 4 dari 10 orang pendengar radio mendengarkan radio melalui perangkat yang lebih personal yaitu mobile phone. (Suminar, 2022). Perubahan radio dalam aspek ekonomi merupakan sebuah inovasi yang tidak disengaja. Namun terdapat pula perubahan dalam aspek gelombang siaran yaitu dari AM (Amplitudo Modulation) menjadi FM (Frequency Modulation) yang membuktikan bahwa siaran menjadi lebih bersih dan jernih (Astuti, 2013,h. 13). Setelah internet masuk dan berkembang mempengaruhi masyarakat dalam mengakses informasi, radio yang awalnya hanya dapat didengarkan melalui gelombang FM atau AM kini dapat didengarkan dengan streaming. Permasalahan yang muncul kemudian dan dihadapi oleh radio swasta dewasa ini adalah tingkat kompetisi yang tinggi antar sesama stasiun radio swasta. Ini berkaitan dengan semakin menjamurnya stasiun-stasiun radio diberbagai kota di daerah-daerah di Indonesia Jeje Radio Surabaya di era 3.0 ini adalah solusi alternatif dalam menyikapi kebutuhan akan informasi para pelaku bisnis sehingga, Jeje radio Berdasarkan latar belakang diatas maka pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana penggunaan perencanaan program, produksi program, eksekusi program serta pengawasan dan evaluasi program yang digunakan oleh Jeje Radio di era 4.0 dalam menarik minat pendengar dan dalam persaingan radio di kota Surabaya?

Penelitian terdahulu Strategi produksi siaran dalam menghadapi persaingan media (studi di Radio Eldity 95,2 FM Jambi) oleh Firmansyah pada tahun 2019. Feraz Basafi Abbas. Dengan judul “Strategi komunikasi prudent radio 102,8 FM dalam produksi program siaran acara prudent hits 10”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2013. Reyva Nabila Fatimah dengan judul “Strategi Produksi Mempertahankan Eksistensi I-Radio Bandung (Studi Kualitatif pada program feature Jalan Soresore 105,1 FM I-Radio Bandung)”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2020. Tresna dan Kartini yang berjudul “Strategi Program Radio dalam Mempertahankan Eksistensinya”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2019. Devi Siang Hari yang berjudul “Strategi rebranding Jeje Radio guna meningkatkan minat pendengar dalam menghadapi persaingan antar radio di Surabaya”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018. Radio di Era Digital, Radio awalnya menggunakan teknologi analog dengan antena sebagai penangkap sinyal dan batu baterai sebagai sumber energinya. Saluran radio pun juga hanya ada beberapa jenis. Seiring berjalannya waktu, teknologi radio berkembang

dengan menggunakan tenaga listrik, bahkan kini radio sudah dapat digunakan secara *wireless* ataupun melalui *gadget* baik radio milik negara maupun radio swasta.

Peter Pringle dalam buku Morissan (2009) berjudul Manajemen Media Penyiaran menjelaskan konsep strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen atau sering juga disebut dengan manajemen strategis program siaran terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program. (Morissan, 2008) Perencanaan ialah pemilihan dari berbagai kegiatan melibatkan mengambil keputusan apa saja yang wajib dilakukan, kapan, bagaimana serta oleh siapa. (Morissan, 2008) dibagi menjadi segmentasi, *targeting* dan *positioning*. Produksi dan Pembelian Program Dalam itu dalam proses produksi siaran terdapat dua cara *tapping* dan *live*. Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak, dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Pengawasan dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur sesuai



Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut pendapat Sugiono yang mengartikan bahwa penelitian kualitatif lebih cocok digunakan untuk jenis penelitian yang memahami tentang fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dalam penelitian ini yang membahas tentang strategi produksi siaran Jeje Radio di era 4.0 akan menggunakan pendekatannya studi kasus. Jenis pendekatan studi kasus ini merupakan jenis pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami sebuah kejadian atau masalah yang telah terjadi dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian diolah untuk mendapatkan sebuah solusi agar masalah yang diungkap dapat terselesaikan. (Karim, 2021) Teknik pengumpulan data Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak pewawancara yang mengajukan pertanyaan dengan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. (Moleong, 2010) Teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur. Melakukan observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut penjelasan menurut Marshall (Sugiyono, 2003). Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung serta menggunakan jenis observasi partisipasi pasif. Metode dokumentasi menurut Sugiono adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial untuk menelusuri data historis. (Sugiyono, 2003) Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumentasi pribadi, dokumentasi resmi, gambar, foto dan sebagainya (Moleong, 2010) Metode penelitian ini menggunakan analisis model Miles dan Huberman, mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas,

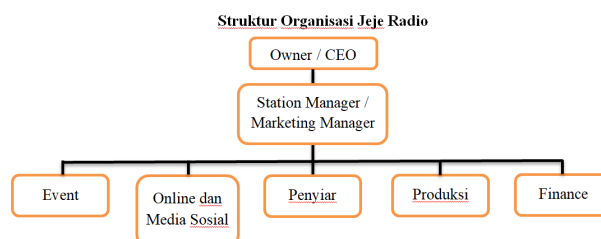
Hasil penelitian

Jeje Radio Surabaya telah mengudara selama 21 tahun. Jeje Radio telah berdiri sejak 28 Februari 2001 di bawah naungan PT Radio Wahana Informasi Gemilang. Awalnya objek penelitian radio ini menggunakan nama Radio JJ FM Surabaya dan kemudian berganti menjadi Jeje Radio. Dulu jargon atau slogan JJ Radio yang paling terkenal adalah *The Radio For The Bussines People* karena segmentasi *audiens* Radio JJ FM mencakup kalangan pebisnis yang berusia 20-40 tahun kemudian melakukan rebranding pada tahun 2010 Jeje Radio Surabaya dengan slogan "*Hits Up Your Life*" segmentasi *audiens* Jeje Radio berganti menjadi remaja. Segmen sasaran menjadi anak muda merupakan pilihan yang sangat berani karena saat ini di Surabaya banyak radio kompotitier yang hadir dengan competitor yang memiliki segmentasi audiens yang sama antara lain Gen FM, Hard Rock FM, Istara FM dan lain-lain.



Perubahan logo jeje radio di tahun 2012

Berganti *brand* JJ radio ke Jeje Radio merupakan tantangan baru bagi Jeje Radio sendiri termasuk dalam perubahan di bagian keahlian sumber daya manusia (SDM) yang merupakan tantangan terbesar. Tantangan terbesar ketika Jeje Radio mengganti konsep dan segmentasi adalah mundurnya para pekerja. Pekerja yang mengelola siaran bisnis merasa tidak cocok untuk mengelola program siaran untuk remaja. Hal ini pun langsung terjadi perubahan besar dari program-program yang di siarkan dengan penyiar yang lebih enerjik dan lebih anak muda dalam membawakan program siaran.



Proses produksi program siaran di Jeje Radio saat ini mengikuti aturan baru yang di bawa oleh Stasiun manager baru yaitu Hari Qpli yang mulai merubah sistem organisasi, sistem siaran dan memulai perubahan dengan menambah siaran melalui radio online yang bergabung dengan aplikasi streaming musik JOOX. Sehingga pendengar Jeje Radio tidak hanya dari Surabaya dan sekitarnya saja namun bisa seluruh Indonesia yang penting memiliki aplikasi Joox Semenjak Hari Qpli menjadi Stasiun manager pada agustus 2018 banyak perombakan besar yang terjadi dalam sistem Jeje radio terutama pemotongan karyawan yang cukup banyak di hapuskan untuk megoptimalkan kinerja karyawan di Jeje Radio. Sejak perubahan itu di tahun 2019 hingga saat ini tidak adanya program siaran yang di produksi karena Hari Qpli sebagai Stasiun manager tidak ingin membuat pendengar asing dengan program baru yang sudah mereka kenal dan hapal dengan jam siarannya.

1. Perencanaan Program

Perencanaan program merupakan tahapan awal proses pembuatan program yang merupakan tahap dalam mencurahkan segala tenaga dan pikiran untuk mengkonsep sebuah

acara agar dapat menjadi acara yang di terima dan eksis. Pada tahap perencanaan ini mencakup pemilihan format acara, jenis program, penentusan tema, mencari narasumber, mengumpulkan data dan informasi, menentukan musik pendukung, jadwal siaran, karakteristik, penulisan naskah dan hubungannya dengan pengiklan program. pembuatan satu program siaran membutuhkan waktu 1 bulan lamanya untuk mencari informasi terkait dengan konsep yang sudah di buat oleh tim serta untuk memperoleh bagaimana segmentasi, targeting dan positioning dalam membuat sebuah program siaran. Dalam tahapan tim produksi Jeje Radio membuat 100 pertanyaan acak yang akan di berikan kepada target audiens yang sudah di tentukan. Target penerima survey ini adalah anak sekolah, pekerja, freelancer dan lainnya untuk mengetahui kapan saja mereka mendengarkan radio dan hal lainnya yang tidak bersangkutan dengan radio.

Segmentasi pendengar JJ FM awalnya berfokus pada informasi bisnis yang menyajikan ulasan yang mendukung berbagai pengetahuan bisnis, ekonomi mikro dan makro, keuangan dan praktik manajemen kemudian melakukan rebranding menjadi radio anak muda sehingga segmentasi pasar pun berubah menjadi lebih membahas tentang anak muda dan berita terkini. Targeting untuk menentukan target umur pendengar, target dari program siaran ini dan target untuk menjangkau pasar target pendengar mulai dari siswa SMP hingga keluarga muda dengan jangkauan umur 16 hingga 35 tahun yang merupakan kalangan millennial. Target ini di pilih karena sesuai dengan tema Jeje Radio Surabaya sendiri yang merupakan radio anak muda. Positioning atau penentuan posisi adalah menentukan makna produk dalam pikiran konsumen berdasarkan perbandingan dengan produk pesaing. Setiap program di Jeje radio harus memiliki fokusnya masing-masing agar menjadi daya Tarik bagi pendengar dan meningkatkan jumlah pendengar. Salah satu program yang menarik dan mempunyai posisinya yaitu program Kpop up yang merupakan program mingguan yang menjelaskan seputar korea.

2. Produksi Program

Dalam tahapan produksi ini ada beberapa tahapan sebelum penyiar melakukan rekaman sebuah program. Tahapan ini membutuhkan masukan pendapat dari staff agar program siaran dapat berjalan sesuai dengan hasil riset yang sudah dilakukan sebelumnya. Setelah hasil riset di olah dan memperoleh persetujuan dari Station manager dan pemilik Jeje Radio maka tahapan selanjutnya dalam pembuatan program baru yaitu pembuatan hot clock. Hot clock atau rundown adalah rambu-rambu dalam penyiaran bagi sebuah program radio agar tidak keluar dari jalan yang sudah di tentukan sebelumnya. Hot clock dan rundown ini disusun berdasarkan jenis program yang akan di diproduksi. Dalam pembagian program terbagi menjadi 2 jenis yaitu program sebagai hiburan yang menyiarkan musik dan program sebagai non hiburan yang menyiarkan informasi. Hot clock dibagi-bagi berdasarkan segmen dalam radio yang di bedakan dalam beberapa warna berbeda. Setiap warna mengatur komposisi seperti opening, lagu, iklan, materi yang dibicarakan, insert kuis, non kuis, dan element lainnya seperti jingle atau montage.

3. Eksekusi Program

Setelah dua tahapan sebelumnya sudah terlaksana dan mendapatkan hasil untuk membuat sebuah program radio maka tahapan pelaksanaan program pun di mulai. Tahapan merupakan tahapan dimana program radio yang di buat akan disiarkan pada waktu yang sesuai target pasar yang dituju. Di umur 21 tahun Jeje radio sudah banyak program siaran yang di buat dan di bawakan Jeje radio. Ada program Jalan-jalan sore, program acara weekend hits, Jeje Talk, Jeje Tune in dan marathon hits, hits and play, dan tiga program hitsnya yaitu Surabaya morning show, Indo 15 dan Clun 25 hits. Namin saat ini hanya ada 4 program siaran regular dengan 2 program pada weekend di Jeje Radio. proses rekaman menggunakan sistem tapping

atau rekaman semuanya hal ini juga termasuk untuk rekaman iklan, talk show dan aciprise. Sistem ini sudah digunakan sejak tahun 2014 lalu setelah jejeradio melakukan rebranding menjadi radio untuk anak muda yang lebih banyak menyiarkan lagu-lagu.

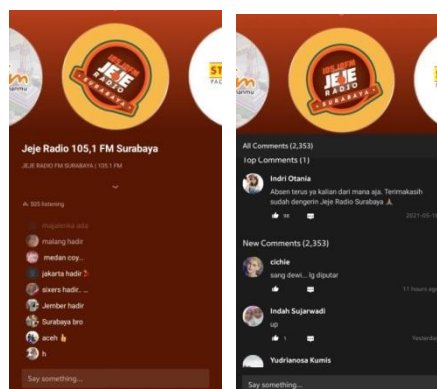
Saat ini proses siaran yang diambil Jeje radio sendiri mempunyai nilai plus dan minusnya sendiri. Pada proses produksi siaran dengan cara tapping atau rekaman mempunyai point plus yaitu bisa memotong bagian yang dirasa kurang mengeditnya contohnya jarak antar kata perkata yang lama untuk memikirkan kalimat selanjutnya hal ini bisa di edit terlebih dahulu agar siaran terdengar sempurna tanpa ada salah. Sedangkan minusnya dari proses produksi rekaman atau pun live delay yaitu berita yang di bawakan kurang update karena berita yang dibawakan buka yang real time atau saat itu juga namun hal ini dapat di tangani dengan cara memilih berita yang masih fresh yang tidak gampang basi untuk bisa di infokan ke pendengar mestipun tidak saat itu juga di siarkan.

4. Pengawasan dan Evaluasi Program

Evaluasi dari seluruh proses produksi program yang dilakukan Jeje Radio dilakukan setiap bulannya. Evaluasi ini dilakukan apakah program siaran yang di produksi mendapat feedback yang baik dari pendengar dan sudah sesuaikan dengan segmentasi, targer dan positioning yang sudah di rencanakan sebelumnya. Evaluasi juga unurk mengetahui apakah program ini bisa dijalankan terus atau tidak kedepannya. Untuk pengawasan program siaran tidak dilakukan secara langsung oleh Stasiun manager karena Stasiun manager akan memperoleh laporan langsung dari penyiar. Namun stasiun manajar juga mendengarkan radio di rumahnya untuk mengetahui apakah program siaran berjalan dengan baik. Pengawasan juga dilihat dari jumlah pendengar dan komentar melalui aplikasi JOOX apakah ada peningkatan pendengar pada segmen baru yang sedang di produksi. Pengawasan program siaran tidak dilakukan secara langsung oleh Stasiun manager karena Stasiun manager akan memperoleh laporan langsung dari penyiar. Namun stasiun manajar juga mendengarkan radio di rumahnya untuk mengetahui apakah program siaran berjalan dengan baik. Pengawasan juga dilihat dari jumlah pendengar dan komentar melalui aplikasi JOOX apakah ada peningkatan pendengar pada segmen baru yang sedang di produksi.

Jeje di era 4.0

Jeje Radio Surabaya dalam mengikuti perkembangan zaman yang serba online ini adalah transformasi untuk mampu merangkul keseluruhan aspek produksi di industri melalui penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional. Sosial media saat ini merupakan hal yang penting bagi semua bidang selain sebagai media branding namun juga sebagai media informasi. Jeje Radio Surabaya saat ini memiliki beberapa media sosial yang aktif untuk dapat berkomunikasi dengan para pendengar yaitu Instagram (@jejeradiosby), Facebook (Jeje Radio Surabaya), Twitter (@jejeradiosby), Youtube (Jeje Radio Surabaya), Tiktok (@jejeradio.surabaya) dan JOOX sebagai media *streaming* radio online dengan adanya fitur melihat jumlah pendengar dan *live chat* dengan pendengar.



JOOX Jeje Radio Surabaya

Penutupan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik studi kasus dan wawancara yang dilakukan di Jeje Radio Surabaya tentang Strategi Program Siaran Jeje Radio di Era 4.0 yang berdasarkan konsep Strategi produksi menurut Peter Pringles yang terdiri dari perencanaan, produksi dan pembelian program, eksekusi serta pengawasan dan evaluasi dapat diambil beberapa kesimpulan yang diuraikans sebagai berikut:

1. Perencanaan Program

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti perencanaan Program di Jeje Radio di bagi menjadi tiga bagian yaitu *segmentasi, targeting dan positioning*. Perencanaan di bagi menjadi tiga bagian karena untuk memfokuskan pemilihan sasaran yang sesuai dengan program siaran yang sedang di produksi. *Segmentasi* untuk Jeje Radio Surabaya adalah kalangan anak SMP hingga keluarga muda. Yang di targetkan untuk umur sekitar 16 atau 17 tahun sampai umur di bawah 35 tahun yang masih umuran anak millennial. *Positioning* program siaran dengan selogan yang mendukung yaitu *hits up your life* dengan mengutamakan siaran lagu hits yang bisa diambil dari tahun 90an hingga yang terbaru

2. Produksi dan Pembelian Program

Tahapan selanjutnya adalah tahapan saran dan kritik dari seluruh staff untuk membangun bagaimana program siaran ini dapat terlaksana dan menjadi program dan banyak peminatnya. Setelah terbentuk nama program di buat pembagian segme siaran yang disebut dengan *hot clock* atau *rundown* acara. Kemudian pembuatan narasi siaran.

3. Eksekusi Program

Eksekusi program adalah tahapan pelaksanaan program radio yang sudah di konsep selama kurang lebih satu bulan lamanya. Dalam tahapan produksi ini Jeje Radio Surabaya menggunakan metode *tapping* atau rekaman yang akan di edit terlebih dahulu kemudian akan di siarkan mundur beberapa jam atau *live delay* atau bisa di siarkan esok harinya.

4. Pengawasan dan Evaluasi Program

Tahapan produksi adalah bagian pengawasan dan evaluasi. Pengawasan di Jeje Radio dilakukan secara tidak langsung karena semua laporan kinerja akan dilaporkan langsung ke Station manager namun jika ada kesalahan langsung akan di beri peringatan. Evaluasi di Jeje Radio di lakukan setiap bulannya, pertiga bulan dan pertahunnya. Evaluasi ini di Jeje sering di ucapkan dengan makan siang bareng namun topik yang di bahas berat tentang evaluasi kinerja dan program siaran.

Perkembangan Jeje Radio di era 4.0 yaitu dengan aktif di berbagi platform sosial media seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Tiktok, dan JOOX untuk siaran radio online dan wadah untuk program podcast yang merupakan hal baru. Dari siaran radio online di JOOX Jeje Radio bisa mengetahui berapa pendengar yang mendengarkan Jeje Radio dan berkomunikasi langsung dengan pendengar dengan sistem lobrolan langsung yang tersedia di aplikasi JOOX. Siaran Jeje Radio Surabaya pun bisa di dengarkan di seluruh Indonesia tidak hanya wilayah Surabaya dan sekitarnya.

Saran

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dan sumbangan ilmiah pada kajian ilmu komunikasi khususnya pada kajian media. Penelitian ini diharapkan memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai program siaran di radio khususnya pada perkembangan media, serta penelitian selanjutnya diharapkan lebih berfokus pada objek penelitian yang lebih spesifik dan mendalami aspek-aspek dalam penelitian selanjutnya. Penelitian selanjutnya diharap dapat menggunakan teori yang sesuai dengan strategi program siaran di radio.

b. Secara praktis

Penelitian ini hasil yang mungkin dapat dijadikan bahan evaluasi dan saran bagi Jeje radio Surabaya dalam mengembangkan dan meningkatkan kinerja dan program di Jeje Radio Surabaya agar menjadi radio besar di Indonesia. Saran dari penelitian ini yaitu tetap konsisten dalam memberikan hasil terbaik untuk audiens, tetap memertahankan visualisasi anak muda yang di ambil. Tetap mempertahankan pemilihan lagu dan konten yang disiarkan agar selalu menarik untuk didengar. Untuk media sosial Instagram di pertahankan untuk pemilihan topik dan gambar yang akan di upload. Untuk story Instagram di perbanyak mengenai kegiatan Jeje Radio Surabaya, program siaran radio atau proses siaran radio agar lebih menarik khalayak di media sosial.

Daftar Pustaka

- Aliffianto, A. Y., & Andrianto, N. (2022). Sustainable Tourism Development From The Perspective Of Digital Communication. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(1), 110-125.
- Ambar. (2017). *20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli*. <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>
- Andrianto, N. (2018). Pesan kreatif iklan televisi dalam Bulan Ramadan: Analisis semiotika iklan Bahagianya adalah Bahagiaku. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1), 17-31.
- Andrianto, N., & Aliffianto, A. Y. (2020). Brand image among the purchase decision determinants. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(3), 700-715.
- Andrianto, N., & Aliffianto, A. Y. (2021). Analisis Isi Gangguan Stress Pasca Trauma dalam Film 27 Steps of May. *Communicator Sphere*, 1(1), 20-30.
- Anggoro, L. (2005). *Teori dan Profesi Kehumasan (serta aplikasinya di Indonesia)* (p. 146). Bumi Aksara.
- Morrissan, M. A. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Kencana.
- Rahayu, T. Y., & Dewi Katili, K. R. (2019). Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Makna (Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya)*, 4(1), 139–153. <https://doi.org/10.33558/makna.v4i1.1677>
- Riyanto, D. Y., Andrianto, N., Riqqoh, A. K., & Aliffianto, A. Y. (2019). A Conceptual Framework for Destination Branding in Jawa Timur, Indonesia. *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 24(2), 149-157.
- Romli, A. S. M. (2004). *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter & Script Writer* (p. 19). Nuansa..
- Saladin, D. (1994). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Mandar Maju.
- Santoso, R., Fianto, A. Y. A., & Ardianto, N. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Pengembangan Bisnis Pada Karang Taruna Permata Alam Permai Gedangan Sidoarjo. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2), 326-338.