

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

1. Strategi

Strategi menurut Purnomo Setiawan Hari berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” diambil dari kata *stratos* yang berarti militer dan *Ag* yang berarti memimpin. Jadi strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai general ship yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan peperangan.¹⁰

Strategi seringkali diartikan sebagai usaha yang dilakukan demi mencapai suatu tujuan. strategi adalah perencanaan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya.¹¹

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian juga dengan strategi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.¹²

Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan

¹⁰ Setiawan Hari Purnomo, *Manajemen Strategis: Sebuah Konsep pengantar*, 1996, 88.

¹¹ Onong Effendy, *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), Cet, ke-21, 32.

¹² Effendy. Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi (Teori Dan Praktek)*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.2007.Hlm. 32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.¹³

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan oleh pakar di atas, penulis menyimpulkan bahwa strategi adalah suatu cara dan taktik yang sudah direncanakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan, dengan memperhatikan peluang dan ancaman yang akan dihadapi. Untuk mencapai strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan organisasi, sehingga dapat disusun kekuatan strategi organisasi. Dan untuk mencapai tujuan organisasi perlu alternatif strategi yang dipertimbangkan dan harus dipilih.

2. Tahapan Strategi

Seperti yang dikatakan oleh Joel dan Michael sebuah organisasi tanpa adanya strategi seperti kapal tanpa ada kemudinya, bergerak berputar tanpa ada lingkaran, organisasi yang dimiliki seperti pengembara tanpa adanya tujuan tertentu.¹⁴ Dalam melakukan strategi perlu melalui beberapa tahapan dalam prosesnya, secara garis besar strategi melalui tiga tahap, yaitu:

a. Perumusan strategi

Langkah pertama yang dilakukan adalah merumuskan strategi yang akan dilakukan. Sudah termasuk di dalamnya adalah pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menerapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

b. Implementasi strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang telah ditetapkan, maka langkah berikutnya melaksanakan strategi yang diterapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi, jika tidak maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan.

¹³ David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, (2003), 129.

¹⁴ Fred R David, *Manajemen Strategi dan Konsep* (Jakarta: Perhelalindo, 2002), 3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang ditempatkan melalui penempatan struktur organisasi dan mekanisme kepemimpinan yang dijalankan bersama budaya perusahaan organisasi.

c. Evaluasi Strategi

Tahapan terakhir dari strategi adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi strategi diperlukan karena keberhasilan yang dapat dicapai dapat diukur strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai.

Tiga macam aktivitas mendasar untuk melakukan evaluasi strategi yaitu:

- 1) Meninjau faktor-faktor eksternal (berupa peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang menjadi dasar asumsi pembuatan strategi.
- 2) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang didapat). Menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individu dan menyimak kemajuan yang dibuat kearah penyampaian sasaran yang dinyatakan.
- 3) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Dalam mengambil tindakan korektif tidak harus berarti bahwa strategi yang ada akan ditinggalkan atau bahkan strategi baru harus dirumuskan. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang dibayangkan atau pencapaian yang direncanakan maka disitulah tindakan korektif diperlukan.¹⁵

3. Strategi Programming

Programming adalah perorganisasian program radio atau televisi dalam periode harian, mingguan, atau periode bulanan. *Programming* dalam

¹⁵ Fred R David, *Manajemen Strategi dan Konsep* (Jakarta: Perhelalindo, 2002), 104.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bahasa Indonesia adalah penjadwalan program yang akan diudarakan (*to be aired*). Jadi sinonim *Programming* adalah *scheduling*. Lembaga penyiaran umumnya menggunakan strategi, yaitu secara rutin mengganti ulang penjadwalan ini untuk tetap merebut perhatian pendengar dan pemirsanya (*audience*) dengan hadirnya program-program yang terbaru.¹⁶

Adapun yang dimaksud dengan strategi adalah perencanaan dan pengarahannya dalam skala besar. Dalam *Programming*, operasi tersebut mengacu kepada keseluruhan penjadwalan suatu stasiun penyiaran dan *cable system*¹⁷. Strategi itu sendiri mengacu kepada perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dengan demikian strategi *Programming* merupakan perencanaan dan manajemen *Programming* untuk mencapai suatu tujuan.

Secara sederhana bahwa *Programming* dilihat sebagai suatu proses untuk memilih, menyeleksi, menjadwalkan program, dan mengevaluasinya. *Programming* dianggap sangat penting karena menentukan berhasil atau tidaknya sebuah program berhasil meraih audiens dalam jumlah besar.

*“Programming is the product of broadcasting. Just as a store sells goods or a law firm sells advice, broadcasting sells Programming. Just as store owners set prices for their goods and layers set fees for their services, broadcasters set rates for the commercials that will share time with Programming.”*¹⁸

(*Programming* adalah produk penyiaran. Sama halnya dengan suatu toko menjual barang-barang atau suatu perusahaan hukum menjual nasihat, penyiaran menjual *Programming*. Sama halnya dengan pemilik toko menetapkan harga untuk barang-barangnya dan pengacara menetapkan

¹⁶ Hidajanto Djmal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi* (Jakarta: Kencana, 2011), 135.

¹⁷ Susan Tyler Eastman Douglas A. Ferguson, *Broadcast/Cable Programming, Strategies & Practices, 2th Edition* (Wadsworth Publishing Company, 1992), 4.

¹⁸ John R Bittner, *Broadcasting Telecommunication; An Introduction (Third Edition)*, (New Jersey: Prentice Hall, 1991), 209.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembayaran untuk jasa mereka, penyiar menetapkan tingkat tarif untuk komersil yang akan berbagi waktu dengan *Programming*).

Penjelasan di atas memberikan gambaran lain tentang *Programming*, yaitu merupakan serangkaian program mata acara stasiun penyiaran. Dengan demikian *Programming* memiliki dua pengertian, yaitu sebagai proses dan hasil.

Program-program acara yang disajikan tidak sembarangan asal ditampilkan. *Programming is war. You are general. The object is to win*, ungkapan Hal ini tersebut menggambarkan bahwa *Programming* merupakan strategi untuk memenangkan kompetisi. Untuk dapat meraih penonton, program-program acara disusun sedemikian rupa sehingga dengan khalayak sasaran dan target audiens yang telah ditetapkan sehingga memberikan pemasukan dengan terisinya slot iklan. Oleh karena itu, diperlukan berbagai cara untuk menghasilkan program acara yang menarik sehingga mampu menarik perhatian banyak pemirsa.

Program-program acara yang dinikmati oleh khalayak tidak bisa lepas dari peranan *programmer*. Mereka memakai strategi *Programming* tertentu yang membuat acara mereka berbeda dengan acara di stasiun penyiaran lain. Program acara hasil olahan *programmer* telah diatur sedemikian rupa sehingga diselaraskan dengan tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi penyiaran tersebut dengan melihat sisi kebutuhan dan keinginan dari khalayak secara luas.

Sydney W. Head dalam buku *Easment* menguraikan lima 5 elemen yang perlu diperhatikan dalam strategi *programming*, yaitu:¹⁹

a. *Compatibility* (kesesuaian)

Radio siaran harus membuat program-program acara yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengar yang berbeda-beda dalam setiap waktu. Misalnya seperti kebiasaan sarapan, istirahat, kerja, hal seperti ini pasti berbeda waktu sehingga menjadi acuan bagi stasiun radio dalam menjalankan kebijakan *programming* nya.

¹⁹ *Ibid*, hal 10-16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. *Habit formation* (membangun kebiasaan)

Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka akan berdampak pada lamanya pemasangan iklan untuk melakukan promosi. Selain itu juga dapat berfungsi sebagai acuan dalam merencanakan program-program acara yang akan dibuat. Masing-masing radio harus bisa membangun kebiasaan mendengarkan target pendengarnya. Tidak jarang pada pembentukan ini timbul sikap fanatik dari khalayak terhadap suatu program acara, sehingga khalayak tidak akan meninggalkan program acara yang disiarkan.

c. *Control of audience flow* (mengontrol aliran pemirsa)

Sebisanya mungkin untuk memaksimalkan jumlah pendengar dan meminimalisir jumlah pendengar yang berpindah gelombang ke radio siaran lain. Caranya dapat dilakukan dengan metode countering (menyajikan program acara yang berbeda dengan radio siaran lain) atau menggunakan metode blunting (menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain).

d. *Conservation of program resources* (pemeliharaan sumber daya program)

Jam siar pada radio dilakukan terus menerus sepanjang hari, oleh karena itu ketersediaan materi dan sumber daya lainnya yang mendukung program harus benar-benar diperhitungkan. Berbagai upaya harus dilakukan agar materi yang terbatas dapat digunakan sebagai bahan siaran sepanjang hari, misalnya dengan mengemas ulang suatu materi dengan menggunakan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.

e. *Breadth of appeal* (daya tarik yang luas)

Radio siaran harus memperhatikan perbedaan minat dan kesukaan dari para pendengarnya. Sehingga harus diupayakan program-program acara yang menarik, serta dapat mengkomodir semua minat dan kesukaan pendengar. Program acara yang disiarkan dapat menjangkau khalayak luas, baik secara teknis maupun sosial. Namun demikian, hal ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bergantung pada status organisasi radio dan tujuan yang ingin dicapai melalui program acara yang disiarkan.

4. Tujuan *Programming*

Tujuan utama yang ingin diraih dari *Programming* adalah memaksimalkan jumlah pemirsa yang menjadi target bagi pemasang iklan. Caranya adalah dengan memenuhi kepuasan pemirsa dengan menayangkan program acara yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau diinginkan mereka.²⁰ Tanpa adanya pemirsa tidak ada pemasang iklan, dan tidak ada keuntungan serta tidak akan siaran radio. Dengan begitu *Programming* erat kaitannya dengan bagaimana merebut perhatian khalayak.

5. Radio

Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Selama hampir satu abad lebih keberadaannya, radio telah berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel, *electronic games* dan *personal casset players*.²¹

Radio, tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*), merupakan salah satu jenis media massa. Radio termasuk sarana/ saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*) seperti halnya surat kabar, majalah atau televisi. Ciri khas utama radio adalah *auditif*, yakni bersifat audio yang dikonsumsi telinga atau pendengaran.

Radio diberi julukan “*the fifth estate*” disebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi khalayak. Ini disebabkan oleh beberapa faktor yakni²²:

²⁰ Susan Tyler Eastman, Douglas A. Ferguson, *Broadcast/ cable programming, Strategi & Practices, 5th Edition* (Wadsworth Publishing Company, 1992), 4.

²¹ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa*, (Bandung : simbiosis rektama media, 2007), 123.

²² Onong Uchjana Effendi, *Radio siaran teori & praktek*, (Bandung: mandar maju, 1990),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Daya Langsung

Setiap gagasan propaganda dapat dengan mudah ditulis di atas kertas, kemudian tinggal dibacakan di depan corong radio, sebanyak kali yang diinginkan. Dan pelaksanaannya berlangsung dengan mudah dan cepat.

b. Daya Tembus

Radio dianggap memiliki kekuatan kelima ialah daya tembus, dalam arti kata tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, jarakpun bagi radio siaran tidak menjadi masalah. Bagaimana pun jauhnya tempat yang dituju, dengan radio siaran dapat dicapai.

c. Daya tarik

Yang menyebabkan radio mempunyai kekuasaan, ialah daya tariknya yang kuat yang dimilikinya. Daya tarik ini ialah sifatnya yang serba hidup berkat 3 unsur yang ada padanya yakni musik, kata-kata, dan efek suara (*sound effects*).²³

Jenis – jenis radio terbagi berdasarkan frekuensi, penyelenggara, dan berdasarkan programnya:

a. Berdasarkan frekuensi

Pertengahan tahun 1930-an, Edwin Howard Armstrong, berhasil menemukan radio menggunakan frekuensi modulasi (FM). Radio penemuan Armstrong berbeda dengan radio yang banyak di pasaran ketika itu yang menggunakan frekuensi AM (Amplitudo Modulasi). Radio FM memiliki kualitas suara yang lebih bagus, jernih dan bebas dari gangguan siaran (*static*).²⁴

Radio FM baru muncul di masyarakat pada awal tahun 1960-an seiring dengan dibukanya beberapa stasiun radio FM. Stasiun radio FM memanfaatkan keunggulan suara dengan memutar musik rock karena dinilai lebih cocok dengan frekuensi FM.

²³ *Ibid.* Hal 77

²⁴ Morissa, M.A. *Manajemen Media Penyiaran; strategi mengelola radio dan televisi.* (Jakarta: Kencana, 2008), 4.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jenis radio berdasarkan frekuensinya tergolong menjadi dua, yaitu AM (Amplitudo Modulasi) dan FM (Frekuensi Modulasi) dengan jarak tempuh dan keunggulan yang berbeda-beda pada tingkat kegunaannya.

b. Berdasarkan penyelenggara

1) Radio Milik Negara

Stasiun penyiaran publik adalah yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, dan bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan kepada masyarakat.²⁵

Radio Republik Indonesia adalah stasiun radio milik pemerintah Indonesia. Didirikan pada tanggal 11 September 1945, dengan Slogan “*Sekali Mengudara Tetap Mengudara*”. Sebelum menjadi Lembaga Penyiaran Publik, RRI berstatus sebagai perusahaan Jawatan (Perjan) yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang tidak mencari untung. Dalam status perusahaan Jawatan, RRI telah menjalankan prinsip-prinsip radio publik yang independen. Perusahaan Jawatan dapat dikatakan sebagai status transisi dari Lembaga Penyiaran Pemerintah menuju Lembaga Penyiaran Publik pada masa reformasi. RRI mulai merefleksikan komitmen RRI untuk bersikap netral tidak memihak kepada salah satu aliran, keyakinan, partai atau golongan.

Dewasa ini, RRI telah mempunyai 52 stasiun penyiaran dan stasiun penyiaran khusus yang ditujukan keluar negeri dalam 10 bahasa. Kecuali di Jakarta, RRI di daerah hampir seluruhnya menyelenggarakan siaran dalam tiga program yaitu program daerah yang melayani segmen masyarakat yang luas sampai pedesaan, program kota (Pro II) yang melayani masyarakat di perkotaan dan program III (Pro III) yang menyajikan berita dan informasi (*news chanel*) kepada masyarakat luas.

2) Radio Swasta

Radio swasta tergolong dalam stasiun penyiaran swasta. Radio swasta didirikan dengan modal awal yang seluruhnya dimiliki oleh

²⁵ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, tahun 2005

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

warga Negara atau badan hukum Indonesia yang bisa saja berbentuk perseroan terbatas (PT).²⁶

Memiliki stasiun swasta itu berarti berkaitan dengan perizinan dan informasi mengenai frekuensi yang masih belum digunakan. Untuk mendapatkan surat izin penyiaran di Indonesia, individu atau koperasi harus mengajukan surat permohonan terlebih dahulu dengan mencantumkan nama, visi, misi dan format penyiaran yang akan diselenggarakan kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) untuk kemudian memenuhi persyaratan yang akan diberlakukan.²⁷

Dari pasal 31 Peraturan Pemerintah No. 50 tahun 2005 (PP 50 / 2005) mengenai penyelenggaraan lembaga penyiaran swasta yang memusatkan kepemilikan dan penguasaan stasiun radio oleh satu orang atau badan hukum yang paling dibatasi paling banyak memiliki saham 100 % pada hukum kesatu (untuk TV) sampai ketujuh (untuk radio), karena dalam prakteknya, penjualan kepemilikan stasiun penyiaran oleh pihak pemegang izin kepada pihak lain dilakukan melalui penjualan saham perusahaan yang berarti juga beralihnya kepemilikan stasiun yang bersangkutan.²⁸

3) Radio Komunitas

Radio komunitas bersifat independen, tidak komersial, daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, dan untuk melayani kepentingan komunitasnya.

The National Community Radio Forum (NCRF) mengemukakan manfaat dan fungsi radio komunitas, antara lain:

- a) Partisipasi merupakan kekuatan bagi komunitas untuk membuka pintu perubahan kehidupan komunitas
- b) Melayani informasi di segala sektor kehidupan komunitas
- c) Mempromosikan dan merefleksikan budaya, karakter, dan identitas lokal/komunitasnya

²⁶ Tika Mutia, *Manajemen Media*, (Bandung: Arsad Perss, 2012), 96

²⁷ *Ibid* Hal 98

²⁸ *Ibid* Hal 100

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d) Meningkatkan akses untuk pembayaran informasi secara lisan
- e) Merupakan tanggung jawab social atas kebutuhan komunitasnya

Radio komunitas merupakan salah satu media yang menjadi alternatif yang dapat meningkatkan sumber informasi bagi masyarakat yang berada di komunitasnya, seperti masyarakat pedesaan.

Dibandingkan dengan media massa yang ada, radio memiliki karakteristik yang khas sebagai berikut:

- a. Imajinatif

Imajinatif, Karena hanya alat indra pendengaran yang digunakan oleh khalayak dan pesannya pun selintas, maka pesan radio dapat mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Dengan kata lain, pendengar radio bersifat imajinatif. Dengan kata lain, radio bersifat *theatre of mind*, yang artinya radio mampu menciptakan gambar (*makes picture*) dalam pikiran pendengar melalui kekuatan kata dan suara.

- b. Auditori

Auditori, sifat ini muncul sebagai konsekuensi dari sifat radio yang hanya bisa didengar. Karena manusia mempunyai kemampuan mendengar yang terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio diterima selintas.

- c. Akrab

Akrab sebagaimana kita lakukan sehari-hari, kita jarang mendengar siaran radio secara khusus. Pada umumnya kita mendengar radio sambil melakukan kegiatan atau melaksanakan pekerjaan lainnya.

- d. Identik dengan musik

Identik dengan musik, radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.

- e. Mengandung gangguan

Mengandung gangguan, seperti timbul tenggelam/fading dan gangguan teknis (*channel noise factor*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Radio Sebagai Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi.²⁹ Salah satu kelebihan medium radio disbanding dengan media lainnya, ialah cepat dan mudah dibawa ke mana-mana.³⁰

Radio bisa dinikmati sambil mengerjakan pekerjaan lain, seperti memasak, menulis, menjahit, dan sebagainya. Hasil penelitian membuktikan bahwa³¹ remaja di Amerika Serikat rata-rata lebih banyak waktunya untuk mendengarkan radio disbanding dengan menonton televisi.

7. Program Siaran Flashback

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi program siaran radio maupun televisi. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarkan. Atau dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran.³²

Tidak ada yang lebih penting dari acara atau program sebagai faktor yang paling penting dan menentukan dalam mendukung keberhasilan finansial suatu stasiun penyiaran radio. Pendapatan dan keuntungan stasiun penyiaran sangat dipengaruhi oleh programnya. Tanggung jawab program dipercayakan kepada departemen program.³³

Departemen program adalah bagian yang paling bertanggung jawab dalam mengelola program atau acara pada suatu stasiun penyiaran. Bagian ini

²⁹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2010), 126.

³⁰ *Ibid*, 138

³¹ *Ibid*, 139

³² Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin, *Dasar – Dasar Penyiaran*, Kencana, 213. 148.

³³ Morissa, M.A. *Manajemen Media Penyiaran; strategi mengelola radio dan televisi*. (Jakarta: Kencana, 2008), 199

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempunyai tugas membawa audien kepada suatu stasiun penyiaran melalui programnya.³⁴

Penyiaran di Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah *siaran* yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk seperti yang telah diatur dalam Undang-Undang Tentang Penyiaran. Namun kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia dari pada kata “siaran” untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.

Bagian pengelola program siaran harus mempertimbangkan empat hal ketika merencanakan program siaran yang terkait dengan:

a. *Product*

Product artinya materi program yang telah dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audien yang dituju.

b. *Price*

Price artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program sekaligus menentukan tariff iklan bagi pemasangan iklan yang berminat memasang iklan pada program yang bersangkutan.

c. *Place*

Place artinya kapan waktu siaran yang tepat bagi program itu.

d. *Promotion*

Promotion artinya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual acara itu sehingga dapat mendatangkan iklan atau sponsor.³⁵

Bagian program yang bagus biasanya terdiri dari orang-orang yang mengetahui apa yang disukai atau tidak disukai audien. direktur atau manajer program tergolong posisi yang paling sulit diisi karena susah untuk menemukan orang yang berpengalaman.

³⁴ *Ibid* 199

³⁵ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audiens. program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audiens yang menjadi target stasiun radio.

Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana proses pengolahan suatu siaran hingga dapat diterima audiens. Ruang lingkup format siaran tidak saja menentukan bagaimana mengelola program siaran (*programming*) tetapi juga bagaimana memasarkan program siaran itu (*marketing*).

Menentukan format musik dari suatu stasiun radio, sekarang ini menjadi semakin sulit karena fregmentasi jenis musik yang cenderung semakin beragam sehingga beberapa jenis musik dari suatu stasiun cenderung menjadi mirip satu sama lainnya.

Kesulitan lainnya adalah adanya artis penyanyi atau musisi yang sering berpindah format dari satu musik ke jenis music lainnya. Hal ini menyebabkan beberapa stasiun radio menggunakan nama format yang tidak umum.

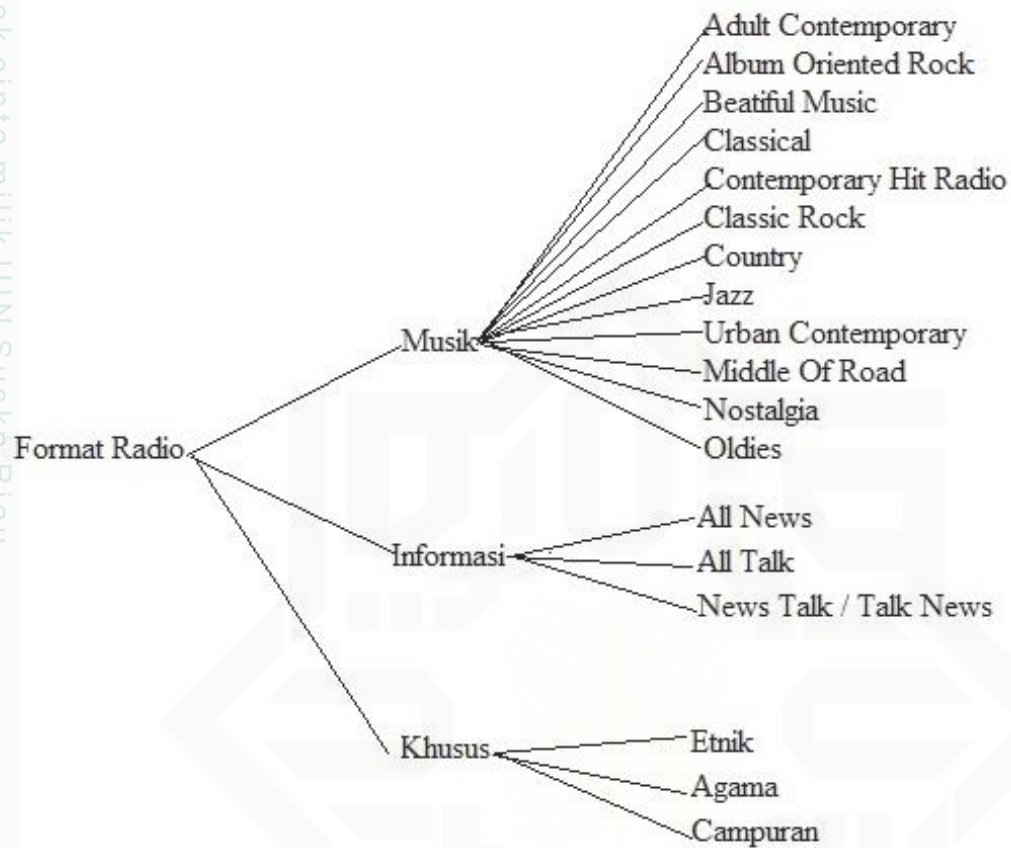
Di Indonesia format siaran menjadi wajib dimiliki setiap stasiun penyiaran sebagaimana ketentuan Undang-Undang Penyiaran yang menyatakan bahwa pemohon izin penyiaran yang ingin membuka stasiun penyiaran wajib mencantumkan nama, visi, misi, dan format siaran yang akan diselenggarakan serta memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan undang-undang.³⁶

Berikut adalah format radio menurut Peter Pringle:

³⁶ Morissa, M.A. *Manajemen Media Penyiaran; strategi mengelola radio dan televisi*. (Jakarta: Kencana, 2008), 226.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.1 Format Radio Menurut Peter Pringle

(Sumber: Morissan, Manajemen Media Penyiaran : *Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Kencana, 2009)

Gambar diatas merupakan pembagian format radio menurut Peter Pringle. Menurutnya, seluruh format siaran radio itu dapat dikelompok kan ke dalam tiga kelompok besar, yaitu: format musik, informasi, dan khusus. Format musik adalah format yang paling umum digunakan oleh hampir seluruh stasiun radio komersial. Format informasi terbagi menjadi dua bagian, yaitu dominasi berita (*all news*) dan dominasi perbincangan (*all talk* atau *talk news*).

Program *Flashback* merupakan program unggulan di radio Aditya 87,6 Fm. Program ini sudah ada sejak lama dan sudah tetap mempertahankan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

eksistensinya hingga saat ini, dan mampu bersaing dengan program-program siaran radio lainnya.

Yang membedakan program siaran *Flashback* dengan program siaran lainnya adalah, program ini bertema kan musik musik tahun 70-90an. Program yang *on air* mulai pukul 12.00 s/d 15.00 WIB, juga berisikan tips dan insert seputar dunia kerja dan segala permasalahannya, ini sangat tepat karena radio Aditya sendiri memiliki segmentasi pendengar yaitu professional muda, yang berusia diatas berusia 30th keatas. Program ini sangat tepat karena dengan mendengarkan program ini mereka bisa bernostalgia dengan lagu-lagu di masa muda.

8. Perilaku Audien

Perilaku audien yaitu pengetahuan mengenai pola tingkah laku audien ketika mereka sedang menonton televisi atau mendengarkan radio. Perilaku audien terkait dengan jumlah audien, prinsip audien konstan, dan aliran audien.

a. Jumlah audien

Radio pada umumnya memiliki audien yang relatif sama setiap waktunya dibandingkan televisi, pengecualian hanya terjadi pada saat jam berangkat dan pulang kantor di pagi hari atau sore hari (*drive time hours*) yang mencatat lebih banyak mobil di dalam perjalanan menuju ke kantor atau pulang kerumah.³⁷

b. Audien Konstan

Berbagai data yang diperoleh dari lembaga *rating* menunjukkan bahwa, jumlah audien, setiap stasiun penyiaran harus selalu berjuang untuk memperebutkan jumlah audien yang selalu tetap itu. Upaya stasiun penyiaran untuk merebut atau memindahkan audien dari stasiun saingannya dapat dilakukan dengan menerapkan strategi counter programming yaitu

³⁷ Morissa, M.A. *Manajemen Media Penyiaran; strategi mengelola radio dan televisi*. (Jakarta: Kencana, 2008), 192.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menayangkan program yang berbeda dari program yang ditayangkan stasiun saingan.³⁸

c. Aliran audien

Karakteristik audien menunjukkan bahwa audien cenderung untuk berpindah-pindah saluran pada setiap selesainya suatu program siaran. Perpindahan audien dari satu saluran ke saluran lainnya ini terjadi pada titik perpindahan antara suatu program ke program berikutnya. Perpindahan yang terjadi pada setiap berakhirnya suatu program ini disebut dengan istilah aliran audien atau *audience flow*. Aliran audiens ini terbagi atas tiga jenis, yaitu:

1) Aliran keluar (*outflow*)

Aliran keluar (*outflow*) yaitu audiens meninggalkan stasiun sebelumnya menuju ke stasiun lainnya.

2) Aliran ke dalam (*inflow*)

Aliran ke dalam (*inflow*) yaitu masuknya audiens dari stasiun lain.

3) Aliran tetap (*flowthrough*)

Aliran tetap (*flowthrough*) yaitu audiens tidak berpindah namun mengikuti acara selanjutnya pada stasiun yang sama.³⁹

Pada umumnya suatu acara hanya mempunyai waktu kurang dari lima belas detik untuk meraih perhatian pemirsa yang sedang menjelajahi berbagai saluran dengan memencet-mencet *remote control*. Banyak pemirsa yang memutuskan pindah saluran hanya dalam beberapa detik. Pengelola program yang andal akan berusaha keras untuk menghentikan kebiasaan audiens yang suka berpindah-pindah saluran.

Untuk program siaran *Flashback*, aliran audiens yang tepat adalah aliran tetap dikarenakan, sesuai dengan segmentasi radio aditya, yang memiliki positioning radio dewasa, dengan rentang usia 20 hingga 40th, tapi tidak menutup kemungkinan para remaja tertarik untuk mendengarkan program siaran *Flashback* yang dikemas menarik dan berisikan lagu-lagu hits

³⁸ *Ibid* hal 193

³⁹ *Ibid* hal 194

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimasanya. Karena pada Aliran tetap (*flowtrough*), audiens tidak berpindah namun mengikuti acara selanjutnya pada stasiun yang sama.

B. Kajian Terdahulu

Studi yang berkaitan dengan strategi *programming* dan program siaran telah beberapa kali dilakukan. Berdasarkan dari penelusuran penulis, ada beberapa studi yang pernah dilakukan berkenaan dengan strategi *programming* radio dan televisi, salah satu diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Dewi Pertiwi dengan judul *Strategi Programming Radio Republik Indonesia (RRI) 99,1 FM Pekanbaru Dalam Program Siaran Pedesaan*⁴⁰. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa Radio Republik Indonesia 99,1 Fm Pekanbaru sudah menerapkan teori strategi *programming*, namun masih perlu dilakukan pembenahan lagi. Yang menjadi persamaan penelitian yang dilakukan oleh Penulis dengan penelitian yang dilakukan Dewi Pertiwi adalah persamaan penelitian mengenai strategi *programming* Radio dan menggunakan teori yang sama yaitu teori mengenai strategi *programming* menurut Sydney W. Head. Dan yang menjadi perbedaan dari penelitian ini adalah tempat penelitian dan program siaran yang berbeda.

Penelitian selanjutnya, yang dilakukan oleh Isyana Tungga Dewi, dengan judul *Strategi Programming MNCTV dalam Mempertahankan Program Dakwah*⁴¹ Hasil dari penelitiannya dan analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa MNCTV sudah menerapkan teori tentang strategi *programming* menurut Sydney W. Head yang mencakup lima (5) elemen, meski masih perlu pembenahan lagi dalam perencanaan program dakwah dan pemilihan acara agar program acara yang disajikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan permirsa. Namun demikian MNCTV sudah berusaha memenuhi kebutuhan permirsa memperoleh informasi, hiburan, dan khususnya program dakwah melalui program-program yang disajikan, meskipun masih perlu

⁴⁰ Dewi Pertiwi, *Strategi Programming Radio Republik Indonesia (RRI) 99,1 FM Pekanbaru Dalam Program Siaran Pedesaan*, (Riau: UIN Suska), 2017.

⁴¹ Isyana Tungga Dewi, *Strategi Programming MNCTV dalam Mempertahankan Program Dakwah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah), 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembenahan lagi. Yang menjadi persamaan penelitian yang dilakukan oleh Penulis dengan penelitian yang dilakukan Isyana Tungga Dewi adalah persamaan penelitian mengenai strategi *programming* dalam mempertahankan sebuah program, dan menggunakan teori yang sama yaitu teori mengenai strategi *programming* menurut Sydney W. Head. Dan yang menjadi perbedaan dari penelitian ini adalah tempat penelitian dan program siaran yang berbeda. Jika penulis melakukan penelitian di sebuah Radio, penelitian yang dilakukan oleh Isyana Tungga Dewi adalah di sebuah televisi.

Penelitian yang dilakukan oleh Darma Saputra, dengan judul *Strategi Manajemen Siaran Riau Televisi (Rtv) Dalam Menciptakan Acara Yang Menarik*⁴² hasil penelitiannya bahwa strategi manajemen *programming* ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, serta pengawasan dan evaluasi program. Yang menjadi persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Darma Saputra adalah memiliki persamaan penelitian mengenai strategi untuk sebuah program. Dan yang membedakan adalah penulis melakukan penelitian mengenai strategi *programming* dalam mempertahankan sebuah program di radio, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Darma Saputra mengenai strategi manajemen siaran dalam menciptakan sebuah acara yang menarik.

Penelitian yang dilakukan oleh Silvia Nurfitriana, dengan judul *Manajemen Penyiaran Program Siaran "Sweet Night" Pada Radio Aditya 87,6 FM Pekanbaru*⁴³, Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa manajemen penyiaran program siaran *Sweet Night* pada Radio Aditya 87,6 FM Pekanbaru meliputi empat fungsi manajemen penyiaran yaitu *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*. Yang menjadi persamaan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Silvia Nurfitriana adalah memilih tempat penelitian yang sama yaitu Radio Aditya

⁴² Darma Saputra, *Strategi Manajemen Siaran Riau Televisi (Rtv) Dalam Menciptakan Acara Yang Menarik*, (Riau: UIN Suska), 2016.

⁴³ Silvia Nurfitriana, *Manajemen Penyiaran Program Siaran "Sweet Night" Pada Radio Aditya 87,6 FM Pekanbaru*, (Riau: UIN Suska), 2015.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

87,6 FM. Dan yang membedakan yaitu, penulis meneliti tentang strategi *programming* dalam program siaran *Flashback*, sedangkan yang menjadi penelitian Silvia Nurfitriana adalah manajemen penyiaran dari program siaran *sweet night*.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurkhoerudin, dengan Judul *Strategi Kreatif Dalam Produksi Iklan Komersial Di Radio Aditya 87,6 FM Pekanbaru*⁴⁴, Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Radio Aditya memiliki strategi kreatif yang meliputi strategi tersebut dilihat dari proses produksi iklan yang dibuat oleh Radio Aditya, dimana dalam produksi iklan Radio Aditya 87,6 FM selain menggunakan ide yang orisinil (tidak meniru) juga mengedepankan nilai etika dan estetika, memproduksi iklan yang unik dan beda dari setiap iklan yang diproduksi, bahkan dalam penggunaan *backsound* serta *sound effect* yang elegan dan *smootie* menjadi bagian penting bagi tim produksi agar iklan yang dihasilkan terkesan mewah, *fress* dan dapat memuaskan klien serta mampu mendapatkan klien yang loyalitas mengiklankan produknya di Radio Aditya 87,6 FM Pekanbaru. Yang menjadi persamaan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurkhoerudin adalah memilih tempat penelitian yang sama yaitu Radio Aditya 87,6 FM. Dan yang membedakan yaitu, penulis meneliti tentang strategi *programming* dalam program siaran *Flashback*, sedangkan yang menjadi penelitian Nurkhoerudin adalah strategi kreatif dalam memproduksi iklan komersial di Radio Aditya.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Fitri Syafrizal, dengan judul *Upaya Radio Aditya 87,6 FM Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar*⁴⁵, Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh manajemen Radio Aditya 87,6 FM Pekanbaru dalam meningkatkan kualitas penyiar yakni adanya peningkatan pengetahuan/wawasan penyiar seperti penyediaan fasilitas-fasilitas yang mendukung dalam hal penambahan

⁴⁴ Nurkhoerudin, *Strategi Kreatif Dalam Produksi Iklan Komersial Di Radio Aditya 87,6 FM Pekanbaru*, (Riau: UIN Suska), 2015.

⁴⁵ Fitri Syafrizal, *Upaya Radio Aditya 87,6 FM Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar*, (Riau: UIN Suska), 2015.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

wawasan seperti koran, majalah dan internet. Melakukan pelatihan berbicara, membaca, dan menulis yang dilakukan oleh *trainer* yang didatangkan dari Jakarta dan konsultan yang berasal dari Pekanbaru, serta adanya peningkatan dan pelatihan sikap (*attitude*) dan tanggung jawab penyiar terhadap tugas-tugasnya dengan menerapkan aturan-aturan yang dibuat oleh perusahaan yang wajib dipatuhi oleh setiap penyiar. Yang menjadi persamaan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Syafrizal adalah memilih tempat penelitian yang sama yaitu Radio Aditya 87,6 FM. Sedangkan yang menjadi perbedaan adalah Fitri Syafrizal meneliti tentang upaya Radio Aditya dalam meningkatkan kualitas penyiar, penulis meneliti mengenai strategi *programming* radio aditya dalam mempertahankan program siaran *Flashback*.

C. Kerangka Pikir

Memahami strategi Programming Radio Aditya 87,6 Fm Dalam Mempertahankan Program Siaran *Flashback* dilakukan dengan kerangka pikir yang sistematis menurut Sydney W. Head dalam buku Easment menguraikan lima 5 elemen yang perlu diperhatikan dalam strategi *programming*, yaitu:

a. *Compatibility* (kesesuaian)

Radio siaran harus membuat program-program acara yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengar yang berbeda-beda dalam setiap waktu. Misalnya seperti kebiasaan sarapan, istirahat, kerja, hal seperti ini pasti berbeda waktu sehingga menjadi acuan bagi stasiun radio dalam menjalankan kebijakan *programming* nya.

b. *Habit formation* (membangun kebiasaan)

Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka akan berdampak pada lamanya pemasangan iklan untuk melakukan promosi. Selain itu juga dapat berfungsi sebagai acuan dalam merencanakan program-program acara yang akan dibuat. Masing-masing radio harus bisa membangun kebiasaan mendengarkan target pendengarnya. Tidak jarang pada pembentukan ini timbul sikap fanatik dari khalayak terhadap suatu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

program acara, sehingga khalayak tidak akan meninggalkan program acara yang disiarkan

c. *Control of audience flow* (mengontrol aliran pemirsa)

Sebisa mungkin untuk memaksimalkan jumlah pendengar dan meminimalisir jumlah pendengar yang berpindah gelombang ke radio siaran lain. Caranya dapat dilakukan dengan metode countering (menyajikan program acara yang berbeda dengan radio siaran lain) atau menggunakan metode blunting (menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain).

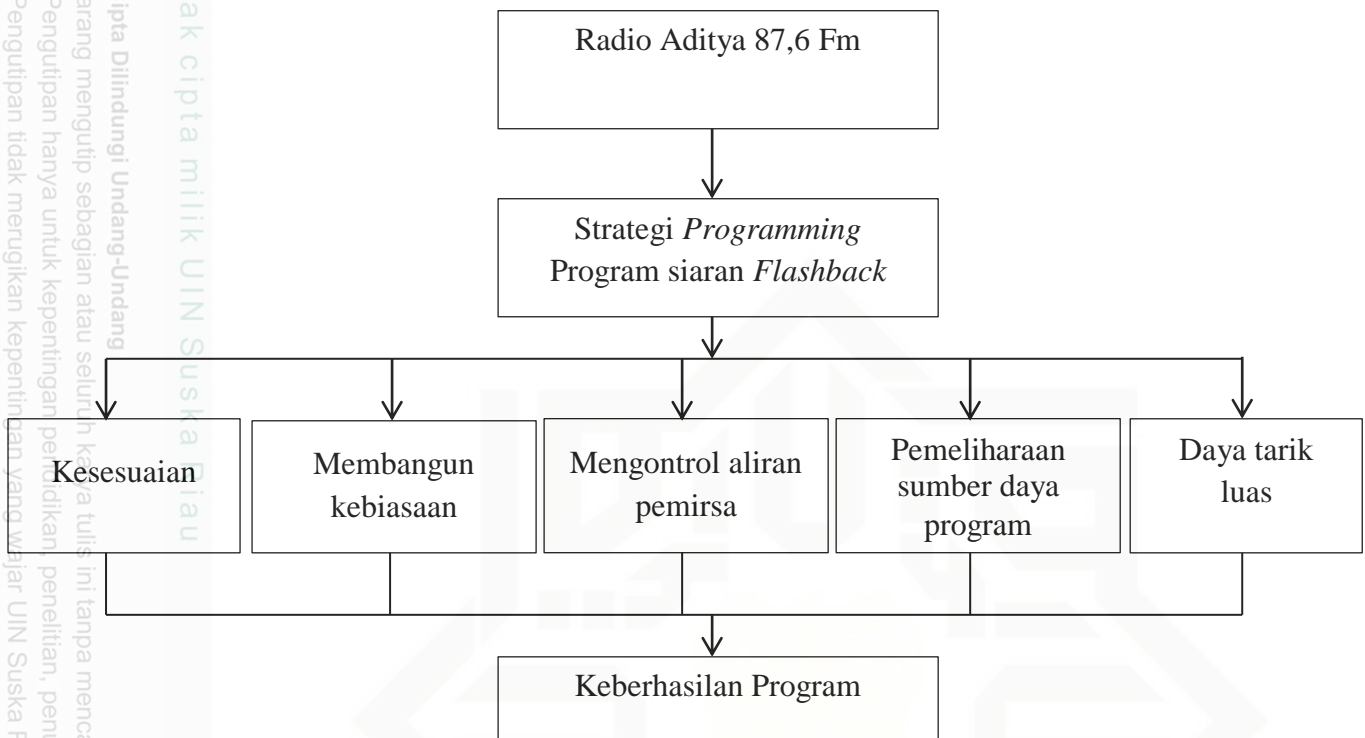
d. *Conservation of program resources* (pemeliharaan sumber daya program)

Jam siar pada radio dilakukan terus menerus sepanjang hari, oleh karena itu ketersediaan materi dan sumber daya lainnya yang mendukung program harus benar-benar diperhitungkan. Berbagai upaya harus dilakukan agar materi yang terbatas dapat digunakan sebagai bahan siaran sepanjang hari, misalnya dengan mengemas ulang suatu materi dengan menggunakan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.

e. *Breadth of appeal* (daya tarik yang luas)

Radio siaran harus memperhatikan perbedaan minat dan kesukaan dari para pendengarnya. Sehingga harus diupayakan program-program acara yang menarik, serta dapat mengkomodir semua minat dan kesukaan pendengar. Program acara yang disiarkan dapat menjangkau khalayak luas, baik secara teknis maupun sosial. Namun demikian, hal ini bergantung pada status organisasi radio dan tujuan yang ingin dicapai melalui program acara yang disiarkan.

Teori inilah yang menjadi landasan permasalahan penelitian selanjutnya dijadikan acuan untuk merumuskan instrument penelitian sebagai tolak ukur dalam peneliruab di lapangan. Untuk lebih jelasnya kerangka pikir penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka pikir

Dalam penggambaran skema gambar 2.2 diatas dapat dijelaskan bahwa strategi programming meliputi 5 elemen seperti yang dikemukakan oleh Sydney W. Head dalam teorinya, yang penulis jadikan sebagai acuan untuk mengetahui strategi programming program siaran *Flashback* tersebut yaitu, *Compatibility* (kesesuaian), *Habit formation* (membangun kebiasaan), *Control of audience flow* (mengontrol aliran pemirsa), *Conservation of program resources* (pemeliharaan sumber daya program), dan *Breadth of appeal* (daya tarik yang luas) dari ke lima elemen itulah yang akan penulis jadikan sebagai acuan untuk mencari data tentang strategi *programming* program siaran *Flashback* yang berdasarkan 5w+1h kemudian menarik kesimpulan dari hasil penyajian data yang diperoleh dan juga analisis sehingga terlihat jelas keberhasilan *programming* tersebut. Dari kelima elemen strategi programming menurut Sydney W. Head, menurut penulis, elemen kesesuaian, pemeliharaan sumber daya program, dan daya tarik yang luas membuat program siaran flashback bisa bertahan hingga saat ini.

Dikarenakan, pada elemen kesesuaian, jam siar untuk program siaran *Flashback*, tepat pada jam istirahat, dan untuk pemeliharaan sumber daya program juga merupakan suatu hal yang penting, karena sebuah program sangat membutuhkan sebuah pemeliharaan agar tidak terjadinya kesan membosankan pada program tersebut, dan yang salah satu yang paling penting yaitu daya tarik yang luas, karena sebuah program yang memiliki daya tarik yang luas akan lebih mudah dan gampang untuk diterima. Tetapi bukan berarti elemen membangun kebiasaan dan mengontrol aliran pemirsa tidak penting, karena dengan menerapkan kesesuaian, kebiasaan audiens mulai terbangun, dan dengan adanya pemeliharaan sumber daya program, mengontrol aliran pemirsa atau audiens sangat dibutuhkan, untuk mengetahui seberapa jauh daya tarik yang diberikan oleh program yang disiarkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.