

# Strategi Radio Era Bimasakti Selaras FM Surabaya dalam Mempertahankan Pendengar di Kalangan Remaja Surabaya

Muhammad Ziyaul Khak<sup>1</sup>, Judhi Hari Wibowo, Lukman Hakim<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[ziyaultuekk@gmail.com](mailto:ziyaultuekk@gmail.com)<sup>1</sup>, [judhi@untag-sby.ac.id](mailto:judhi@untag-sby.ac.id)<sup>2</sup>, [lukman@untag-sby.ac.id](mailto:lukman@untag-sby.ac.id)<sup>3</sup>

## **Abstract**

*The purpose of this study was to describe the strategy of Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya in retaining listeners among Surabaya teenagers. Data analysis was performed with field analysis of Miles and Huberman's model. The results showed that radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya's strategy in retaining listeners among Surabaya teenagers consisted of communicator strategies, audience strategies, message strategies, channel selection strategies and cultural strategies. Communicator strategy; done by setting requirements for broadcasters. Audience strategy; establishes the segmentation of listeners, namely young people or adolescents in the age range of 15 to 25 years. Message strategy; build interesting talks from the announcer to the listeners. The broadcasters do not necessarily play the song alone, but also read the messages sent by the listeners, especially related to sending greetings and requests for song playback and not spreading news or news whose origins are unclear or hoaxes. Channel selection strategy; Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya has several broadcast program names. Cultural strategy, Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya adapts to the culture that develops in the community, especially the people of Surabaya City.*

**Keywords:** Communication Strategy, Radio, Youth

## **Abstrak**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya dalam mempertahankan pendengar di kalangan remaja Surabaya. Analisis data dilakukan dengan analisis lapangan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya dalam mempertahankan pendengar di kalangan remaja Surabaya terdiri dari strategi komunikator, strategi khalayak, strategi pesan, strategi pemilihan channel dan strategi budaya. Strategi komunikator; dilakukan dengan menetapkan persyaratan bagi penyiar. Strategi khalayak; menetapkan segmentasi pendengar yaitu anak muda atau remaja pada kisaran umur 15 sampai 25 tahun. Strategi pesan; membangun pembicaraan menarik dari penyiar kepada para pendengar. Para penyiar tidak serta merta memutar lagu saja, melainkan juga membaca pesan yang dikirimkan oleh para pendengar terutama terkait dengan kirim salam dan permintaan pemutaran lagu

serta tidak menyebarkan berita atau kabar yang tidak jelas asal-usulnya atau *hoax*. Strategi pemilihan channel; Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya memiliki beberapa nama program siaran. Strategi budaya, Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya menyesuaikan dengan budaya yang berkembang di lingkup masyarakat, khususnya masyarakat Kota Surabaya.

**Kata kunci:** Strategi Komunikasi, Radio, Remaja

## **Pendahuluan**

Radio merupakan salah satu jenis media yang digemari oleh masyarakat karena radio dapat menjadi sumber hiburan dan sebagai media yang memberikan informasi, mendidik dan membujuk masyarakat secara halus dalam hal mendengarkan radio itu sendiri. Seiring perkembangan waktu, terdapat beberapa jenis radio dengan target pendengar masing-masing. Salah satu radio yang masih bertahan saat ini adalah Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya. Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya merupakan salah satu radio yang ada di Surabaya dan memiliki segmentasi anak muda atau remaja.

Temuan awal peneliti menunjukkan bahwa beberapa remaja di Surabaya mengaku bahwa pihaknya dulu memang sering mendengarkan siaran Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya karena sering memutar lagu-lagu yang sedang trend. Namun saat ini, pihaknya enggan untuk mendengarkan siaran radio Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya dan memilih untuk mendengarkan lagu melalui aplikasi seperti Sportify dan Joox serta lebih memilih untuk streaming di Youtube. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pihak Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya perlu untuk menerapkan strategi untuk mempertahankan pendengar.

Penelitian oleh peneliti sekarang berbeda dan tidak bersifat meneruskan dari beberapa penelitian yang telah dilakukan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah bahwa penelitian terdahulu fokus pada strategi pemasaran dan strategi *public relations*, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya dalam mempertahankan pendengar di kalangan remaja Surabaya. Terkait demikian, berdasarkan pemaparan peneliti tentang adanya perbedaan tersebut, maka yang menjadi kekuatan adalah hasil penelitian dapat diaplikasikan dan disosialisasikan secara langsung.

Pada praktiknya, pihak manajemen radio melakukan strategi komunikasi dalam menjalankan aktivitas radio itu sendiri. Strategi komunikasi dapat dilakukan dengan lima strategi yaitu: strategi komunikator, strategi khalayak, strategi pesan, strategi pemilihan channel, dan strategi budaya. Kelima strategi tersebut dapat diterapkan untuk mempertahankan pendengar radio khususnya di kalangan remaja Surabaya.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Tipe penelitian ini adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis lapangan model Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2018) yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

## Hasil dan Pembahasan

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya dalam mempertahankan pendengar di kalangan remaja Surabaya. Menurut Effendi, strategi komunikasi memiliki beberapa unsur dalam strategi komunikasi yaitu dalam (Prisanastiti & Radjagukguk, 2021):

### 1. Strategi komunikator

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya untuk mempertahankan pendengar di kalangan remaja Surabaya adalah strategi komunikator. Pertama dengan menetapkan persyaratan yang harus dimiliki oleh para penyiar di Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya, di antaranya adalah memiliki *basic* dan *skill* di bidang bicara atau *speaking* karena tiap-tiap penyiar diwajibkan untuk memiliki keterampilan berbicara yang baik, memiliki wawasan luas, memiliki jiwa *entertainment*, menyukai musik, mampu menghidupkan suasana serta memiliki suara dan teknik vokal yang baik. Kedua, penyiar harus memiliki pengetahuan yang luas, haus akan pengetahuan dan hal-hal baru. Hal tersebut dilakukan agar penyiar tidak kehabisan bahan pembicaraan ketika sedang siaran. Penyiar harus mampu membawa suasana dengan beragam pembicaraan yang tidak ada habisnya. Selain itu, penyiar harus memiliki rasa percaya diri tinggi mengingat pihaknya harus membawa suasana siaran menjadi lebih menarik bagi para pendengar. Hal tersebut membuat penyiar harus percaya diri dalam banyak situasi dan kondisi, tidak boleh malu dan ragu saat berbicara terutama ketika *on air*. Penyiar juga diharapkan harus *up to date* tentang semua hal yang sedang menjadi topik pembicaraan terlebih di lingkup anak muda. Pada sisi lain, penyiar juga diwajibkan untuk menjaga artikulasi agar pembicaraan yang dilakukan dan apa yang disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh pendengar. Penyiar harus memiliki vokal yang baik dan enak didengar oleh pendengar karena penyiar harus menjaga nada dan mengatur tempo berbicara serta harus peka terhadap situasi. Beberapa hal tersebut dilakukan untuk mempertahankan pendengar yang didominasi oleh remaja.

### 2. Strategi khalayak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya untuk mempertahankan

pendengar di kalangan remaja Surabaya adalah strategi khalayak yaitu menetapkan segmentasi pendengar yaitu anak muda atau remaja pada kisaran umur 15 sampai 25 tahun. Hal tersebut dilakukan karena anak muda lebih paham tentang teknologi dan lebih produktif, karena anak muda memiliki semangat tinggi dalam beraktivitas dan memiliki ketertarikan tinggi dalam hal musik, serta memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Selain itu, Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya memutar lagu-lagu Indonesia, lagu Barat dan lagu Korea mengingat lagu Barat dan Korea juga banyak disukai oleh para remaja khususnya di Surabaya. Pada sisi lain, seiring dengan perkembangan teknologi, maka Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya kini dapat diakses selama 24 jam non stop dan sekarang dapat diakses dengan mudah yaitu dengan *live streaming* melalui *website* serta dapat didownload di iOS dan Android dengan *input keyword* EBS FM.

3. Strategi pesan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya untuk mempertahankan pendengar di kalangan remaja Surabaya adalah strategi pesan yaitu membangun pembicaraan menarik dari penyiar kepada para pendengar. Para penyiar tidak serta merta memutar lagu saja, melainkan juga membaca pesan yang dikirimkan oleh para pendengar terutama terkait dengan kirim salam dan permintaan pemutaran lagu. Apabila lagu yang diminta belum diputar maka para penyiar Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya memutar lagu yang diminta. Namun, apabila lagu yang diminta sudah diputar maka para penyiar akan meminta maaf dan akan memutar lagu lain yang sedang diminati oleh para remaja. Selain itu, para penyiar tidak menyebarkan berita atau kabar yang tidak jelas asal-usulnya atau *hoax*.

4. Strategi pemilihan channel

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya memiliki beberapa nama program siaran.

5. Strategi budaya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya untuk mempertahankan pendengar di kalangan remaja Surabaya adalah dengan strategi budaya. Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya meletakkan konteks budaya tertentu pada program siaran yang dimiliki. Hal tersebut tampak pada penggunaan bahasa Suroboyoan saat membawakan acara di Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya. Upaya tersebut dilakukan untuk lebih mendekatkan dengan para pendengar dan sebagai upaya untuk tetap mempertahankan budaya yang ada. Selain itu, Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya menyesuaikan dengan budaya yang berkembang di lingkup

masyarakat, khususnya masyarakat Kota Surabaya. Misalnya pada momen Maulid Nabi, mengingat sebagian besar masyarakat Surabaya memeluk agama Islam maka pihak Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya berusaha untuk menampilkan atau memutar lagu-lagu berbau Islami dan membuka pembicaraan dengan pendengar terkait dengan Maulid Nabi. Selain itu, saat hari ulang tahun Surabaya, pihak Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya akan membahas sejarah-sejarah Surabaya serta membahas keunikan Surabaya dibandingkan dengan kota lain.

### **Penutup**

Strategi Radio Era Bimasakti Selaras (EBS) FM Surabaya dalam mempertahankan pendengar di kalangan remaja Surabaya terdiri dari strategi komunikator, strategi khalayak, strategi pesan, strategi pemilihan channel dan strategi budaya.

Pada peneliti selanjutnya yang akan melakukan kajian dengan tema serupa, dapat menambahkan alat pengumpulan data lain misalnya angket yang dibagikan pada para pendengar radio sehingga pihak radio mengetahui program ideal yang diinginkan oleh para pendengar.

### **Daftar Pustaka**

- Prisanastiti, A. R., & Radjagukguk, D. L. (2021). Strategi Komunikasi Siaran Radio Gen 98.7 FM Jakarta dalam Program Siaran DJ Sore Untuk Mempertahankan Pendengar. *Populis: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 205. <https://doi.org/10.47313/pjsh.v5i2.952>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.