

Strategi Produksi Program Radio Gen FM Surabaya Dalam Mempertahankan Eksistensi Kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z

¹Delfia Selfanya Salawaty, ²Mohammad Insan Romadhan, ³Amalia Nurul Muthmainnah

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

⁴hpsdelfia@gmail.com

Abstract

The purpose of the study was to find out and describe the production strategy of the Gen FM Surabaya radio program in maintaining the existence of millennials and generation Z. The data analysis technique used in this study is interactive model data analysis. The results showed that the production strategy of the Gen FM Surabaya radio program in maintaining the existence of millennials and generation Z consists of: a) Program planning; by identifying the goals and targets of listeners, determining broadcast formats, creating program ideas or program concepts, establishing program broadcast schedules, preparing for program production, promoting programs through advertisements and social media, collecting and conducting feedback with listeners, and continuously reviewing programs; b) Program production; consists of: recording, editing audio, arranging segments according to a predetermined schedule, selecting appropriate music or songs for the program, ensuring all aspects of production according to the plan, adjusting the duration of the program to a specified schedule, ensuring all technical equipment is functioning properly, storing copies of the program for future reference and preparing supporting content for broadcast; c) Program execution; consists of program broadcasting, time and schedule management, ensuring program audio quality, ensuring that advertisements are broadcast on time, technical management activities, ensuring music playback on schedule, ensuring broadcast information is accurate, ensuring broadcasters can control sound and tone properly, monitoring fan reactions and responses, keeping copies of programs; and d) Program supervision and evaluation; By setting program goals, monitoring program broadcasts, listener evaluation and feedback, program evaluation and program segmentation rating, seeing listener satisfaction, making comparisons between targets and goals, continuous supervision.

Keywords: Strategy, Production, Radio

Abstrak

Tujuan penelitian untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi produksi program radio Gen FM Surabaya dalam mempertahankan eksistensi kalangan generasi milenial dan generasi Z. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produksi program radio Gen FM Surabaya dalam mempertahankan eksistensi kalangan generasi milenial dan generasi Z terdiri dari: a) Perencanaan program; dengan mengidentifikasi tujuan dan target pendengar, menentukan format siaran, membuat ide program atau konsep program, menetapkan jadwal siaran program, mempersiapkan dalam produksi program, mempromosikan program melalui iklan-iklan dan media sosial, mengumpulkan dan melakukan umpan balik dengan pendengar, dan terus meninjau program; b) Produksi program; terdiri dari: rekaman, editing audio, menyusun segmen sesuai jadwal yang telah ditentukan, memilih musik atau lagu yang sesuai untuk program, memastikan semua aspek produksi sesuai dengan rencana, menyesuaikan durasi program dengan jadwal yang ditentukan, memastikan semua peralatan teknis berfungsi dengan baik, menyimpan salinan program untuk referensi di masa depan dan menyiapkan konten pendukung untuk siaran; c) Eksekusi program; terdiri dari siaran program,

pengelolaan waktu dan jadwal, memastikan kualitas audio program, memastikan bahwa iklan disiarkan sesuai waktu, aktivitas manajemen teknis, memastikan pemutaran musik sesuai jadwal, memastikan informasi yang disiarkan adalah akurat, memastikan para penyiar dapat mengontrol suara dan nada dengan baik, memantau reaksi dan tanggapan penggemar, menyimpan salinan program; serta d) Pengawasan dan evaluasi program; dengan penetapan tujuan program, memantau siaran program, evaluasi dan umpan balik pendengar, evaluasi program dan rating segmentasi program, melihat kepuasan pendengar, melakukan perbandingan antara target dan tujuan, pengawasan secara berkelanjutan.

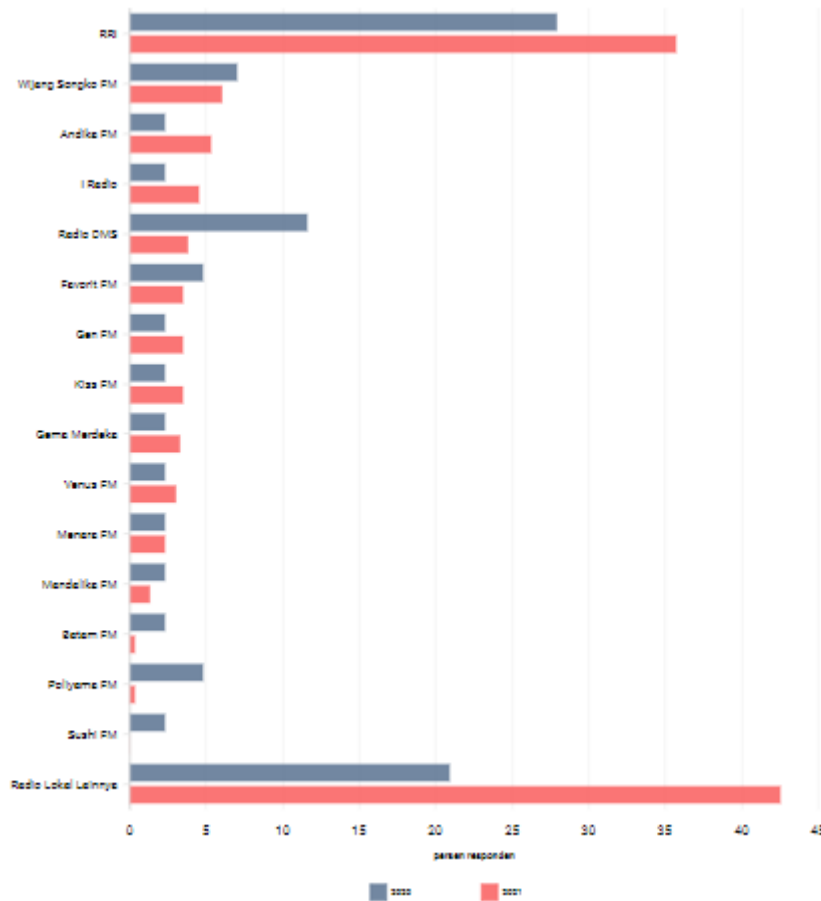
Kata kunci: Strategi, Produksi, Radio

Pendahuluan

Media massa yakni keseluruhan sarana yang dimanfaatkan dalam produksi, distribusi serta penyampaian info. Media massa memiliki peran di kehidupan public untuk mengirim info serta *feedback*. Media massa banyak dimanfaatkan di lingkup keseharian seperti surat kabar, televisi, film bioskop serta radio. Radio yakni media massa dengan penggolongan cepat dikarenakan memiliki ketepatan waktu serta penggunaan siaran langsung. Secara umum, radio yakni media massa satu arah dengan sumber ke sasaran serta sasaran tersebut tidak mampu atau tidak memiliki kesempatan memberi *feedback* ke individu untuk interaksi hingga timbul komunikasi. Radio mampu dimanfaatkan untuk media interaktif yang memberi kesempatan ke pendengar untuk *feedback* dengan pengirim info di stasiun radio tertentu (Dasih, 2021).

Pada praktiknya, tidak mudah dalam membuat program siaran yang mampu menarik perhatian banyak pendengar. Banyak hal yang harus dipersiapkan untuk merancang dan mengeksekusi program. Sebuah program yang berhasil biasanya hasil kolaborasi banyak ide dan pikiran. Tidak banyak program radio yang sukses, tetapi bukan berarti tidak ada peluang bagi pekerja radio untuk menghasilkan program yang menarik dan mampu meraih banyak pendengar. Menurut Keith Jackson, terdapat beragam hal yang dipraktikkan pada perancangan serta menentukan waktu siaran yang efektif yakni: mengenali calon pendengar, merumuskan bentuk dan materi program, penentuan format stasiun untuk mmeberi konsistensi siaran ke target pendengar serta menjaga kompetensi pada radio lainnya, serta membangun citra radio untuk memperkuat *brand* di benak pendengar (Ikhwan, 2022).

Di Indonesia, populasi pendengar radio memang tampak rendah. Data survei Kominfo menunjukkan bahwa dari 10.000 responden, hanya 4% yang melakukan akses ke radio, Namun, data survei juga menunjukkan bahwa terdapat beberapa radio yang masih banyak diakses oleh masyarakat. Berikut data yang dimaksud (Hidayat, 2022):



Gambar 1 Stasiun Radio yang Biasa Diakses
Sumber: Hidayat (2022)

Berdasarkan gambar di atas, diketahui bahwa gen FM termasuk dalam salah satu radio yang biasa diakses oleh pendengar. Gen FM merupakan radio hit kontemporer anak remaja oleh jaringan Mahaka Radio Integra dengan kantor pusat yang ada di Jakarta. Gen FM memiliki jaringan di Jakarta dengan frekuensi 98.7 MHz dan Surabaya dengan frekuensi 103.1 MHz.

Salah satu jaringan Gen FM berada di Surabaya atau Gen FM Surabaya. Gen FM Surabaya terletak di Graha Pena Lantai 7 Unit 709 Ketintang Surabaya. Gen FM Surabaya termasuk salah satu radio populer di Surabaya, dikarenakan Gen FM Surabaya sering menyajikan atau memutar lagu-lagu masa kini dan *up to date* baik lagu lokal dan internasional. Gen FM Surabaya juga sering dipercaya menjadi mediator untuk acara-acara di Surabaya dan sekitarnya sebagai media *partner* ataupun penyelenggara. Namun, Gen FM Surabaya dianggap masih perlu untuk melakukan upaya lebih dalam menghadapi transformasi digital dan agar dapat terus beradaptasi di tengah-tengah pendengar dari generasi milenial dan generasi Z di Surabaya dan sekitarnya.

Pertanyaan riset ini yakni: Bagaimana strategi produksi program radio Gen FM Surabaya dalam mempertahankan eksistensi kalangan generasi milenial dan generasi Z?

Tujuan riset ini untuk tahu serta melakukan deskripsi pada strategi produksi program radio Gen FM Surabaya dalam mempertahankan eksistensi kalangan generasi milenial dan generasi Z.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Peneliti akan mendeskripsikan suatu objek, fenomena atau setting sosial yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif (Anggito & Setiawan, 2018).

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Wawancara merupakan situasi sosial antara dua orang atau lebih, di mana proses psikologis yang terlibat membutuhkan kedua pihak secara timbal balik dalam memberikan beragam tanggapan sesuai tujuan penelitian (Amruddin et al., 2022). Sedangkan dokumen adalah catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu (Amruddin et al., 2022).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif oleh Miles, Huberman dan Saldana (2014) yang terdiri dari kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah proses uji keabsahan data dengan cara mengkonfirmasi data penelitian yang sudah diperoleh pada sumber yang berbeda (Hermawan & Amirullah, 2016).

Hasil dan Pembahasan

Menurut Bittner, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Komunikasi massa adalah suatu tipe komunikasi manusia yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanis yang mampu melipatgandakan pesan-pesan komunikasi. Komunikasi massa juga dianggap sebagai sebuah bentuk komunikasi yang memanfaatkan media massa untuk menyebarkan pesan kepada khalayak luas pada saat yang bersamaan (Rusdiana, 2021).

Perkembangan alat komunikasi saat ini telah menyebabkan orang di seluruh dunia berkomunikasi satu sama lain. Hal ini dikarenakan ada berbagai media (saluran) yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan. Dari sekian banyak media penyiaran, radio merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang menjangkau khalayak yang sangat luas. Sebagai media hiburan dan media informasi, radio sama terkenalnya dengan media cetak dan elektronik. Radio adalah komunikasi massa audio yang dikonsumsi dengan cara mendengarkan sedemikian rupa sehingga isi siarannya sepiantas dan tidak dapat diulang (Kushardiyanti et al., 2023).

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi produksi program radio Gen FM Surabaya dalam mempertahankan eksistensi kalangan generasi milenial dan generasi Z. Menurut Peter Pringle, strategi program terdiri dari beberapa hal yakni (Indrajati & Ruliana, 2020):

1. Perencanaan program

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan program radio Gen FM Surabaya dianggap sebagai langkah penting dalam merencanakan, mengembangkan dan pengelolaan pada program yang akan disiarkan. Perencanaan program dilakukan dengan mengidentifikasi tujuan dan target pendengar, menentukan format siaran, membuat ide

program atau konsep program, menetapkan jadwal siaran program, mempersiapkan dalam produksi program, mempromosikan program melalui iklan-iklan dan media sosial, mengumpulkan dan melakukan umpan balik dengan pendengar, dan terus meninjau program-program. Selain itu, pihak Gen FM Surabaya tidak lupa untuk penelitian atau riset untuk memahami kebutuhan dan preferensi pendengar atau target pendengar serta mengevaluasi kompetensi dan tren industri yang relevan. Pihak yang memiliki wewenang untuk melakukan perencanaan program di Gen FM Surabaya yakni manajemen Gen FM Surabaya, tim program dan tim produksi.

Beberapa pertimbangan bagi Gen FM Surabaya untuk merencanakan suatu program antara lain: tujuan program radio, segmentasi pendengar, bagaimana format program yang akan dibuat, bagaimana penjadwalan siaran yang dilakukan, mematuhi regulasi yang ada, menentukan anggaran perusahaan untuk pengembangan dan produksi program, merencanakan strategi promosi radio, evaluasi dan fleksibilitas di mana dilakukan penyesuaian dengan perubahan tren atau kebutuhan musik para pendengar. Praktiknya, kendala Gen FM Surabaya ketika melakukan perencanaan program yakni: industri radio yang dianggap kompetitif sehingga banyak pesaing yang memiliki segmentasi pendengar yang sama dengan Gen FM Surabaya, perubahan tren musik, selera pendengar (dalam hal ini kalangan generasi milenial dan generasi Z) serta perkembangan zaman yang membuat semakin banyak orang yang lebih memilih mendengarkan lagu atau musik di *platform* lain misalnya Spotify dan Apple Music.

2. Produksi program

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas praproduksi program radio Gen FM Surabaya merupakan aktivitas yang ada di tahap perencanaan dan sebelum program itu benar-benar disiarkan, terdiri dari: penentuan tujuan program, memikirkan ide konten program, membuat skrip dan mengembangkannya, memilih siapa penyiar yang pas, melakukan edit dan rekam ulang audio, membuat jadwal produksi, menyiapkan semua peralatan yang diperlukan untuk siaran program, serta mengecek semua aspek program sebelum produksi sesungguhnya dimulai. Tahap praproduksi disebut sebagai tahapan kunci untuk memastikan bahwa program dapat berjalan dengan lancar dan berkualitas tinggi. Dengan adanya perencanaan yang cermat maka dapat dilakukan upaya untuk meminimalisir gangguan dan kesalahan selama produksi dan siaran program. Selain itu, tahapan paproduksi ini penting karena dapat memastikan bahwa program dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan dan pendengar yang ditargetkan Gen FM Surabaya yakni kalangan generasi milenial dan Z.

Produksi program radio Gen FM Surabaya merupakan tahapan di mana program sebenarnya disiapkan, direkam dan diproduksi sebelum disiarkan. Tahapan produksi tersebut terdiri dari: rekaman, editing audio, menyusun segmen sesuai jadwal yang telah ditentukan, memilih musik atau lagu yang sesuai untuk program, memastikan semua aspek produksi sesuai dengan rencana, menyesuaikan durasi program dengan jadwal yang ditentukan, memastikan semua peralatan teknis berfungsi dengan baik, menyimpan salinan program untuk referensi di masa depan dan menyiapkan konten pendukung untuk siaran. Sedangkan aktivitas pasca produksi program radio Gen FM Surabaya terdiri dari serangkaian tindakan yang dilakukan setelah program disiarkan, antara lain: meninjau kinerja program dengan mempertimbangkan data pendengar, tanggapan dan umpan balik

dari pendengar dalam hal ini kalangan generasi milenial dan Z, menganalisis apa saja yang perlu diperbaiki misalnya melakukan perbaikan program, menyimpan dan mengarsip program, promosi program pada media sosial seperti Instagram, merencanakan program mendatang, serta mengevaluasi performa iklan.

3. Eksekusi program

Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksekusi program di Gen FM Surabaya merupakan tahapan di mana ketika semua persiapan dan perencanaan program direalisasikan menjadi program yang disiarkan. Terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan ketika eksekusi program Gen FM Surabaya, antara lain: a) Siaran program, di mana program yang telah direkam dan disiapkan akan disiarkan sesuai jadwal; b) Pengelolaan waktu dan jadwal, di mana dilakukan pemantauan apakah program dimulai dan berakhir sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan; c) Memastikan kualitas audio program agar tetap baik selama siaran; d) Memastikan bahwa iklan yang disiarkan sudah sesuai dengan waktu yang ditetapkan atau belum; e) Aktivitas manajemen teknis untuk memastikan bahwa peralatan teknis yang digunakan telah berfungsi dengan baik selama siaran dan mengatasi bila ada masalah teknis; f) Memastikan bahwa pemutaran musik sesuai dengan jadwal yang ditentukan; g) Memastikan bahwa informasi yang disiarkan kepada pendengar adalah informasi yang terbaru dan akurat; h) Memastikan bahwa para penyiar dapat mengontrol suara dan nada dengan baik; i) Memantau reaksi dan tanggapan para pendengar di media sosial; serta j) Menyimpan salinan rekaman program untuk referensi di masa mendatang atau untuk persiapan siaran ulang. Pada eksekusi program, diperlukan upaya menjaga komunikasi dengan seluruh tim yang terlibat agar program acara dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana.

Kriteria yang ditetapkan dalam eksekusi program radio Gen FM Surabaya antara lain: kualitas audio, kepuasan para pendengar yang diketahui dari umpan balik dan preferensi pendengar, kesesuaian format program, kejelasan tujuan program, keberlanjutan program yang dibuat, kualitas produksi, kesesuaian dengan regulasi dan lisensi penyiaran yang berlaku, jumlah dan kualitas pendengar, kualitas program itu sendiri, dan keseimbangan aspek teknis dan kreativitas tim yang terlibat dalam pembuatan program. Tujuan eksekusi program radio Gen FM Surabaya antara lain: membantu meningkatkan reputasi Gen FM Surabaya di mata pendengar; untuk menjalankan program apakah sudah sesuai dengan jadwal yang ada; memastikan bahwa semua program sesuai dengan regulasi penyiaran dan masalah hak cipta, etika dan ketentuan hukum lainnya; mempertahankan pendengar setia Gen FM Surabaya; untuk mencapai tujuan dari perencanaan program; serta memberikan pengalaman mendengarkan program radio yang memuaskan bagi para pendengar di kalangan milenial dan gen Z.

4. Pengawasan dan evaluasi program

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pengawasan dan evaluasi program radio Gen FM Surabaya merupakan tindakan yang dirancang secara khusus untuk memantau dan evaluasi kinerja program radio yang dimiliki sehingga dapat memastikan bahwa program radio tersebut telah memenuhi tujuan yang ditetapkan dan mampu meningkatkan kualitas program radio tersebut. Sistem pengawasan dan evaluasi program radio Gen FM Surabaya dilakukan dengan penetapan tujuan program dan indikator pencapaian kinerja program, memantau siaran program, evaluasi dan umpan balik dari pendengar, evaluasi

pada konten program dan rating segmentasi program, melihat kepuasan pendengar, melakukan perbandingan antara target dan tujuan dan melakukan pengawasan secara berkelanjutan.

Pihak yang bertanggungjawab atau memiliki wewenang dalam melakukan pengawasan dan evaluasi program di Gen FM Surabaya antara lain: bagian manajemen stasiun radio, tim produksi, tim program, tim siaran, serta bagian riset yang memiliki tugas untuk mengumpulkan dan analisa data program radio, rating, pangsa pasar sasaran dan umpan balik dari pendengar. Tujuan dilakukan pengawasan program radio Gen FM Surabaya adalah untuk memastikan bahwa program yang dimiliki sesuai dengan tujuan dan standar kualitas yang ditetapkan; sebagai bahan untuk melakukan perbaikan secara berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan kualitas program; untuk identifikasi peluang dalam pengembangan dan inovasi program; untuk mengetahui perkembangan program; serta melakukan identifikasi terkait dengan cara untuk meningkatkan jumlah pendengar dan mempertahankan pendengar yang setia pada Gen FM Surabaya selama ini

Penutup

Strategi produksi program radio Gen FM Surabaya dalam mempertahankan eksistensi kalangan generasi milenial dan generasi Z terdiri dari:

1. Perencanaan program; dilakukan dengan mengidentifikasi tujuan dan target pendengar, menentukan format siaran, membuat ide program atau konsep program, menetapkan jadwal siaran program, mempersiapkan dalam produksi program, mempromosikan program melalui iklan-iklan dan media sosial, mengumpulkan dan melakukan umpan balik dengan pendengar, dan terus meninjau program-program.
2. Produksi program; terdiri dari: rekaman, editing audio, menyusun segmen sesuai jadwal yang telah ditentukan, memilih musik atau lagu yang sesuai untuk program, memastikan semua aspek produksi sesuai dengan rencana, menyesuaikan durasi program dengan jadwal yang ditentukan, memastikan semua peralatan teknis berfungsi dengan baik, menyimpan salinan program untuk referensi di masa depan dan menyiapkan konten pendukung untuk siaran.
3. Eksekusi program; terdiri dari a) Siaran program, di mana program yang telah direkam dan disiapkan akan disiarkan sesuai jadwal; b) Pengelolaan waktu dan jadwal, di mana dilakukan pemantauan apakah program dimulai serta berakhir sesuai penetapan jadwal; c) Memastikan kualitas audio program agar tetap baik selama siaran; d) Memastikan bahwa iklan yang disiarkan sudah sesuai dengan waktu yang ditetapkan atau belum; e) Aktivitas manajemen teknis untuk memastikan bahwa peralatan teknis yang digunakan telah berfungsi dengan baik selama siaran dan mengatasi bila ada masalah teknis; f) Memastikan bahwa pemutaran musik sesuai dengan jadwal yang ditentukan; g) Memastikan bahwa informasi yang disiarkan kepada pendengar adalah informasi yang terbaru dan akurat; h) Memastikan bahwa para penyiar dapat mengontrol suara dan nada dengan baik; i) Memantau reaksi dan tanggapan para pendengar di media sosial; serta j) Menyimpan salinan rekaman program untuk referensi di masa mendatang atau untuk persiapan siaran ulang.
4. Pengawasan dan evaluasi program; dilakukan dengan penetapan tujuan program dan indikator pencapaian kinerja program, memantau siaran program, evaluasi dan umpan

balik dari pendengar, evaluasi pada konten program dan rating segmentasi program, melihat kepuasan pendengar, melakukan perbandingan antara target dan tujuan dan melakukan pengawasan secara berkelanjutan.

Berikut saran yang diajukan terkait dengan temuan penelitian:

1. Pihak Gen FM Surabaya diharapkan dapat lebih kreatif dalam membuat program untuk menarik minat pendengar khususnya generasi milenial dan z.
2. Pada penelitian selanjutnya yang akan meneliti tema sama dapat menambahkan fokus lain misalnya efektivitas program acara atau menggunakan stasiun radio lain sebagai bahan perbandingan.

Daftar Pustaka

- Amruddin, Muskananfolo, I. L., Febriyanti, E., Badi'ah, A., Pandie, F. R., Goa, M. Y., Martiningsih, Y., Pratiwi, R. D., Barimbing, M. A., Paulus, A. Y., Selly, J. B., Tahu, S. K., Israfil, sari S., Thresna, F., Lette, A. R., Christianto, H., Tage, P. K. S., Bire, W. R., Puteri, A. D., ... Djanjar, U. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV Media Sains Indonesia.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV. Jejak.
- Dasih, I. G. A. R. P. (2021). *Komunikasi Penyiaran Radio Genta Berbasis Budaya Bali: Perspektif Komunikasi Antarbudaya*. Nilacakra.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Media Nusa Creative.
- Hidayat, A. (2022). *Stasiun Radio yang Biasa Diakses Responden (2020-2021)*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/14/ini-radio-yang-paling-banyak-didengar-di-indonesia>
- Ikhwan, M. (2022). *Manajemen Media Kontemporer: Mengelola Media Cetak, Penyiaran dan Digital*. Kencana.
- Indrajati, S. F., & Ruliana, P. (2020). Strategi Program Acara The Newsroom NET TV dalam Meningkatkan Rating Program. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 7(2), 66–77.
- Kushardiyanti, D., Khotimah, N. K., Badar, S., & Handayani, A. D. (2023). *Praktik dan Strategi Manajemen Industri Media Massa (Studi Lapangan Manajemen Industri Media Massa Lokal Wilayah Cirebon)*. CV Jejak.
- Miles, M. B., Huberman, M. A., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Research Methods (ed 3th)*. Sage Publications Inc.
- Rusdiana. (2021). *Etika Komunikasi Organisasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Pustaka Tresna Bhakti.