

**STRATEGI RADIO PRAMBORS DALAM UPAYA
MEMPERTAHANKAN PENDENGAR SIARAN PUTUSS SAMA
NATAYA DI PRAMBORS YOGYAKARTA**



**Skripsi
Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Komunikasi Islam
Disusun Oleh:**

**ARDIANSYAH NASUTION
06210050**

**Pembimbing
Khoiro Ummatin, M.Si
NIP. 19710328 199703 2001**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2010**

ABSTRAKSI

STRATEGI RADIO PRAMBORS DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN PENDENGAR SIARAN PUTUSS SAMA NATAYA DI RADIO PRAMBORS YOGYAKARTA

ARDIANSYAH NASUTION
06210050

Perkembangan radio di Yogyakarta tergolong sangat ketat sehingga dibutuhkan kemampuan untuk tetap menjaga pendengar untuk tetap mendengarkan siaran. Penyiaran radio yang lebih mengedepankan program yang menarik dengan memadukan berbagai unsur audio seperti lagu, kata, suara lain, penyiar dan lain lain. Sehingga dituntut harus dapat menghasilkan program berkualitas yang dapat mempertahankan dan menarik minat pendengar.

Radio Prambors Yogyakarta sebagai radio jaringan yang berpusat di Jakarta harus mampu lebih mengangkat kehidupan generasi muda yang memiliki kehidupan yang sangat variatif. Dalam sebuah program di radio Prambors Yogyakarta yaitu *Putuss sama Nataya*, Radio Prambors Jakarta (Prambors Pusat) memberikan kelulusaan bagi Radio Prambors Yogyakarta (radio unit) dalam pembuatan format siaran kepada Prambors Yogyakarta. Diantaranya, lebih mengangkat kekuatan lokal Yogyakarta yang berbeda dan memiliki keunikan tersendiri. Tidak dapat dipungkiri, hal ini memberikan beberapa dampak baik dan buruk bagi radio unit maupun radio pusat serta manejemen.

Adapun rumusan masalah yang menjadi pokok pembahasan yaitu bagaimana strategi radio Prambors dalam upaya mempertahankan pendengar siaran Putuss sama Nataya di Prambors Yogyakarta.

Teori strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Susan Tyler Eastman yaitu Strategi Kesesuaian (*Compatibility*), Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habit Formation*), Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*), Strategi penyimpanan sumber-sumber program (*Conservation of Program Resources*), Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*).

Hal inilah yang mendasari ketertarikan penulis dalam melakukan penelitian terhadap strategi Radio Prambors Yogyakarta dalam upaya memperbaikkan pendengar siaran *Putuss sama Nataya*.



SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi
Lam :

Kepada :
Yth, Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

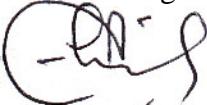
Assalammualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Ardiansyah Nasution
NIM : 06210050
Judul Skripsi : Strategi Radio Prambors Dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Siaran Putussama Nataya di Prambors Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah Jurusan / Program Studi KPI (Komunikasi Penyiaran Islam) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Sosial Islam

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb
Yogyakarta, 19 April 2010
Pembimbing

Khoiro Ummatin, M.Si
NIP. 19710328 199703 2001

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/637/2010

Skripsi / Tugas Akhir dengan judul :

**STRATEGI RADIO PRAMBORS DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN
PENDENGAR SIARAN PUTUSS SAMA NATAYA DI RADIO PRAMBORS
YOGYAKARTA**

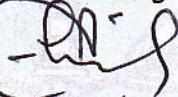
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ardiansyah Nasution
NIM : 06210050
dimunaqasyahkan pada : Selasa, 27 April 2010
Nilai Munaqasyah : **A/B**

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

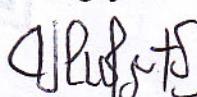
Pembimbing



Khoiro Ummatin, M.Si

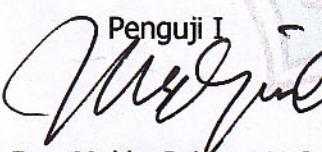
NIP. 19710328 199703 2 001

Pengaji II



Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si

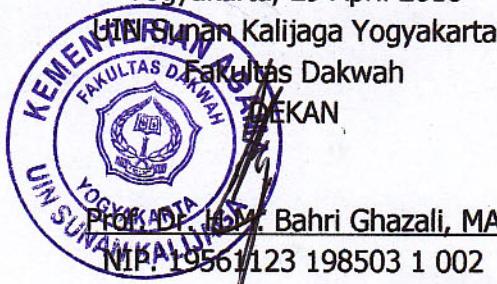
Pengaji I



Drs. Mokh. Sahlan, M.Si
NIP. 19680501 199303 1 006

NIP. 19640923 199203 2 001

Yogyakarta, 29 April 2010



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk mereka,

orang yang mencintai dan aku cintai,

Terima kasih tak akan pernah cukup untuk membalaikan kebaikan kalian.

Tapi hari akan terus berjalan,

Untuk hidup yang lebih baik dari hari ini.

Amien...

HALAMAN MOTTO

Tinggalkanlah kesenangan yang menghalangi pencapaian kecemerlangan hidup yang diidamkan.

Dan berhati-hatilah, karena beberapa kesenangan adalah cara gembira menuju kegagalan..

(Mario Teguh)¹

Saya belajar selama saya hidup. Batu nisan akan menjadi ijazah saya.

I am learning all the time. The tombstone will be my diploma.

(Eartha Kitt)²

Imajinasi jauh lebih penting dari pada pengetahuan.

Imagination is more important than knowledge.

(Albert Einstein)³

¹ <http://www.katakatabijakmotivasi.com> diakses tanggal 16 April 2010

² Ibid

³ Ibid

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ اشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَإِشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّداً رَسُولُ اللَّهِ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَا وَالْمَرْسَلِينَ سَيِّدُنَا مُحَمَّدٌ وَعَلَى الْهُوَاءِ وَاصْحَابِهِ الْأَجْمَعِينَ إِنَّمَا بَعْدُ.

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul: STRATEGI RADIO PRAMBORS DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN PENDENGAR SIARAN PUTUSS SAMA NATAYA DI PRAMBORS YOGYAKARTA yang merupakan salah satu untuk memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi Islam di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tak lupa teriring shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW.

Dalam kesempatan ini saya mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. **Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA** selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. **Evi Septiani T.H, M.Si** selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. **Khoiro Ummatin, M.Si** selaku Dosen Pembimbing skripsi saya.
5. Semua dosen-dosen Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membimbing dalam pengajaran ilmu pengetahuan hingga menyelesaikan skripsi saya ini.

6. Terkhusus kepada kedua orang tua saya **Bapak Arwan Nasution dan Ibu Mas Diana Siregar** yang telah memberi dukungan secara moral maupun materil untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua saudara saya **Bang Huseir, Bang Husein, Kakak Aisyah, Saleh, dan Iskandar.**
8. Buat semua Teman-teman yang ada di Fakultas Dakwah maupun di luar Fakultas **Eko, Fahmie, Arie, Budi, Miquel, Richa, Khulasoh, Lilik, Huda, Tyo, Wawan**, saya ucapan terima kasih untuk bantuan dan kebersamaanya selama menuntut ilmu pengetahuan di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Buat The Wadyabalas di Prambors Yogyakarta, **Pak Mul, Mbak Ria, Agie, Dhika, Dita, Nataya, Reynata, Fira, Asad, Yoga, Berli, Erno, Butje, Mbak Novi, Mbak Evi, Mas Fajar.**
10. Seseorang yang saya sayangi **Alina Hanum Sihite** dan masih banyak lagi pihak yang berperan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
Sebagai manusia biasa saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesilapan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu saya dengan tangan terbuka dan lapang dada menerima masukan dan saran-saran yang sifatnya memperbaiki skripsi.

Yogyakarta, 19 April 2010
Penulis

(Ardiansyah Nasution)
NIM. 06210050

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Surat Ijin Penelitian	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persembahan	iv
Halaman Motto	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar belakang Masalah	4
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Kajian Pustaka.....	9
G. Kerangka Teori	12
H. Metode Penelitian.	25
I. Sistematika Pembahasan.	30
BAB II DESKRIPSI UMUM SIARAN PUTUSS SAMA NATAYA DI RADIO PRAMBORS YOGYAKARTA	32
A. Sejarah Berdirinya Radio Prambors Yogyakarta.	32

B. Visi Misi Radio Prambors Yogyakarta	35
C. Identitas Radio Prambors Yogyakarta	35
D. Persentase Siaran Musik	36
E. Target Audiens	37
F. Struktur Kerja	38
G. Program Prambors Yogyakarta	41
H. Program <i>Putuss sama Nataya</i>	46
I. Konten Program <i>Putuss sama Nataya</i>	47
J. Prambors di Internet	51

**BAB III PELAKSANAAN SIARAN PUTUSS SAMA
NATAYA DI RADIO PRAMBORS YOGYAKARTA
DALAM MEMPERTAHANKAN PENDENGAR 54**

A. Strategi Kesesuaian (<i>compatibility</i>)	54
1. Penjadwalan Program	55
2. Tipe Program	57
3. Pelaksanaan Siaran	59
B. Strategi Pembentukan Kebiasaan (<i>habit formation</i>)	63
1. Pembuatan adlibs dan spot iklan	63
2. Pembuatan Rundown	64
C. Strategi Kontrol Arus Pendengar (<i>control of audiens flow</i>)	67
1. Menetapkan Standar Mutu	68
2. Melakukan Pengawasan	71
3. Melakukan Evaluasi	73

D. Strategi Penyimpanan Sumber-Sumber Program (<i>conservation of program resources</i>).....	79
1. Sumber Daya Manusia.....	79
2. Perangkat Siar	80
3. Materi Program.....	82
4. Jenis Penyajian Program.....	86
E. Strategi Daya Penarik Massa (<i>mass appeal</i>).....	90
1. Daya tarik Program.....	91
2. Daya tarik Program Dari Segi Timing.....	96
BAB IV PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	100
C. Penutup	101
DAFTAR PUSTAKA	102

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Penelitian dari Radio Prambors Yogyakarta
2. Surat Permohonan Ijin Penelitian dari Fakultas Dakwah Univeritas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Surat Ijin Penelitian dari Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
4. Surat Penelitian dari Dinas Perizinan Pemerintah Kota Yogyakarta
5. Sertifikat Toefel
6. Sertifikat Toafel
7. Sertifikat Teknologi Informasi dan Komunikasi
8. Interview Guide Strategi Radio Prambors Dalam Upaya Mempertahankan Pendengar
9. Hot Clock Putuss sama Nataya
10. Rundown Putuss sama Nataya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul skipsi ini adalah **Strategi Radio Prambors Dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Siaran Putuss sama Nataya di Prambors Yogyakarta**). Sedangkan siaran pagi hari yang dimaksud yaitu program *Putuss sama Nataya*. Penegasan ini perlu dilakukan dengan maksud untuk mempertegas dan membatasi arti dan maksud agar pembahasan dapat lebih terarah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

1. Strategi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah berupa akal (tipu muslihat) untuk mencapai sesuatu maksud.⁴ Strategi juga dapat diartikan sebagai cara dan usaha untuk mencapai maksud tertentu. Strategi yang dimaksud disini adalah strategi untuk mempertahankan pendengar.

2. Radio Prambors

Menurut Max Well yang dikenal dengan julukan *Father of Wireless* mengemukakan bahwa radio merupakan suatu gelombang magnetis yang dapat memngurangi ruang angkasa secara gelombang dan kecepatan

⁴ Poerdarminta, W.J.S, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, (Jakarta : Balai Pustaka, 1982), hal. 965

cahaya, yaitu 186.000 mil perdetik.⁵ Beberapa hal yang harus dimiliki oleh radio yaitu : *pertama*, gelombang magnetis (suara). *Kedua*, dipancarkan stasiun pemancar. *Ketiga*, diterima oleh audio atau pesawat penerima. Sedangkan yang memancarkan gelombang radio antara lain : AM dan FM.

Sedangkan Radio Prambors Yogyakarta adalah radio yang berlokasi di Jalan Letjend Suprapto no 42 Ngampilan Jogjakarta. Prambors Jogja memiliki target audiens Strata Ekonomi Sosial A (kelas ekonomi atas), B (kelas ekonomi menengah), dan C (kelas ekonomi bawah). Prambors Yogyakarta memiliki segmen pendengar dengan target *teens and young adult (usia 15 – 25 tahun)*. Prambors Yogyakarta merupakan radio anak muda dengan memanggil pendengarnya dengan sebutan *kawulamuda*, sedangkan sebutan untuk penyiar adalah *wadyabala*.

Prambors Yogyakarta adalah radio yang memadukan konsep musik dan hiburan serta informasi. Persentase musik, 40% lagu barat internasional dan 60% lagu lokal Indonesia.

3. Upaya Mempertahankan Pendengar

Upaya mempertahankan adalah mengusahakan supaya tetap (tidak berubah dan sebagainya),⁶ membiarkan pada keadaan yang semula, berusaha tetap mempertahankan jumlah pendengar pada acara pagi di

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran dan Praktik*, (Bandung : Alumni, 1990) hal. 21

⁶ Poerdarminta, W.J.S, *Op.Cit*, hal. 992

Prambors yang di siarkan melalui Jakarta (*Putuss sama Mass Darto*) tetap mendengarkan konsep acara baru Prambors Yogyakarta (*Putuss sama Nataya*).

Sedangkan pendengar adalah orang yang mendengarkan radio sekaligus pihak yang paling penting dalam konteks komunikasi siaran⁷. Tanpa pendengar maka sebuah radio akan mati suri. Sehingga berdasarkan defenisi, upaya mempertahankan pendengar merupakan tanggungjawab bagi sebuah radio. Jumlah pendengar akan menjadi dasar untuk menentukan harga iklan yang akan dijual pada *client* (pengiklan).

4. Siaran Putuss sama Nataya

Prambors Network memiliki jaringan di delapan kota yaitu Prambors Jakarta (pusat), Prambors Bandung, Prambors Semarang, Prambors Surabaya, Prambors Yogyakarta, Prambors Solo, Prambors Makaasar, dan Prambors Medan. Sebelum bulan Oktober 2010, Prambors memiliki sebuah acara yang disiarkan oleh Prambors Jakarta ke tujuh kota lain (Bandung, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Solo, Makassar, dan Medan). Acara itu bernama *Putuss (Pukul Tujuh sampai Sepuluh) sama Mass Darto* (Imam Darto sebagai penyiar Prambors Jakarta).

Sejak bulan November 2009, Jaringan Delta Female Indonesia JDFI (Management Prambors Network) mengeluarkan kebijakan baru yaitu

⁷ Masduki , *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta : Pustaka Populer LKiS, 2004), hal.

siaran pagi tidak lagi disiarkan secara nasional. Siaran *Putuss* diserahkan kepada radio unit masing-masing. Namun Jaringan Delta Female Indonesia (JDFI) tetap menyeragamkan nama siaran pagi di seluruh Prambors Network (Prambors Jakarta, Prambors Bandung, Prambors Semarang, Prambors Yogyakarta, Prambors Solo, Prambors Surabaya, Prambors Makassar, Prambors Medan) dengan nama *Putuss sama* (penyiar masing-masing kota).⁸ Siaran *Putuss* di Prambors Yogyakarta saat ini bernama *Putuss sama Nataya*.

Secara keseluruhan Strategi Radio Prambors Dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Siaran Putuss sama Nataya di Prambors Yogyakarta merupakan penelitian tentang strategi Radio Prambors Yogyakarta dalam mempertahankan pendengar. Penelitian ini untuk mengungkap strategi yang dilakukan Radio Prambors Yogyakarta dalam mempertahankan pendengar yang meliputi strategi kesesuaian (*compatibility*), strategi pembentukan kebiasaan (*habit formation*), strategi pengontrolan arus pendengar (*control of audience flow*), strategi penyimpanan sumber-sumber program (*conservation of program resources*), strategi daya penarik massa (*mass appeal*).

B. Latar belakang Masalah

Komunikasi massa yaitu jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar heterogen dan anonim melalui media cetak dan elektronik

⁸ Dokumentasi Prambors Yogyakarta, 5 Januari 2010

sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.⁹ Unsur komunikasi massa diantaranya radio dan televisi. Perbedaannya radio bersifat audio dan televisi bersifat audio visual.¹⁰ Penyiaran radio lebih mengedepankan program yang menarik dengan memadukan berbagai unsur audio seperti lagu, kata, suara lain, penyiar dan lain lain. Sehingga dapat menghasilkan program berkualitas yang dapat mempertahankan dan menarik minat pendengar.

Ketertarikan penulis untuk meneliti Upaya Radio Prambors Dalam Mempertahankan Pendengar (studi kasus terhadap konsep siaran pagi hari di Prambors Yogyakarta) didasarkan oleh beberapa hal. *Pertama*, siaran *Putuss* sebelumnya bersifat nasional, kemudian beralih ke masing-masing unit, merupakan sebuah kebijakan dengan berbagai pertimbangan yang sangat matang.

Kedua, Siaran *Putuss sama Mass Darto*, ternyata tidak memberikan peningkatan pendengar bagi Prambors Network yang berkedudukan di delapan kota (Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Solo, Makassar, dan Medan). Kemudian JDFI mengambil kebijakan untuk memberikan konsep siaran Putuss ke masing-masing Unit. Konsep itu adalah memberikan pembuatan format siaran kepada Prambors unit. Contohnya konsep siaran *Putuss sama Nataya* di Yogyakarta. JDFI memberikan keleluasaan bagi Prambors Yogyakarta untuk

⁹ Josept. A. Devinto, *Komunikasi Antar Manusia*, Alih Bahasa Agus Maulana MSM, (Bandung : Mandar Maju, 1990), hal. 22-25

¹⁰ Ibid, hal.18

menentukan penyiar untuk program *Putuss*, isi siaran serta materi siaran dan hal lain yang dapat digunakan untuk mendukung data skripsi ini.

Perubahan itu diambil dengan mempertimbangkan beberapa hal. Diantaranya, kekuatan lokal setiap daerah memiliki nuansa yang berbeda dan memiliki keunikan tersendiri. Misalnya, budaya di Kota Yogyakarta justru sangat berbeda dengan Jakarta dan kota lain. Faktor penyebabnya karena tingkat ekonomi , pendapatan, budaya lokal, cara berfikir, dan aktifitas masyarakatnya.

Tidak dapat dipungkiri, hal ini memberikan beberapa dampak baik dan buruk bagi radio unit maupun radio pusat serta manajemen. Namun untuk hal ini, penulis hanya akan membahas dampak yang ditimbulkan bagi radio unit (Prambors Yogyakarta).

Dampak positif diantaranya :

1. Radio Prambors Yogyakarta dapat lebih mengangkat budaya kedaerahan Kota Yogyakarta. Misalnya, tempat dan lokasi wisata, budaya pergaulan remaja, kecintaan pada budaya nenek moyang.
2. Penyiar lokal dapat lebih dekat untuk menyapa kawulamuda dan membangun image tersendiri tentang Yogyakarta dalam perfektif Prambors Yogyakarta.

Sedangkan dampak negatif yang akan ditimbulkan yakni :

1. Pendengar terkesan sudah lekat dengan penyiar Jakarta yang sangat ramah dan perfeksionis. Jadi, hal ini akan sangat sulit untuk membangun citra baru dan pendekatan bagi penyiar.
2. Upaya untuk membangkitkan budaya kota Yogyakarta ditengah tipikal remaja yang umumnya urban dan berasal dari berbagai daerah.

Dari kekuatan dan kelemahan yang sudah disampaikan, hal ini menjadi beban tertentu bagi Prambors Yogyakarta. Memadukan unsur budaya kedaerahan Yogyakarta dan berupaya membangun *image* melalui karakter dan konten siaran.

Pada awal siaran Putuss sama Nataya, banyak hal yang harus dipersiapkan. Diantaranya *soundbyte (suara pendukung)*, *OT(Openig Tune)*, *CT (Closing Tune)*, *Flash*, *Teaser*, *OT Content (Opening Tune Content)*, *CT Content (Closing Tune Content)*, *Isi Content*, hingga upaya penyiar untuk menyakinkan pendengar bahwa Siaran Putuss sama Nataya lebih *men-Yogoykarta*.

Proses penyampaian materi melalui siaran membutuhkan persiapan dan perencanaan agar menghasilkan program yang berkualitas. Untuk itu, peneliti akan melakukan penelitian uapaya Radio Prambors Yogyakarta dalam mempertahankan pendengar melalui konsep program *Putuss sama Nataya*.

Sedangkan hubungan pemilihan judul ini dengan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan kalijaga Yogyakarta, sangat banyak

dan menyangkut langsung pada materi diperkuliahan. Materi perkuliahan yang didapatkan sangat berhubungan karena ada beberapa mata kuliah yang sangat relevan dan dapat diterapkan. Seperti Teori Komunikasi, Prinsip Desain Pesan, Penulisan Naskah, Manajemen Siaran, Produksi Siaran Radio, Reporting.

C. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang menjadi pokok pembahasan yaitu: “Bagaimana strategi yang dilakukan Radio Prambors Yogyakarta dalam upaya mempertahankan pendengar siaran *Putuss sama Nataya*?”

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan penelitian adalah ingin mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana upaya Radio Prambors Yogyakarta dalam mempertahankan pendengar melalui Program *Putuss sama Nataya*, dan bagaimana cara Program Director, Programmer, Penyiar dan Produser dalam mendesain program agar tetap mempertahankan jumlah pendengar.

E. Kegunaan Penelitian

1. Radio Prambors Yogyakarta

- a. Sebagai masukan bagi Radio Prambors Yogyakarta dalam mengembangkan program siaran *Putuss sama Nataya*, sehingga dapat menarik lebih banyak pendengar.

- b. Sebagai sumber acuan untuk membuat konsep program yang lebih baik.

2. Pengembangan Keilmuan

- a. Memberikan referensi bagi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berminat mengadakan penelitian tentang konsep pembuatan program di radio.
- b. Sebagai pedoman bagi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang aktif dalam dunia kepenyiaran tentang upaya sebuah radio dalam mempertahankan pendengar melalui program yang baik.

F. Kajian Pustaka

Untuk dapat memperoleh hasil maksimal dalam proses penelitian tentang “Upaya Radio Prambors Dalam Mempertahankan Pendengar” (Studi kasus terhadap konsep siaran pagi hari di Prambors Yogyakarta), penulis akan mengacu pada beberapa pemikiran dan pembahasan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini. Yaitu :

1. Skripsi karya Arifah Fatmawati, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2008 dengan judul “*Strategi Penyiaran PT. Radio GCD FM dalam Menghadapi Persaingan di Yogyakarta*”¹¹, yang menggunakan metode deskriptif kualitatif, menghasilkan kesimpulan bahwa strategi yang diterapkan dalam program bukanlah strategi asal-asalan melainkan dengan kriteria Susan Tyler

¹¹ Arifah Fatmawati, *Strategi Penyiaran PT. Radio GCD FM dalam Menghadapi Persaingan di Yogyakarta* (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2008)

Eastman. Teori ini menyimpulkan bahwa strategi mempertahankan pendengar mencakup lima strategi. *Pertama*, strategi kesesuaian (*compatibility*) yaitu acara yang disiarkan sesuai dengan kebutuhan pendengar. *Kedua*, strategi pembentukan kebiasaan (*habit formation*) yaitu upaya membiasakan audiens untuk mendengarkan program *adlibs* dan pembuatan *rundown* yang tepat. *Ketiga*, pengontrolan arus pendengar (*control of audiens flow*) yaitu menetapkan standart mutu program. *Keempat*, strategi penyimpanan sumber-sumber program (*Conservation of program resources*) yaitu pelaksanaan program yang kreatif dan *kelima*, Strategi daya penarik massa (*mass appeal*) yaitu program harus memiliki daya tarik yang berbeda dari program lainnya.

2. Skripsi karya Joko Kurniawan, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta 2002 dengan judul “*Strategi Siaran Radio Republik Indonesia Cabang Muda Surakarta dalam Menghadapi Persaingan Siaran Radio Swasta*”¹². Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini lebih memfokuskan pada manajemen siaran yang dilakukan Radio Republik Indonesia Cabang Muda Surakarta. Penelitian ini menyimpulkan, RRI Cabang Muda Surakarta dapat tetap hidup karena sudah lama berdiri dan mapan secara finansial dibandingkan dengan radio menengah dan kecil yang ada di Surakarta.

¹² Joko Kurniawan, *Strategi Siaran Radio republik Indonesia Cabang Muda Surakarta dalam Menghadapi Persaingan Siaran Radio Swasta* (Yogyakarta : Universitas Pembangunan Nasional Veteran, 2002)

3. Skripsi karya Astri Zanita, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2008 dengan judul “*Strategi Radio Komunitas Dalam Memperoleh Simpati Pendengar (studi pada Radio Komunitas Panagati Kelurahan Terban Kecamatan Gondokusuman)*”.¹³ Penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif ini masih cukup luas, kurang rinci dalam menjelaskan pembuatan sebuah program radio. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Radio Komunitas Panagati menggunakan teori Eastman dalam memperoleh simpati pendengar. Eastman menyebutkan ada lima strategi penyiaran yaitu : *Pertama*, strategi kesesuaian (*compatibility*) yaitu kesesuaian acara dengan kebutuhan pendengar. *Kedua*, Strategi pembentukan kebiasaan (*Habit formation*) yaitu membiasakan pendengar mengkonsumsi *adlibs* da *rundown*. *Ketiga*, Strategi pengontrolan arus ddengar (*control of audiens flow*) yaitu menetapkan standart mutu program. *Keempat*, strategi penyimpanan sumber-sumber penyiaran (*conservation of program resourrces*) yaitu mengedepankan kreatifitas dalam menghasilkan sebuah produk. *Kelima*, Strategi daya penarik massa (*mass apeal*) yaitu hal unik dan yang berbeda dari sebuah program radio.

Jika peneliti sebelumnya menjelaskan strategi dalam menarik simpati pendengar dengan sangat luas , keseluruhan program radio, tapi dalam penelitian

¹³ Astri Zanita, *Strategi Radio Komunitas Dalam Memperoleh Simpati Pendengar* (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2008)

ini akan meneliti satu program di Prambors Yogyakarta, yaitu *Putuss sama Nataya*. Pembuatan sebuah program radio memiliki banyak tahapan-tahapan penting, seperti tahap perencanaan, tahap eksekusi hingga tahap evaluasi program. Proses ini dilakukan untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan pendengar baik di program *Putuss sama Nataya*, maupun dalam keseluruhan program yang ada di Prambors Yogyakarta.

G. Kerangka Teori

1. Radio sebagai Media

a. Pengertian Radio

Radio is the birth of broadcasting (radio adalah anak pertama dunia penyiaran). Radio adalah suara.¹⁴ Suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikorelasikan oleh khalayak kepadanya. Secara psikologis suara adalah sensasi yang terpersepsikan kedalam kemasan auditif. Menurut Stanley R. Alten, suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditransformisikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi dinamis antara molekul itu dengan lingkungannya. Suara dari penyiar memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar.¹⁵

¹⁴ Masduki, *Op.Cit*, hal. 15

¹⁵ Ibid

Sedangkan menurut John Vivian, *radio is everywhere*. Sinyal yang dikirim melalui medium radio mampu menembus batas-batas negara dan teritori pulau.¹⁶

b. Kelebihan Radio

1) Kelebihan Radio

Menurut Stanley R. Alten dan Newby, ada beberapa kelemahan dan kelebihan sebuah radio. Kelebihan radio yakni:¹⁷

a) sarana tercepat penyebar informasi dan hiburan,karena :

- (1) dapat diterima di daerah yang belum memiliki sambungan listrik,
- (2) produksi siaran lebih singkat dan berbiaya murah,
- (3) lebih merakyat karena buta huruf bukan kendala,
- (4) harga radio tergolong murah dan mudah dibawa kemana saja.

Selanjutnya, menurut John Vivian, ada tiga kekuatan radio. Yaitu

:¹⁸

a) mobilitas tinggi

¹⁶ Ibid, hal. 16

¹⁷ Ibid, hal 17

¹⁸ Ibid, hal 17

Radio bisa “membawa pendengarnya kemana-mana” sambil tetap sibuk bekerja

b) realitas

Radio menggiring pendengarnya ke dalam kenyataan dengan suara-suara aktual dan bunyi dari fakta yang terekam dan disiarkan

c) kesegeraan

Radio menyajikan informasi dan petunjuk yang dibutuhkan pendengar secara cepat, bahkan secara langsung pada saat kejadian. Selain itu, pendengar juga bisa berinteraksi dengan penyiar secara mudah melalui fasilitas telpon.

2) Kelemahan Radio

Ada beberapa kelemahan radio menurut Stanley R. Alten dan Newby diantaranya,¹⁹

- a) hanya bunyi (auditif) dan tidak ada visualisasi yang tampak nyata,
- b) tergantung pada kondisi dan stabilitas udara di suatu lokasi,
- c) tidak bisa mengirim pesan dan informasi secara mendetail,
- d) terdengar selintas, sulit diingat, dan tidak bisa diulangi,

¹⁹ Masduki, *Op.Cit*, hal 17

e) hanya bisa didengar dan tidak bisa didokumentasikan.

3) Tipologi Pendengar Radio

Pendengar atau khalayak adalah orang-orang yang mendengarkan, misalnya, mendengarkan pidato, musik, dan sebagainya.²⁰ Sedangkan pendengar menurut Onong Uchjana Effendi adalah orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu tempat maupun dalam keadaan terpencar-pencar, tetapi sama-sama terpikat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa.²¹

Pendengar radio adalah pihak yang paling penting dalam konteks komunikasi siaran. Sehingga memahami jenis pendengar sangat penting.²²

a) Berdasarkan Kelas Ekonomi

Menurut perspektif ekonomi, pendengar adalah konsumen siaran. Pendengar mengkonsumsi sebuah produk siaran berdasarkan ketersediaan waktu dan akses yang mudah terhadap pesawat penerima penerima siaran radio. Strata Ekonomi Sosial

²⁰ Departemen Pendidikan Nasional dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cetakan ke-1 (Jakarta : Balai Pustaka, 1998) hal. 196

²¹ Onong Uchjana Effendi, *Kamus Komunikasi*, *Op.Cit*, hal.21

²² Masduki, *Op.Cit*, hal 18

A (kelas ekonomi atas), B (kelas ekonomi menengah), dan C(kelas ekonomi bawah).

b) Berdasarkan kelas sosial

Pendengar berdasarkan kelas sosialnya dibagi menjadi dua:

(1) Kelas menengah keatas

Pendengar yang memiliki pandangan jauh kedepan, memiliki wawasan yang luas, merasa terikat dengan kejadian yang dialami orang lain, berciri kota urban, berfikir rasional, percaya diri, mau mengambil resiko, dan memiliki selera yang beragam.

(2) Kelas menengah kebawah

Pendengar jenis ini, memliki pandangan terbatas untuk masa depan, wawasan sempit, memiliki ciri pedesaan, cara berfikirnya konkret dan tidak rasional (mistis), lebih terikat pada keamanan fisik dan seleranya terbatas.

c) Berdasarkan Interaksi/partisipasi

Ada beberapa jenis pendengar berdasarkan interaksinya pada sebuah radio, yaitu :

(1) Pendengar Spontan

Orang yang mendengarkan radio secara tidak sengaja karena tidak berencana mendengarkan radio atau cara tertentu dan perhatiannya mudah beralih pada orang2 tertentu. Contohnya, orang dalam bis.

(2) Pendengar Pasif

Orang yang sering mendengarkan radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri dengan menjadikan radio sebagai teman biasa. Misalnya, penjaga toko

(3) Pendengar Selektif

Orang yang mendengarkan radio pada jam dan acara tertentu, fanatik terhadap suatu acara tertentu atau penyiar tertentu dan menyempatkan diri untuk mendengarkan acara itu. Contoh, pendengar Putuss sama Dagienk – Desta, musik cadas, musik daerah, musik jepang, pemburu hadiah.

(4) Pendengar Aktif

Orang yang selalu mendengarkan radio, acara apapun, dimana pun, dan aktif melakukan interaksi melalui telpon, sms, *twitter*, *facebook*, *yahoo messenger*, dan lain-lain.

Pendengar jenis ini menjadikan radio sebagai sahabat utama dan tidak hanya di waktu luang.

d) Berdasarkan Bahasa²³

- (1) Heterogen. Karena jumlah pendengar memiliki latar belakang yang bebeda-beda yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Diantaranya, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, kebudayaan, tempat tinggal.
- (2) Pribadi, jenis pendengar yang lebih tertarik dengan bahasa yang lembut dan seperti yang disampaikan setiap hari. Pendengar tidak menyukai cara penyampaian yang bersemangat atau berapi-api. Karena pendengar jenis ini lebih cenderung menganggap penyiar adalah sahabat sendiri. Sehingga ia hanya akan mendengarkan penyiar yang menggunakan bahasa seperti yang dilakukan oleh pendengar.
- (3) Aktif, jenis pendengar seperti ini memiliki ketertarikan lebih karena menemukan sesuatu yang menarik dari sebuah radio. Kemudian pendengar melakukan interaksi terhadap yang disampaikan penyair. Misalnya, topik pembahasan, kuis dan lain-lain yang selanjutnya melakukan interaksi baik melalui sms, telpon maupun media jejaring sosial. Namun penelitian

²³ AS Haris Sumadiria, *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*, (Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2006), hal.116

menyebutkan, pendengar pasif memiliki jumlah yang lebih banyak dan cenderung lebih menyimpan serta mengolah pernyataan pada dirinya sendiri.

(4) Selektif, jenis pendengar seperti ini hanya mendengarkan siaran tertentu yang sesuai dengan kegemarannya. Misalnya musik pop, rock, dangdut dan lain sebagainya.

Bagi radio swasta, memperlakukan jenis pendengar seperti diatas berbeda-beda, baik dalam penyajian acara maupun dalam strategi interaktifnya. Radio swasta sangat membutuhkan peran pendengar aktif sebagai modal utama bernegoisasi dengan pengiklan radio.

Pengelolaan penyiaran radio perlu berhati-hati dalam menentukan *programming* penyiaran radio. Langkah awal yaitu harus menentukan *positioning* yang hendak dicapai. *Possitioning* itu sendiri adalah upaya agar pendengar yang akan kita raih sesuai dengan citra yang dikehendaki. Salah satu upayanya adalah membuat format acara yang akan diudarakan kepada pendengar, sehingga antara *positioning* dan format acara akan membentuk citra stasiun penyiaran. Kehati-hatian menyusun format acara harus memperhatikan faktor *persaingan* penyiaran radio, *geografis-demografis-psikografis-perilaku-individu* dalam jumlah populasi penduduk dan yang paling penting adalah memahami bagaimana *peluang*

periklanan dari *positioning* dan format stasiun untuk usaha penyiaran radio.²⁴

Penataan acara akan berhadapan dengan elemen pendukung acara seperti musik, kata-kata, identitas stasiun, iklan, gaya siaran, dan penjadwalan acara sesuai dengan segmen-segmen waktu yang direncanakan.²⁵

Menurut J.B Wahyudi dalam bukunya *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, program adalah susunan mata acara yang akan disiarkan, baik harian, mingguan, tengah bulanan, bulanan, *triwulan*, tengah tahunan dan tahunan. Khusus untuk Program acara harian disebut *rundown*.²⁶ Perencanaan dapat dikatakan baik, apabila mampu merencanakan susunan mata acara tiga sampai enam bulan ke depan tanpa ada perubahan jadwal maupun materi yang akan disiarkan. Bila ada perubahan, maka secara dini harus diinformasikan kepada khalayak. Materi mata acara (program), baik yang diperoleh melalui produksi sendiri, produksi kerjasama, atau melalui pembelian dari *production house*, harus direncanakan secara matang kapan akan disiarkan. Bila mata acara yang akan dibuat adaah mata acara unggulan, maka perlu

²⁴ Harley Prayudha, *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, (Malang : Bayu Media Publishing, 2004), hal.47

²⁵ Ibid, hal.48

²⁶ Wahyudi J.B, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994). hal. 22

dipromosikan melalui berbagai media massa yang ada, misalnya booklet, poster dan melalui media cetak.

Untuk dapat memberikan penyiaran yang baik bagi pendengar, pihak stasiun radio harus memperhatikan beberapa hal. Berdasarkan hasil laporan *Committee Appointed to Examine the Possibility of Introducing Televison in Singapore* (sebuah komite yang dibentuk oleh Radio Televisi Singapura di tahun 1956) dalam laporannya mengusulkan beberapa rekomendasi untuk stasiun itu, yakni :²⁷

- a) Program harus cocok dengan kondisi lokal dan bersifat membimbing kalangan penonton yang luas.
- b) Standar moralitas dan adab kesopanan masyarakat yang pantas harus diperhatikan.
- c) Pelayanan tidak boleh dibawah kontrol partai politik, walaupun selalu ada kewajiban di pihak pemerintah yang berkuasa untuk menjamin bahwa kepentingan masyarakat umum akan dilindungi.
- d) Standar efisiensi teknis harus ditentukan dan dipertahankan Biaya pelayanan harus tidak memberi beban yang berat pada pembayar pajak (*Client / Sponsor*).

²⁷ Eddie C.Y. Kuo dan Peter S.J. Chen, *Kebijakan dan Perencanaan Komunikasi Pengalaman Singapura*, (Jakarta : Pustaka LP3ES, 1996). hal 81.

Selain hal itu, Radio Televisi Singapura (RTS) juga menerapkan beberapa hal dalam upaya memainkan perannya dalam pembinaan bangsa dan masyarakat serta memposisikan diri sebagai sumber utama hiburan. Untuk mencapai tujuan itu, RTS membuat proses perencanaan sebagai berikut :²⁸

- a) Mempertahankan keseimbangan berbagai program pendidikan dan informasi serta program hiburan.
- b) Mempertahankan keseimbangan bahasa lokal sehingga kandungan siaran dapat menjangkau penduduk dengan bahasa yang beragam.
- c) Mendukung kampanye nasional yang sedang digalakkan oleh lembaga-lembaga pemerintah atau organisasi nasional. (Di Indonesia seperti Badan Narkotika Nasional/BNN yang memprogramkan *Say No to Narkoba*, Perhimpunan Keluarga Berencana Indonesia PKBI yang mencanangkan program perlindungan terhadap penderita HIV-AIDS, dan lain-lain).

Setelah melakukan berbagai metode perancangan dan perencanaan, pihak stasiun melakukan evaluasi terhadap program. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan, efektifitas dan keberhasilan program yang diukur dengan standar tertentu. Setiap stasiun memberlakukan cara yang berbeda.

²⁸ Ibid, hal. 89

4) Strategi mempertahankan pendengar

Strategi mempertahankan pendengar yang digunakan dalam penyiaran untuk mendapatkan simpati pendengar meliputi :²⁹

a) Strategi Kesesuaian (*Compatibility*)

Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Radio siaran harus membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang yang tepat.

b) Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habit Formation*)

Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu tertentu.

²⁹ Susan Tyler Eastman, *Broadcast/Cable Programming : Strategies and Practices*, (California Wadsworth Publishing Company, 1985) hal. 10

Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka akan semakin berdampak pula pemasangan iklan. Sehingga iklan yang ada di Radio Prambors Yogyakarta harus memiliki keunikan, menyenangkan, dan menggunakan penyampaian dengan bahasa tutur pendengarnya.

- c) Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*)

Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*).

- d) Strategi penyimpanan sumber-sumber Program (*Consevation of Program Resources*)

Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program bisa dipakai lagi suatu saat, tapi tentu saja dengan cara menyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang

hari. Diantaranya dengan mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.

e) Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*)

Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai oleh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program yang disajikan.

H. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Sedangkan langkah-langkah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Penentuan sumber data Penelitian.

Merupakan sumber tempat memperoleh keterangan penelitian. Adapun yang dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah:

1) *Program Director*

Pimpinan Program Prambors Yogyakarta, sebagai orang yang paling bertanggungjawab terhadap pelaksanaan dan perencanaan program siar. Termasuk siaran pagi hari yaitu *Putuss sama Nataya*.

2) Staf Program Bagian Ide Kreatif

Bagian Program merupakan orang yang paling bertanggungjawab terhadap pembuatan dan *maintenance* program. Dalam program *Putuss sama Nataya* berperan sebagai pihak yang menyampaikan ide kreatif agar program selalu segar dan menampilkan hal baru bagi pendengar.

3) Penyiar *Putuss*

Penyiar adalah orang yang menemani pendengar, dengan memutar lagu, mengelola lalulintas *audio*. Sebagai pihak yang menjadi garis depan sebuah program dan bertanggung jawab langsung pada kesuksesan program.

4) Eksekutif Produser

Produser acara merupakan orang yang membantu program kordinator dan mengarahkan penyiar dalam melaksanakan tugasnya. Peran Eksekutif Produser dalam program ini sebagai pihak yang melakukan penataan dan memberikan masukan serta usulan bagi kelancaran program.

b. Sedangkan fokus penelitian (sesuatu yang ingin diteliti) dari radio ini adalah: upaya yang dilakukan oleh Radio Prambors Yogyakarta agar dapat mempertahankan pendengar yang meliputi : strategi kesesuaian (*compatibility*), strategi pembentukan kebiasaan (*habit formation*), strategi pengontrolan arus pendengar (*control of audience flow*), strategi penyimpanan sumber-sumber program (*conservation of program resources*), strategi daya penarik massa (*mass appeal*).

2) Metode Pengumpulan Data

Usaha pengumpulan data harus relevan dengan obyek penelitian. Sehingga diperlukan adanya metode pengumpulan data. Sedangkan metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.³⁰ Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non-partisipan, yakni penulis tidak ikut ambil bagian dalam kegiatan yang dilakukan oleh para pelaksana atau obyek yang diteliti. Metode ini digunakan dengan mengamati secara langsung aktifitas dari program kordinator dan pelaksanaan siaran Putuss sama Nataya di Prambors Jogja.

³⁰ Nur Syam, *Metodologi Penelitian Sketsa Pemikiran Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Jakarta : CV.Ramadhani, 2001), hal. 108

b. Metode Interview

Metode interview diperuntukkan untuk memperoleh informasi dengan bertanya secara langsung kepada responden (informan).³¹ Adapun interview (*wawancara*) yang digunakan adalah dengan menggunakan *interview guide*, yaitu membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dirumuskan tidak perlu ditanyakan secara berurutan. Dalam hal ini petunjuk wawancara hanyalah berisi petunjuk secara garis besar tentang proses dan isi wawancara untuk menjaga agar pokok-pokok yang direncanakan dapat seluruhnya tercakup.³² Dalam wawancara ini peneliti akan mewawancarai program director, dan pihak lain yaitu staf program, penyiar, produser dan pihak lain yang terkait untuk mendapatkan tentang strategi kesesuaian program bagi pendengar (*compatibility*), strategi pembentukan kebiasaan pendengar (*habbit formation*), strategi pengontrolan arus pendengar (*control of audiens flow*), strategi penyimpanan sumber-sumber program (*conservation of program resources*), dan strategi daya penarik massa (*mass appeal*).

³¹ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (Ed), *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1989) hal. 192

³² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 186

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian ini merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data tentang hasil pelaksanaan program kerja, struktur organisasi, konsep siaran dan cara penyampaian konten.

d. Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan Miles and Huberman dan Spradley. Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga tuntas, dan datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification*. Selanjutnya menurut Spradley, teknik analisis data disesuaikan dengan tahapan dalam penelitian. Pada tahap penjelajahan dengan teknik pengumpulan data *grand tour question*, analisis data dilakukan dengan analisis domain. Pada tahap menentukan fokus analisis data dilakukan dengan analisis taksonomi. Pada tahapan *selection*, analisis data dilakukan dengan analisis komponensial. Selanjutnya untuk sampai menghasilkan judul dilakukan dengan analisis tema. Analisis data model Miles and Huberman, yang meliputi *data reduction, data display, dan*

verificatian dilakukan pada setiap tahapan penelitian menurut Spradley. (*penjelajahan, fokus, dan selection*).³³

Metode analisis data deskriptif kualitatif ini mencoba memaparkan secara objektif tentang upaya radio Prambors Yogyakarta dalam mempertahankan pendengar. Kemudian data-data yang diperoleh dari Prambors Yogyakarta kemudian diatur, diurutkan dan dikelompokkan oleh penulis yang kemudian dimasukkan ke dalam bagian-bagian yang sesuai dalam bentuk bab dan sub bab yang akan dibahas.

3) Metode keabsahan Data

Metode yang digunakan peneliti dengan cara editing atau memeriksa semua data-data yang diperoleh dalam memastikan keabsahan data. Metode keabsahan data ini ditunjang dengan menggunakan metode triangulasi sumber yaitu: “teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman dalam penyusunan skripsi ini, penulis akan merancang sistematika pembahasan yang terdiri dari empat bab yaitu :

³³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung, : Alfabeta, 2007). hal. 183.

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II : Gambaran Umum Program Putuss sama Nataya di Prambors Yogyakarta

Bab ini berisi tentang gambaran umum radio Prambors Yogyakarta, yang berisi sejarah berdirinya, Visi dan Misi Radio Prabors Yogyakarta, Bentuk Program Acara, Struktur Organisasi Radio Prambors Yogyakarta dan gambaran umum tentang program *Putuss sama Nataya*.

Bab III : Strategi Radio Prambors dalam mempertahankan pendengar siaran Putuss sama Nataya di Prambors Yogyakarta

Bab ini lebih spesifik pada pembahasan mengenai bentuk pelaksanaan *program Putuss sama Nataya* dan upaya Prambors Yogyakarta untuk mempertahankan pendengar.

BAB IV Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah membaca dan mempelajari data yang telah ada, maka penulis skripsi “*Strategi Radio Prambors Yogyakarta Dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Siaran Putuss sama Nataya di Prambors Yogyakarta*” serta menjawab beberapa rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan atau ringkasan sebagai berikut : program siaran *Putuss sama Nataya* melakukan beberapa strategi untuk dapat mempertahankan pendengar. Strategi yang dilakukan sesuai dengan lima tahapan teori Susan Taylor Eastman yaitu, *pertama* Strategi Kesesuaian (*Compatibility*) adalah kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Untuk itu, radio dituntut mampu membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang yang tepat.

*Kedua, Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habit Formation*).* Pembentukan kebiasaan adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Oleh karena itu, penyajian setiap program

acara dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu tertentu. Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka akan semakin berdampak pula pemasangan iklan. Sehingga iklan yang ada di Radio Prambors Yogyakarta dituntut memiliki keunikan, menyenangkan, dan menggunakan penyampaian dengan bahasa tutur pendengarnya.

Ketiga, Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (Control of Audience Flow). Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing, dapat diantisipasi dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*).

Keempat, Strategi penyimpanan sumber-sumber program (Consevation of Program Resources). Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program bisa dipakai lagi suatu saat, tapi tentu saja dengan cara menyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari. Diantaranya dengan mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.

Kelima, Strategi Daya Penarik Massa (Mass Appeal). Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran

memndapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai oleh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program yang disajikan.

Melalui materi program *Putuss sama Nataya* yaitu materi *Entertainment* (hiburan) yang meliputi Absen Pagi Bareng Telkomsel, Bakpia Duren (Biar Asik Pilih Aja Dua Lagu Request-an), *Wake up Call Service*, Kardi Boy vs Panda, Sususapi sapa, Morning Nataya, selanjutnya materi *Infotainment* (siaran informasi dan penerangan) yang meliputi Sego Mercon, *Mimi d'Indigo Girl*, kemudian materi *Education* (pendidikan) yang meliputi Indahnya Indonesiaku, *Check Point*, Flash Dear Mayor, *Prambors Agent*, dan Buka Fakta mampu memenuhi kebutuhan pendengar akan informasi dan hiburan sehingga pendengar akan tetap mendengarkan program *Putuss sama Nataya*.

B. SARAN

Setelah melihat keadaan yang ada di program *Putuss sama Nataya* Prambors Yogyakarta dan juga data yang diperoleh dari data, dokumentasi dan wawancara yang dilakukan, penulis memiliki beberapa saran antara lain :

1. Berkaitan dengan program *Putuss sama Nataya* belum dilakukan dengan maksimal, karena siaran masih belum secara keseluruhan

ditangani oleh Prambors Yogyakarta karena masih ada siaran yang di relay. Hal ini justru akan membingungkan pendengar. Sebaiknya, pihak Jaringan Delta Female Indonesia (JDFI) memberikan tanggung jawab penuh penanganan program pada Radio Prambors Yogyakarta sebagai radio unit untuk dapat lebih mendekatkan diri dengan pendengar Kota Yogyakarta.

2. Beberapa konten *Putuss sama Nataya* masih belum konsisten karena terbatasnya waktu produksi. Seharusnya persiapan dapat dilakukan beberapa hari sebelumnya. Sehingga hasil dapat lebih maksimal dan lebih berkualitas baik secara pelaksanaan maupun *out put audio*.
3. Program *Putuss sama Nataya* juga masih belum memaksimalkan peran seorang produser. Saat ini program dan perencanaan masih lebih banyak dikerjakan oleh penyiar (Nataya). Sudah seharusnya, pihak Radio Prambors Yogyakarta mengkhususkan seorang produser sehingga penyiar dapat lebih leluasa untuk berekspresi menyapa pendengar.

C. PENUTUP

Usaha yang maksimal telah penulis lakukan dalam penelitian, menganalisis data dari hasil penelitian dan mempersesembahkan sebuah tugas akhir yang berkualitas dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- AS Haris Sumadiria, *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*, (Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2006)
- Departemen Pendidikan Nasional dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cetakan ke-1 Jakarta, (Jakarta : Balai Pustaka, 1998)
- Eddie C.Y.Kuo dan Peter S.J. Chen, *Kebijakan dan Perencanaan Komunikasi Pengalaman Singapura*, (Yogyakarta: Pustaka LP3ES, 1996)
- J.B. Wahyudi, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994)
- Josept. A Devinto, Alih Bahasa Agus Maulana MSM, *Komunikasi Antar Manusia*, (Bandung: Mandar Maju, 1990)
- Harley Prayudha, *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, (Malang : Bayu Media Publishing, 2004)
- Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005)
- Masduki , *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Bantul : Pustaka Populer LKiS, 2004)
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi(Ed), *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1989)
- Nur Syam, *Metodologi Penelitian Sketsa Pemikiran Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Jakarta : CV.Ramadhani, 2006)
- Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran dan Praktik*, (Bandung : Alumni, 1990)
- Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung : Alumni, 1987)
- Poerdarminta W.J.S, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Balai Pustaka, 1982)
- Susan Tyler Eastman, *Broadcast/Cable Programming : Strategies and Practices*, (California : Wadsworth Publishing Company, 1985)
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2007)

Tommy Suprapto, *Berkarier Dibidang Broadcasting*, (Yogyakarta : Media Pressindo, 2006), hal. 60

Karya Ilmiah

Arifah Fatmawati, *Strategi Penyiaran PT. Radio GCD FM dalam Menghadapi Persaingan di Yogyakarta*, (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2008)

Astri Zanita, *Strategi Radio Komunitas Dalam Memperoleh Simpati Pendengar* , (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2008)

Joko Kurniawan, *Strategi Siaran Radio republik Indonesia Cabang Muda Surakarta dalam Menghadapi Persaingan Siaran Radio Swasta*, (Yogyakarta : Universitas Pembangunan Nasional Veteran, 2002)

Katsumi Shiraishi dalam Budi Sayoga, *Manajemen Program Siaran Radio*, Laporan Penelitian, Jurusan Ilmu Komunikasi (Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada, 1997), hal. 33

Internet

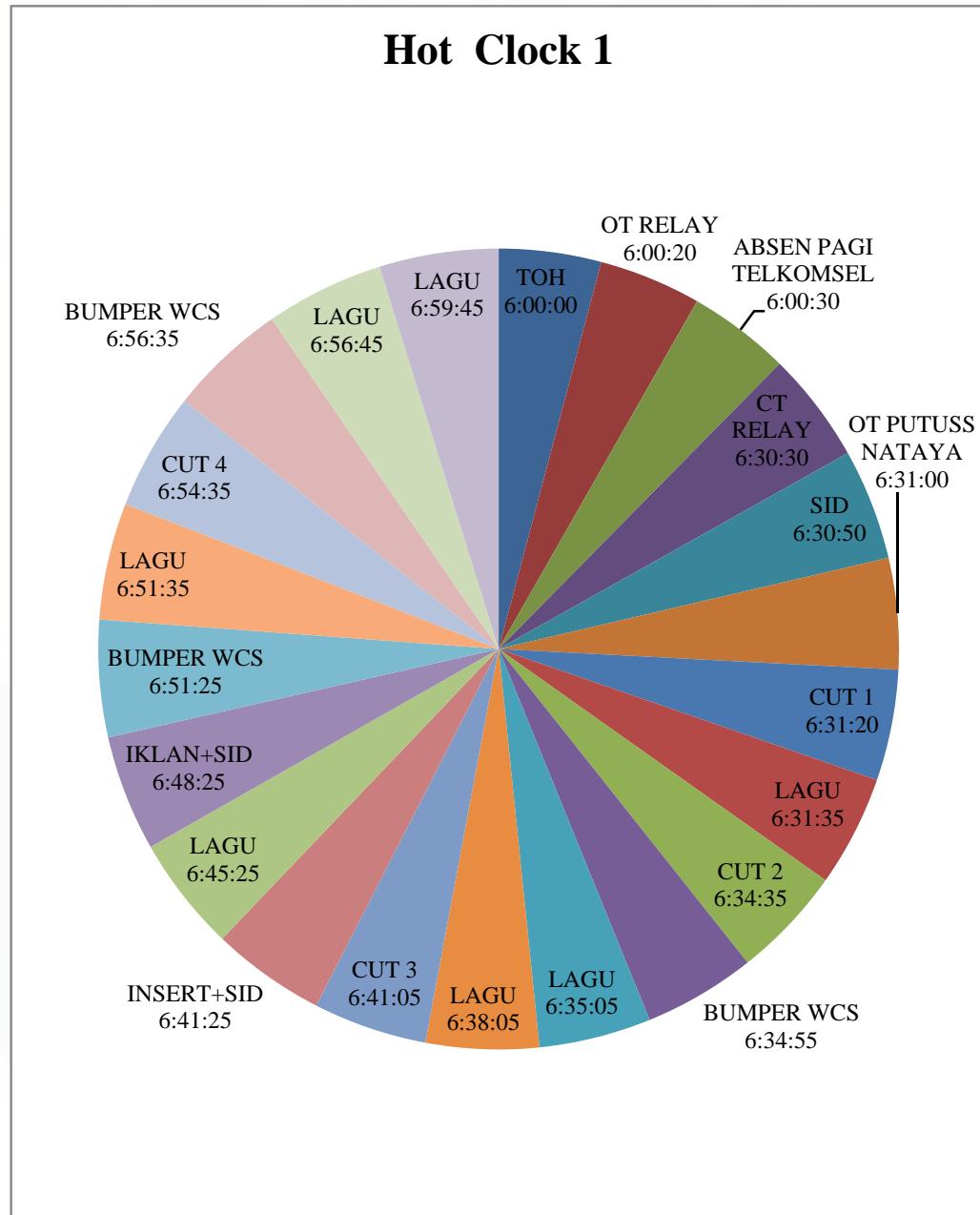
<http://www.katakatabijakmotivasi.com>

<http://www.al-shia.org/html/id/quran/tafsir/juz30>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Gambar 1 : Hot Clock Program Putuss sama Nataya

Hot Clock 1 (06.00 – 07.00)



Sumber : Dokumentasi Radio Prambors

Tabel 1 : Rundown Program Putuss sama Nataya

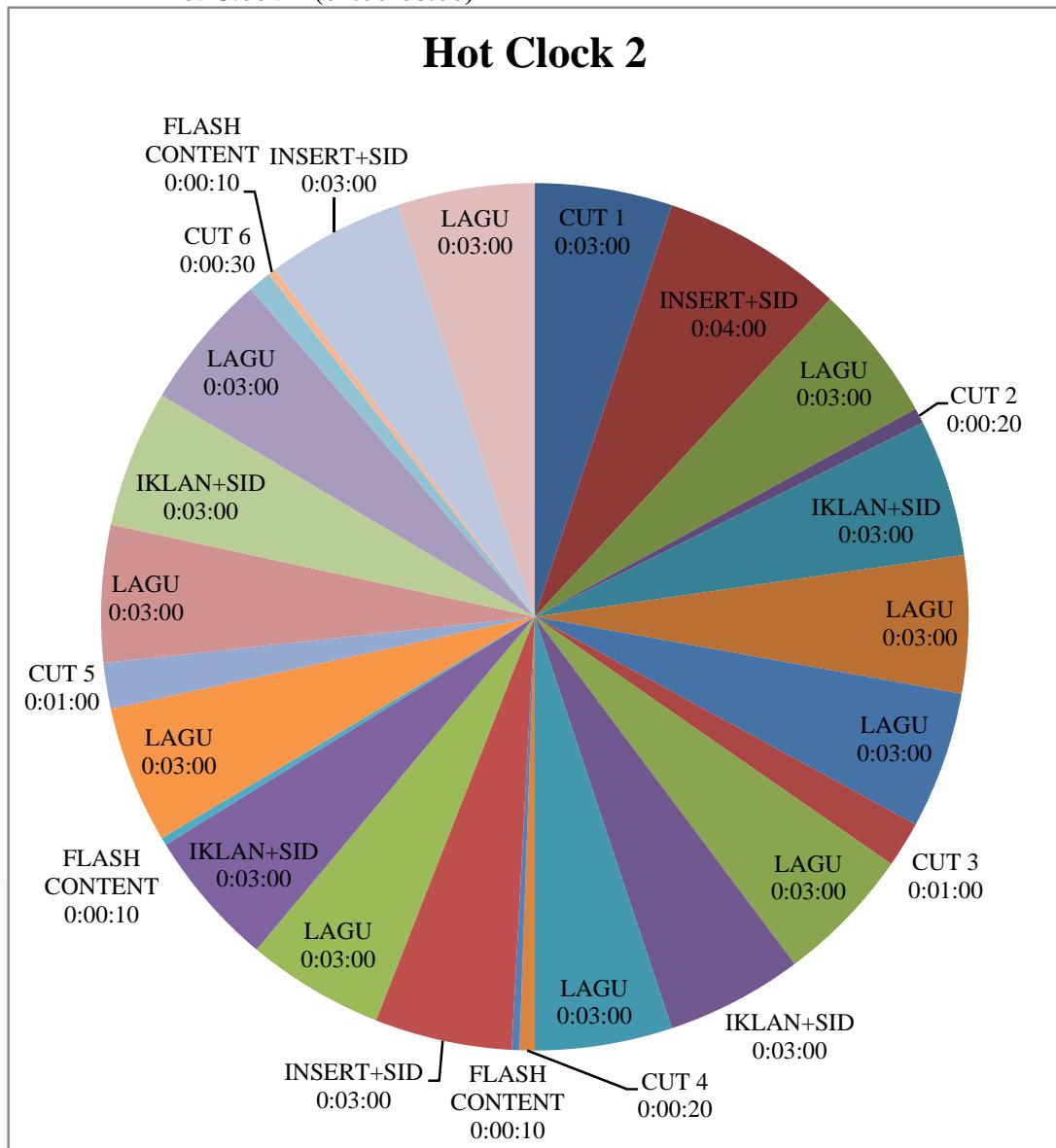
Rundown Part 1 (06.00-07.00)

START	END	DUR	DESCRIPTION
Hot Clock 1			
6:00:00	6:00:20	0:00:20	TOH
:00:20	6:00:30	0:00:10	OT RELAY
6:00:30	6:30:30	0:30:00	ABSEN PAGI TELKOMSEL
6:30:30	6:30:50	0:00:20	CT RELAY
6:30:50	6:31:00	0:00:10	SID
6:31:00	6:31:20	0:00:20	OT PUTUSS NATAYA
6:31:20	6:31:35	0:00:15	CUT 1 + OPENING
6:31:35	6:34:35	0:03:00	LAGU
6:34:35	6:34:55	0:00:20	CUT 2
6:34:55	6:35:05	0:00:10	BUMPER WCS
6:35:05	6:38:05	0:03:00	LAGU
6:38:05	6:41:05	0:03:00	LAGU
6:41:05	6:41:25	0:00:20	CUT 3
6:41:25	6:45:25	0:04:00	INSERT+SID
6:45:25	6:48:25	0:03:00	LAGU
6:48:25	6:51:25	0:03:00	IKLAN+SID
6:51:25	6:51:35	0:00:10	BUMPER WCS
6:51:35	6:54:35	0:03:00	LAGU
6:54:35	6:56:35	0:02:00	CUT 4
6:56:35	6:56:45	0:00:10	BUMPER WCS
6:56:45	6:59:45	0:03:00	LAGU
6:59:45	7:02:45	0:03:00	LAGU

Sumber : Dokumentasi Radio Prambors

Gambar 2 : Hot Clock Program Putuss sama Nataya

Hot Clock 2 (07.00-08.00)



Sumber : Dokumentasi Radio Prambors

Tabel 2 : Rundown Program Putuss sama Nataya

Rundown Part 2 (07.00-08.00)

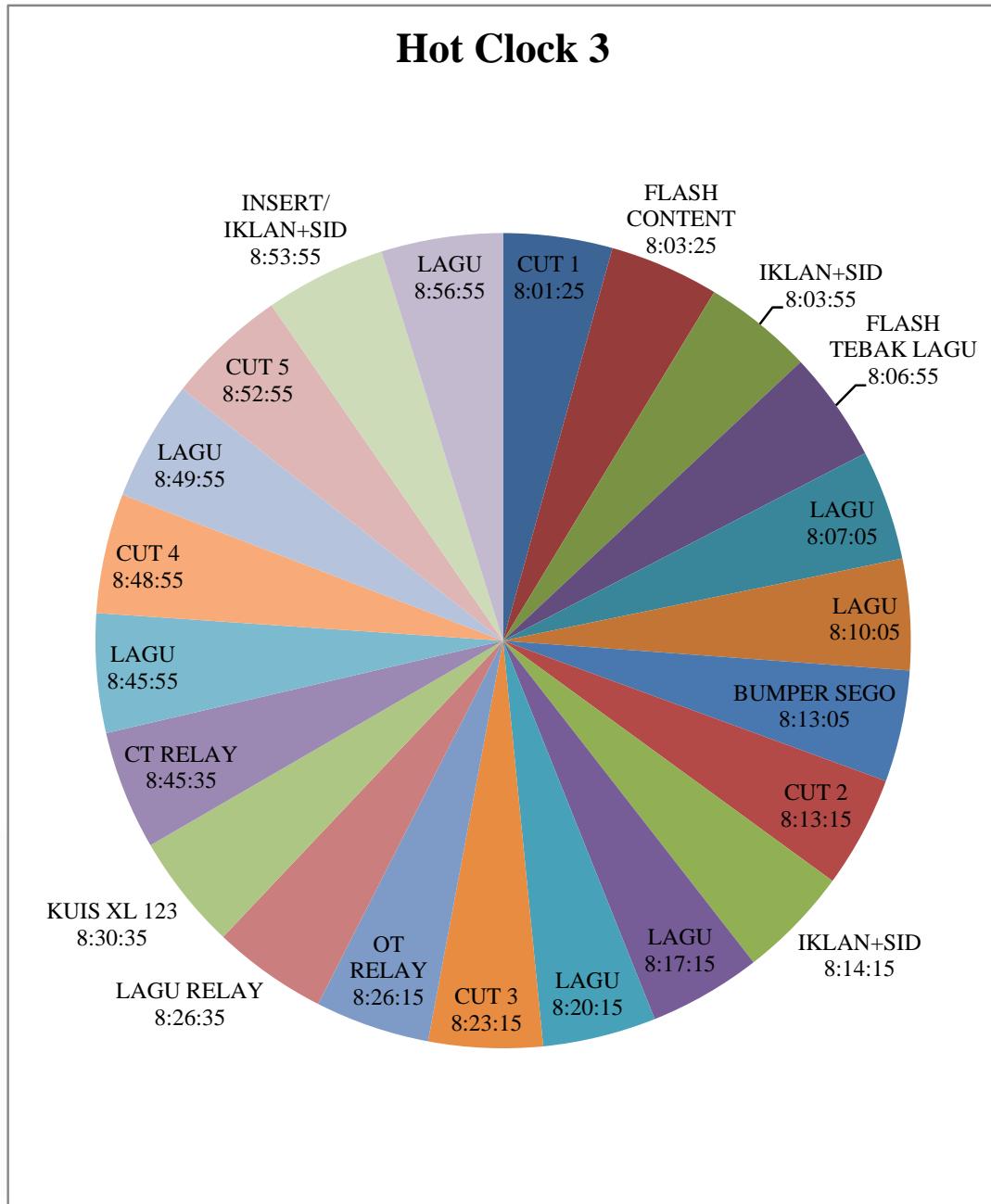
Hot Clock 2

7:02:45	7:05:45	0:03:00	CUT 1
7:05:45	7:09:45	0:04:00	INSERT+SID
7:09:45	7:12:45	0:03:00	LAGU
7:12:45	7:13:05	0:00:20	CUT 2
7:13:05	7:16:05	0:03:00	IKLAN+SID
7:16:05	7:19:05	0:03:00	LAGU
7:19:05	7:22:05	0:03:00	LAGU
7:22:05	7:23:05	0:01:00	CUT 3
7:23:05	7:26:05	0:03:00	LAGU
7:26:05	7:29:05	0:03:00	IKLAN+SID
7:29:05	7:32:05	0:03:00	LAGU
7:32:05	7:32:25	0:00:20	CUT 4
7:32:25	7:32:35	0:00:10	FLASH CONTENT
7:32:35	7:35:35	0:03:00	INSERT+SID
7:35:35	7:38:35	0:03:00	LAGU
7:38:35	7:41:35	0:03:00	IKLAN+SID
7:41:35	7:41:45	0:00:10	FLASH CONTENT
7:41:45	7:44:45	0:03:00	LAGU
7:44:45	7:45:45	0:01:00	CUT 5
7:45:45	7:48:45	0:03:00	LAGU
7:48:45	7:51:45	0:03:00	IKLAN+SID
7:51:45	7:54:45	0:03:00	LAGU
7:54:45	7:55:15	0:00:30	CUT 6
7:55:15	7:55:25	0:00:10	FLASH CONTENT
7:55:25	7:58:25	0:03:00	INSERT+SID
7:58:25	8:01:25	0:03:00	LAGU

Sumber : Dokumentasi Radio Prambors

Gambar 3 : Hot Clock Program Putuss sama Nataya

Hot Clock 3 (09.00-10.00)



Sumber : Dokumentasi Radio Prambors

Tabel 3 : Rundown Program Putuss sama Nataya

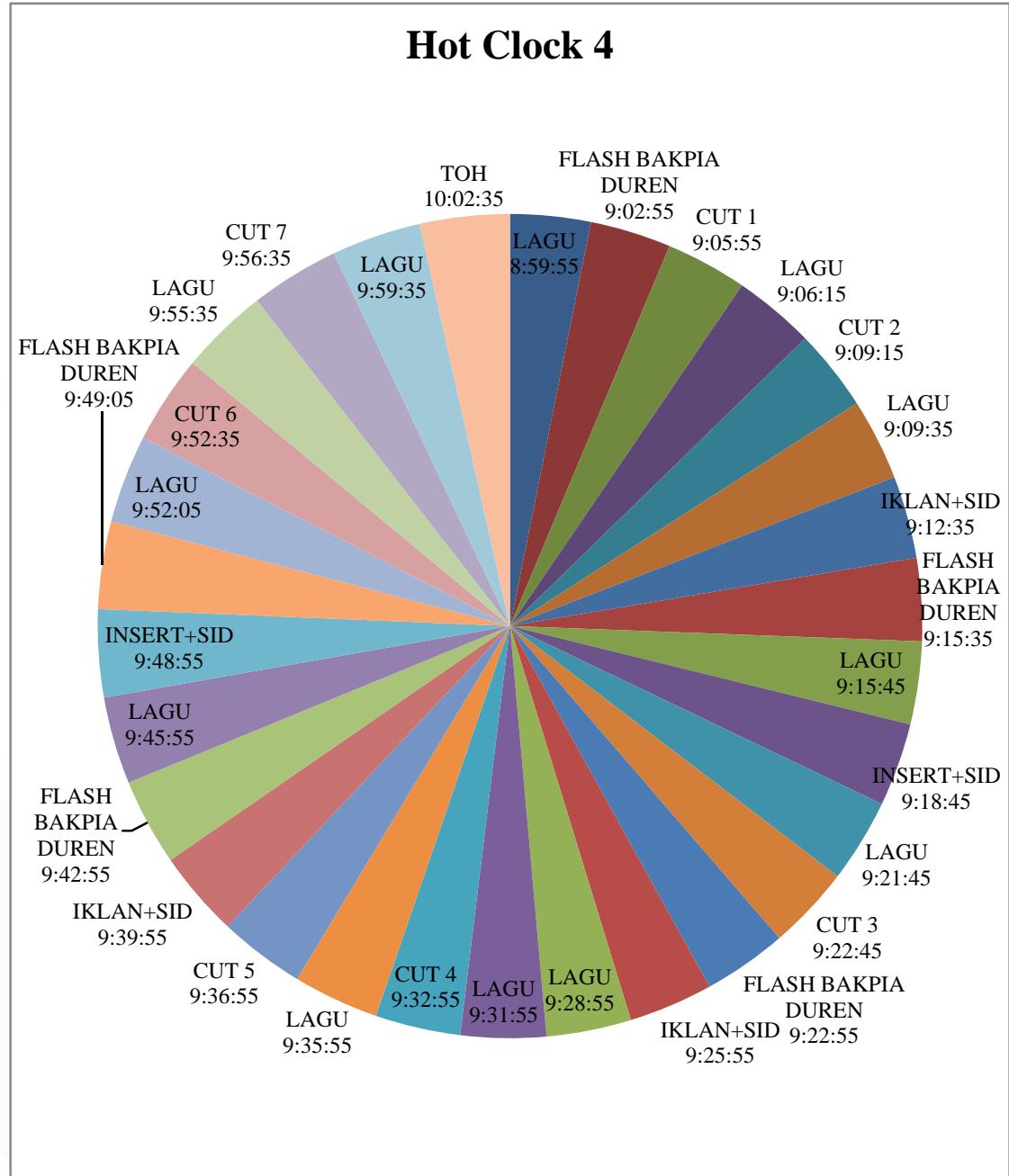
Rundown Part 3 (08.00-09.00)

Hot Clock 3			
8:01:25	8:03:25	0:02:00	CUT 1
8:03:25	8:03:55	0:00:30	FLASH CONTENT
8:03:55	8:06:55	0:03:00	IKLAN+SID
8:06:55	8:07:05	0:00:10	FLASH TEBAK LAGU
8:07:05	8:10:05	0:03:00	LAGU
8:10:05	8:13:05	0:03:00	LAGU
8:13:05	8:13:15	0:00:10	BUMPER SEGO
8:13:15	8:14:15	0:01:00	CUT 2
8:14:15	8:17:15	0:03:00	IKLAN+SID
8:17:15	8:20:15	0:03:00	LAGU
8:20:15	8:23:15	0:03:00	LAGU
8:23:15	8:26:15	0:03:00	CUT 3
8:26:15	8:26:35	0:00:20	OT RELAY
8:26:35	8:30:35	0:04:00	LAGU RELAY
8:30:35	8:45:35	0:15:00	KUIS XL 123
8:45:35	8:45:55	0:00:20	CT RELAY
8:45:55	8:48:55	0:03:00	LAGU
8:48:55	8:49:55	0:01:00	CUT 4
8:49:55	8:52:55	0:03:00	LAGU
8:52:55	8:53:55	0:01:00	CUT 5
8:53:55	8:56:55	0:03:00	INSERT/ IKLAN+SID
8:56:55	8:59:55	0:03:00	LAGU

Sumber : Dokumentasi Radio Prambors

Gambar 4 : Hot Clock Program Putuss sama Nataya

Hot Clock 4 (09.00-10.00)



Sumber : Dokumentasi Radio Prambors

Tabel 4 : Rundown Program Putuss sama Nataya

Rundown Part 4 (08.00-09.00)

Hot Clock 4			
8:59:55	9:02:55	0:03:00	LAGU
9:02:55	9:05:55	0:03:00	FLASH BAKPIA DUREN
9:05:55	9:06:15	0:00:20	CUT 1
9:06:15	9:09:15	0:03:00	LAGU
9:09:15	9:09:35	0:00:20	CUT 2
9:09:35	9:12:35	0:03:00	LAGU
9:12:35	9:15:35	0:03:00	IKLAN+SID
9:15:35	9:15:45	0:00:10	FLASH BAKPIA DUREN
9:15:45	9:18:45	0:03:00	LAGU
9:18:45	9:21:45	0:03:00	INSERT+SID
9:21:45	9:22:45	0:03:00	LAGU
9:22:45	9:22:55	0:01:00	CUT 3
9:22:55	9:25:55	0:00:10	FLASH BAKPIA DUREN
9:25:55	9:28:55	0:03:00	IKLAN+SID
9:28:55	9:31:55	0:03:00	LAGU
9:31:55	9:32:55	0:03:00	LAGU
9:32:55	9:35:55	0:01:00	CUT 4
9:35:55	9:36:55	0:03:00	LAGU
9:36:55	9:39:55	0:01:00	CUT 5
9:39:55	9:42:55	0:03:00	IKLAN+SID
9:42:55	9:45:55	0:03:00	FLASH BAKPIA DUREN
9:45:55	9:48:55	0:03:00	LAGU
9:48:55	9:49:05	0:03:00	INSERT+SID
9:49:05	9:52:05	0:00:10	FLASH BAKPIA DUREN
9:52:05	9:52:35	0:03:00	LAGU
9:52:35	9:55:35	0:00:30	CUT 6
9:55:35	9:56:35	0:03:00	LAGU
9:56:35	9:59:35	0:01:00	CUT 7 + CLOSING
9:59:35	10:02:35	0:03:00	LAGU
10:02:35		0:03:00	TOH

Sumber : Dokumentasi Radio Prambors

INTERVIEW GUIDE

Program Director

1. Bagaimana strategi pembentukan kebiasaan pendengar terhadap program *Putuss sama Nataya*?
2. Apakah konsep yang sudah berjalan dapat mempertahankan pendengar?
3. Bagaimana strategi pengontrolan arus pendengar yang meliputi standar mutu, pengawasan dan evaluasi program?

Staf Program Bagian Ide Kreatif

1. Bagaimana strategi kesesuaian pada program *Putuss sama Nataya*?
2. Apa saja yang dilakukan untuk mempertahankan pendengar?
3. Bagaimana strategi pengontrolan arus pendengar yang meliputi standar mutu program, pengawasan dan evaluasi program?

Staf Produksi

1. Apa saja tahapan dan prosedur dalam memproduksi untuk *tools* (insert, rekaman, dan lain-lain) dalam Program Putuss sama Nataya?
2. Bagaimana strategi penyimpanan sumber-sumber program *Putuss sama Nataya*?

Produser Eksekutif

1. Apa yang dimaksud dengan konten siaran?
2. Bagaimana respon pendengar yang diperoleh dalam program *Putuss sama Nataya*?

Penyiar Putuss

1. Apa saja materi yang disampaikan dalam program?
2. Bagaimana cara menyampaikan materi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar?
3. Bagaimana strategi daya tarik dari program *Putuss sama Nataya sehingga* dapat mempertahankan pendengar?

INTERVIEW GUIDE

1. Bagaimana strategi pembentukan kebiasaan pendengar terhadap program *Putuss sama Nataya*?
2. Apakah konsep yang sudah berjalan dapat mempertahankan pendengar?
3. Bagaimana strategi pengontrolan arus pendengar yang meliputi standar mutu, pengawasan dan evaluasi program?
4. Bagaimana strategi kesesuaian pada program *Putuss sama Nataya*?
5. Bagaimana pembuatan *rundown* program Putuss sama Nataya?
6. Bagaimana penjadwalan program *Putuss sama Nataya*?
7. Apa saja yang dilakukan untuk mempertahankan pendengar?
8. Bagaimana standar mutu program, pengawasan dan evaluasi program?
9. Apa saja tahapan dan prosedur dalam memproduksi untuk *tools* (insert, rekaman, dan lain-lain) dalam Program Putuss sama Nataya?
10. Bagaimana proses penyimpanan sumber-sumber program?
11. Apa yang dimaksud dengan konten siaran?
12. Bagaimana respon pendengar yang diperoleh dalam program *Putuss sama Nataya*?
13. Apa saja materi yang disampaikan dalam program?
14. Bagaimana cara menyampaikan materi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar?
15. Bagaimana strategi daya tarik dari program *Putuss sama Nataya* sehingga dapat mempertahankan pendengar?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

(Curriculum Vitae)

Nama : Ardiansyah Nasution
Tempat/tanggal lahir : Sinunukan IV, 30 Juli 1985
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Jalan Nologaten, Caturtunggal, Sleman, Yogyakarta
No. Telp : 0274 9293888
No. HP : 085747151666
Nama Ayah : Arwan Nasution
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Mas Diana Siregar
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jalan Lintas Batahan No 80 RT 02 RW 01 Sinunukan IV,
Kecamatan Sinunukan, Kabupaten Mandailing Natal, Propinsi
Sumatera Utara

Pendidikan

SD : SD Negeri 147575 Sinunukan, lulus tahun 1998
SMP : MTs Negeri 1 Panyabungan, lulus tahun 2001
SMA : SMA Negeri 1 Batahan, lulus tahun 2004
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, masuk tahun 2006