

STRATEGI *PROGRAMMING* RADIO ANAK JOGJA

SEBAGAI MEDIA HIBURAN UNTUK ANAK



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA SOSIAL ISLAM**

Oleh:

**MAULANI
03210043**

DOSEN PEMBIMBING

Dra. EVI SEPTIANI, TH. MSi

**KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2008**

Dra. Hj. Evi Septiani, TH. MSi
Dosen Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
NOTA DINAS PEMBIMBING

Hak : Skripsi
Saudari **Maulani**

Kepada Yth.
Bapak Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalammu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyatakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

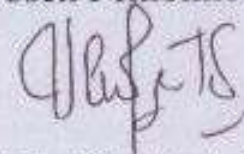
Nama : **Maulani**
NIM : **03210043**
Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Judul : **Strategi Programming Radio Anak Jogja Sebagai Media Hiburan Untuk Anak**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar proses skripsi mahasiswa tersebut di atas dapat sebera dimunaqosyahkan. Demikianlah atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 3 Maret 2008
Dosen Pembimbing



Dra. Hj. Evi Septiani, TH. MSi
NIP.150252261



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telpn (0274) 515856 Fax (0274) 552230
Yogyakarta 55221

PENGESAHAN

Nomor: UIN/02/DD/PP.00.9/ 656 /2008

Judul Skripsi :

**STRATEGI PROGRAMMING RADIO ANAK YOGYA
SEBAGAI MEDIA HIBURAN UNTUK ANAK**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Maulani
NIM. 03210043

Telah dimunaqosyahkan pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 27 Maret 2008

Dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

SIDANG DEWAN MUNAQOSYAH

Ketua Sidang/Sekretaris

Drs. Mokh. Nazih, M.Pd.
NIP. 150246398

Pembimbing

Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.
NIP. 150252261

Penguji I

Saptoni, S.Ag., MA
NIP. 150391021

Penguji II

Drs. Moh. Sahlan, M.Si.
NIP. 150260462

Yogyakarta, 15 April 2008
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
DEKAN



Lutfi H. Afif Rifai, MS
NIP. 150222293

ABSTRAKSI

Dewasa ini radio mengalami perkembangan yang begitu pesat dengan ditandai munculnya stasiun-stasiun radio baru dalam dunia bisnis media. Kondisi ini secara otomatis menciptakan persaingan yang ketat antara stasiun radio. Di tengah ketatnya persaingan dan perkembangan teknologi tersebut, isu kualitas program menjadi semakin mengemuka. Karena kualitas dipandang sebagai syarat penting untuk dapat memenangkan persaingan tersebut dan merebut konsumen. Karenanya, pengelola stasiun radio selama ini telah mengembangkan kebijakan bersaing dengan menarget kelompok pendengar yang spesifik. Dengan berorientasi pada celah-celah pendengar tertentu, aktifitas dalam perencanaan program (*programming*) menjadi lebih efisien dan efektif karena target pendengar menjadi lebih jelas dan spesifik. Hal ini kemudian dituangkan dalam format radio yang akan memberikan arah bagi aktifitas *programming* untuk memenuhi kebutuhan target audiens terhadap jenis program tertentu yang mereka inginkan. Dengan merefleksikan kebutuhan segmen audiens pada seluruh *output* stasiun, maka format akan memberikan image atau identitas tersendiri bagi stasiun radio.

Terkait dengan hal tersebut maka stasiun radio membuat program yang dapat memenuhi *need and wants* audiens. Tidak terkecuali yang dilakukan oleh Radio Anak Jogja. Mengingat di Yogyakarta sendiri belum ada stasiun radio yang spesifikasi pendengarnya adalah anak-anak. Radio Anak Jogja hadir dengan memberikan *image* atau identitas sebagai satu-satunya stasiun radio di Yogyakarta yang memperhatikan kebutuhan anak-anak. Karena anak-anak adalah individu yang unik dan berbeda dengan orang dewasa, tentunya dalam berkomunikasi pun mereka membutuhkan ruang yang berbeda dengan orang dewasa.

Untuk itu dibutuhkan strategi *programming* pada stasiun radio untuk menentukan program-program yang sesuai atau menarik untuk target pendengarnya, yang dalam hal ini adalah anak-anak. *Programming* diawali dengan melakukan penelitian dan pemilihan materi program yang memenuhi selera pasar dan khalayak sasaran yang diinginkan. Minat dan kebutuhan audiens memegang peranan penting dalam penyusunan program. Secara kualitatif, sebuah radio yang baik akan mampu menghasilkan program siaran yang sesuai dengan kebutuhan khalayak sasaran.

Dari penelitian yang telah dilakukan mengenai *strategi programming* di Radio Anak Jogja sebagai media hiburan untuk anak, dapat disimpulkan bahwasanya strategi yang diterapkan dalam program unggulan tersebut bukanlah strategi yang asal-asalan melainkan dengan kriteria *strategi programming* menurut Sydney W. Head, yaitu: *Compatibility* (Kesesuaian), *Habit Formation* (Membangun Kebiasaan), *Control of Audience Flow* (Mengontrol Aliran Pendengar), *Conservation of Program Progress* (Pemeliharaan Sumber Daya Program), *Breadth of Appeal* (Daya Tarik yang Luas).

MOTO

.....لَا أَبْرَحُ حَتَّىٰ أَتْلُعَ مَجْمَعَ الْبَحْرَيْنِ أَوْ أَمْضِ حُقُبًا (الكهف : 6)

“...aku tidak akan berhenti (berjalan) sebelum sampai ke pertemuan dua buah lautan, atau aku akan berjalan sampai bertahun-tahun.” (QS. Al-Kahfi: 60)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN



Karya ini penulis dedikasikan untuk:

- Ibu dan Bapak, yang menjadi inspirasi terbesar dalam hidupku, madrasah pertama yang mengajarkan padaku untuk menjadi insan yang berkecerdasan hati, terima kasih juga untuk lautan cintanya.
- Mbak-mbakku terkasih, Nur Hayati, Nur Sholikah, juga adikku Maulana atas atensi dan doanya yang menjadikan ghiroh terus menyala.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan inayahnya. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan dorongan kepada penulis baik itu yang berupa moril, materiil, maupun spirituil, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bpk. Drs. Afif Rifai, M.S, selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Akhmad Rifa'I, M.Phil, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Dra. Hj. Evi Septiani, TH. MSi, selaku pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk membimbing sehingga penulis dapat menuliskan skripsi ini.
4. Musthofa, S.Ag., M.Si, selaku penasehat akademik yang telah membimbing selama perkuliahan.

5. Direktur RAJ beserta karyawan-karyawan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan informasi terhadap apa yang telah dibutuhkan oleh penulis.
6. Dosen-dosen Fakultas Dakwah yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmu kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Perempuan terhebat yang pernah kukenal, sekaligus belahan jiwa yang selalu menemani perjalanan panjang ini. Persembahkan untuk ibuku sayang, semoga skripsi ini dapat menjadi kado terindah di usiamu yang ke 48. *Happy birthday mom...*
8. Sahabat-sahabat tercinta Astri, Sulaiman, Burlian S.Sos.I, Nabila Doima, dan teman-teman di KPI angkatan 2003, teman-teman KKN (Heri, Agus, Supadiyanto, Ali Setiawan S.E.I, Budi, Galih Setiawan S.Sos.I, Iim, Rahma, Sumarmi), teman-teman di ARRAHMA, DE JAVA, AISYA, Play Group BIM BIM CHA yang semuanya telah menjadi Universitas Kehidupan bagiku, staf dan dosen STPI Bina Insan Mulia, serta ikhwah fillah di Nidaul Jannah, *it is my luck from Allah to have you as my friends. Thank you from everything. I'm glad to know you all. I hope Allah take care of you all. Good luck friends forever.*
9. Saudara-saudara tercinta, Tante Aat, Tantan, Nca Nia, Keponakanku Zulfa, Azka, Ilul, Tifa, Laily, Rika, Amel, yang selalu menjadi pelangi di hatiku, Mas Ryan (terima kasih atas lap top dan kamera digitalnya) dan mbakku tersayang, mbak Likah (jazakillah atas kucuran dananya).

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis, baik moril, materiil maupun spiritual.

Terima kasih atas semua amal baiknya, semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amin.

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA	iii
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
 BAB I: PENDAHULUAN	 1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Kajian Pustaka	8
G. Kerangka Teoritik	10
1. Tinjauan tentang strategi <i>programming</i>	10
a. Strategi <i>programming</i>	10
b. Tujuan strategi <i>programming</i>	13
c. Fungsi strategi <i>programming</i>	13
d. <i>Program Director</i> dalam strategi	15
<i>Programming</i>	15
e. <i>Controlling</i> (Pengawasan).....	17
2. Tinjauan tentang radio sebagai media hiburan	
a. Radio sebagai media hiburan	22
b. Radio sebagai media hiburan untuk anak.....	23
H. Metode Penelitian.....	26
I. Sistematika Pembahasan.....	29

BAB II: GAMBARAN UMUM RADIO ANAK JOGJA	30
A. Sejarah singkat berdirinya Radio Anak Jogja	30
B. Visi dan Misi Radio Anak Jogja.....	31
C. Profile Radio Anak Jogja	33
D. Target atau sasaran Radio Anak Jogja	34
E. Program-program Radio Anak Jogja.....	36
1. Program untuk anak	36
2. Program untuk remaja	39
3. Program untuk dewasa/umum.....	43
 BAB III: PROSES <i>PROGRAMMING</i> PADA ACARA UNGGULAN DI RADIO ANAK JOGJA	 45
A. <i>Compatibility</i> (Kesesuaian)	45
1. Penjadwalan Program.....	45
2. Waktu Siar	48
B. <i>Habit Formation</i> (Membangun Kebiasaan)	53
1. Pembuatan <i>adlips</i> dan <i>spot iklan</i>	54
2. Pembuatan <i>Rundown</i>	54
C. <i>Control of Audience Flow</i> (Mengontrol Aliran Pendengar) ...	55
1. Menetapkan Standar Mutu	57
2. Melakukan Pengawasan	58
3. Melakukan Evaluasi	59
D. <i>Conservation of Program Progress</i> (Pemeliharaan Sumber Daya Program).....	62
1. Sumber Daya Manusia	63
2. Perangkat Siar	67
3. Materi Program	67
a. <i>Daily Program</i>	71
b. <i>Weekly Program</i>	71
4. Jenis Penyajian Program	73

E. <i>Breadth of Appeal</i> (Daya Tarik yang Luas)	75
1. Daya tarik program unggulan.....	76
2. Daya tarik program unggulan dari segi <i>timing</i>	83
F. Fungsi Strategi <i>Programming</i> Untuk Acara Unggulan di Radio Anak Jogja	85
 BAB IV : PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	90
C. Kata penutup.....	92
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN- LAMPIRAN	
CURRICULUM VITAE	

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

STRATEGI *PROGRAMMING* RADIO ANAK JOGJA

SEBAGAI MEDIA HIBURAN UNTUK ANAK

A. PENEGASAN JUDUL

Agar diperoleh pengertian yang jelas dalam memahami maksud judul skripsi ini, yaitu; "**STRATEGI *PROGRAMMING* RADIO ANAK JOGJA SEBAGAI MEDIA HIBURAN UNTUK ANAK**", maka akan dijelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul tersebut.

1. Strategi *Programming*

Strategi adalah siasat, yang digunakan untuk mencapai suatu maksud,¹ atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.² Menurut Arifin Anwar, strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang apa yang dilaksanakan guna mencapai tujuan.³

Programming adalah pengaturan acara siaran atau kegiatan-kegiatan lainnya untuk pertunjukkan kepada umum.⁴ *Programming* radio adalah pendekatan yang lebih ilmiah terhadap perancangan pada siaran radio. *Programming* radio merupakan usaha formil dan obyektif untuk menetapkan, mengukur dan menganalisa segala faktor yang relevan dalam

¹ J.S Badudu, *Kamus Kata-Kata Serapan Asing*, cet. Ke-1. (Jakarta: Buku Kompas, Maret 2003), hlm. 333.

² Onong Uchjana Effendi, *Kamus Komunikasi*, cet. Ke-1. (Bandung: Mandar Maju, 1989), hlm. 65.

³ Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: Armico, 1984), hlm. 59.

⁴ Onong Uchjana Effendi, *op cit*, hlm. 287.

situasi usaha kepenyiaran dan kemudian untuk mengembangkan kebijaksanaan dan rencana khusus yang dapat menolong stasiun radio dengan cara yang baik untuk mencapai sasaran.⁵ Jadi strategi *programming* adalah siasat dalam melakukan kegiatan pada manajemen siaran dalam merencanakan program-program siaran untuk tujuan tertentu, yaitu tujuan yang telah ditetapkan oleh stasiun radio.

2. Media Hiburan untuk Anak

Media adalah sarana yang dipergunakan oleh komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, apabila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.⁶ Sedangkan hiburan adalah semua jenis pertunjukan, permainan, permainan ketangkasan, dan atau keramaian dengan nama dan bentuk apapun, yang ditonton atau dinikmati oleh setiap orang.⁷

Menurut pasal 1 angka 1 UU 23 tahun 2002 tentang perlindungan anak, definisi anak adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun.⁸ Jadi media hiburan untuk anak adalah sarana yang dipergunakan media (radio) untuk menyampaikan pesan yang bersifat hiburan kepada khalayak yang usianya belum genap 18 tahun.

3. Radio Anak Jogja

Radio Anak Jogja adalah stasiun radio yang segmentasi pendengarnya adalah anak-anak. Di bawah perusahaan PT. Radio Swara

⁵ Komarudin, *Ensiklopedia Manajemen*, (Bandung: Alumni, 1979), hlm. 344.

⁶ Onong Uchjana Effendi, *op cit*, hlm. 220.

⁷ http://istana.ri/go.id/produk_uu/isi/pp2001/pp65'01.html, 11 Juni 2007.

⁸ <http://jurnalhukum.blogspot.com/2006/09/status-hukum-anak-hasil-perkawinan-html>, 11 Juni 2007.

Adhiloka, dengan koordinator Badan Informasi Daerah Yogyakarta. Frekuensi FM 99, 9 MHz, AM 1188 Khz, dengan daya pancar FM 1000 watt, *coverage area* DIY dan sekitarnya. Berlokasi di Kawasan Taman Pintar, Jl. Panembahan Senopati Yogyakarta. Radio ini mengudara kali pertama pada tanggal 01 Juni 2005.

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa maksud skripsi yang berjudul "Strategi *Programming* Radio Anak Jogja Sebagai Media Hiburan Untuk Anak" adalah penelitian mengenai siasat atau rencana pengaturan acara Radio Anak Jogja dalam upaya memberikan hiburan untuk anak. Dan penelitian ini difokuskan pada strategi *programming* pada program unggulan di Radio Anak Jogja, yaitu program Kukuruyuk, 3B, Panda Anak, Susu Sehat dan Arena.⁹

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Radio merupakan media yang memiliki peranan penting dalam menyampaikan informasi, baik yang bersifat hiburan dan pendidikan. Mengingat radio adalah media komunikasi yang memiliki keunggulan dibanding media komunikasi yang lain, yaitu hanya membutuhkan kemampuan mendengar bagi khalayak yang ingin mengaksesnya. Sehingga seluruh lapisan masyarakat dari anak-anak hingga orang dewasa tidak asing lagi dengan radio siaran.

⁹ Brosur Radio Anak Jogja

Dewasa ini radio mengalami perkembangan yang begitu pesat dengan ditandai munculnya stasiun-stasiun radio baru dalam dunia bisnis media. Kondisi ini secara otomatis menciptakan persaingan yang ketat antara stasiun radio. Di tengah ketatnya persaingan dan perkembangan teknologi tersebut, isu kualitas program menjadi semakin mengemuka. Karena kualitas dipandang sebagai syarat penting untuk dapat memenangkan persaingan tersebut dan merebut konsumen. Karenanya, pengelola stasiun radio selama ini telah mengembangkan kebijakan bersaing dengan menarget kelompok pendengar yang spesifik. Dengan berorientasi pada celah-celah pendengar tertentu, aktifitas dalam perencanaan program (*programming*) menjadi lebih efisien dan efektif karena target pendengar menjadi lebih jelas dan spesifik. Hal ini kemudian dituangkan dalam format radio yang akan memberikan arah bagi aktifitas *programming* untuk memenuhi kebutuhan target audiens terhadap jenis program tertentu yang mereka inginkan. Dengan merefleksikan kebutuhan segmen audiens pada seluruh *output* stasiun, maka format akan memberikan image atau identitas tersendiri bagi stasiun radio.

Terkait dengan hal tersebut maka stasiun radio membuat program yang dapat memenuhi *need and wants* audiens. Tidak terkecuali yang dilakukan oleh Radio Anak Jogja. Mengingat di Yogyakarta sendiri belum ada stasiun radio yang spesifikasi pendengarnya adalah anak-anak. Radio Anak Jogja hadir dengan memberikan *image* atau identitas sebagai satu-satunya stasiun radio di Yogyakarta yang memperhatikan kebutuhan anak-anak. Karena anak-anak adalah individu yang unik dan berbeda dengan orang dewasa, tentunya

dalam berkomunikasi pun mereka membutuhkan ruang yang berbeda dengan orang dewasa.

Untuk itu dibutuhkan strategi *programming* pada stasiun radio untuk menentukan program-program yang sesuai atau menarik untuk target pendengarnya, yang dalam hal ini adalah anak-anak. *Programming* diawali dengan melakukan penelitian dan pemilihan materi program yang memenuhi selera pasar dan khalayak sasaran yang diinginkan. Minat dan kebutuhan audiens memegang peranan penting dalam penyusunan program. Secara kualitatif, sebuah radio yang baik akan mampu menghasilkan program siaran yang sesuai dengan kebutuhan khalayak sasaran.

Sebagai sebuah aktivitas, *programming* adalah kegiatan pada manajemen siaran dalam merencanakan program-program siaran kemudian menyusun dan menempatkannya kedalam jadwal penayangan dalam periode tertentu untuk menarik audiens yang dituju stasiun tersebut. Budi Sayoga mengemukakan bahwa aktivitas *programming* dapat diartikan sebagai suatu strategi yang digunakan untuk menyusun program acara. Strategi adalah bentuk perencanaan dan kelangsungan dari penyelenggaraan siaran secara holistik, yang didalamnya tercakup makna penjadwalan dan penyiaran acara dari satu stasiun radio. Strategi format program siaran radio akan menentukan bagaimana eksistensi radio tersebut. Karena itu tidak salah apabila dinyatakan bahwa salah satu faktor yang turut menentukan keberhasilan suatu stasiun penyiaran adalah keberhasilannya dalam merencanakan dan menyusun

program siaran yang baik dan benar, seperti yang dikemukakan oleh Katsumi Shiraishi:¹⁰

“The programming section is term of the broadcasting station is the nerve of the broadcasting station and all the sort work of the station initiate from the section”

Radio Anak Jogja yang segmentasi pendengarnya adalah anak-anak dari pra TK sampai SD, meski tidak menutup kemungkinan remaja, dewasa dan orang tua juga dapat menjadi audiens fanatiknya, mempunyai format siaran hiburan atau musik, pendidikan, berita dan pengumuman. Dan kesemuanya berprinsip pada penyaluran gagasan dan informasi yang terkait dengan kepentingan anak-anak. Tentu saja dalam program – program di Radio Anak Jogja ditentukan berdasarkan kebutuhan anak-anak.

Kebanyakan stasiun radio di Yogyakarta menarget sasaran pendengarnya dari kalangan orang dewasa atau orang tua. Belum ada satupun stasiun radio khususnya di Yogyakarta yang sasaran pendengarnya adalah anak-anak, kecuali Radio Anak Jogja. Hal ini menjadikan stasiun radio tersebut menjadi istimewa dan memiliki keunikan tersendiri. Sebab keberadaan Radio Anak Jogja berbeda dari stasiun radio lainnya. Jadi Radio Anak Jogja sampai saat ini menjadi satu-satunya stasiun radio di Yogyakarta yang segmentasi pendengarnya adalah anak-anak. Sehingga strategi *programming* Radio Anak Jogja merupakan hal yang sangat menarik untuk diteliti. Akan diamati apa saja yang dilakukan dalam membuat program di Radio Anak Jogja, dari pemilihan *content*, penyiar sampai ke waktu siar sudah dapat mencapai visi dan misi

¹⁰ Katsumi Shiraishi dalam Budi Sayoga, *Manajemen Program Siaran Radio*, Laporan Penelitian, Jurusan Ilmu Komunikasi, UGM, 1997, hlm. 29.

stasiun program dan sudahkah dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan audiens. Namun penelitian ini hanya difokuskan pada program-program yang ditujukan untuk kepentingan anak-anak, mengingat 30 %¹¹ di antara program di Radio Anak Jogja adalah acara untuk orang dewasa.

Radio Anak Jogja juga berfungsi sebagai alat pendidik, alat penerangan dan alat hiburan. Menjadi media komunikasi antar generasi (anak, orang tua, dan guru), antar sesama anak secara timbal balik. Memberikan pengenalan sejak dini kepada anak terhadap dunia *broadcasting*, ilmu pengetahuan dan memberikan ruang berekspresi bagi anak.¹² Hal inilah yang menurut penulis dipandang penting untuk diteliti, sebab keberadaan Radio Anak Jogja dengan program-programnya yang spesifik untuk anak dapat memberikan hiburan untuk anak.

Selain itu, misi dari Radio Anak Jogja sendiri adalah menjadi bagian integral dan secara pro aktif mengkomunikasikan peran dan fungsi Taman Pintar. Karena Taman Pintar dirancang untuk memenuhi kebutuhan pendidikan bagi anak, tentu saja semua yang ada di dalam Taman Pintar dibingkai dalam format hiburan, sehingga tujuan yang bersifat pendidikan dapat diterima anak yang pada dasarnya sangat menyukai semua hal yang bersifat hiburan.

¹¹ Dokumen Radio Anak Jogja

¹² *Ibid*

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

"Bagaimana strategi *programming* Radio Anak Jogja sebagai media hiburan untuk anak?"

D. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *programming* Radio Anak Jogja sebagai media hiburan untuk anak.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk:

1. Pengembangan penelitian di bidang media komunikasi khususnya pada media radio
2. Pengembangan disiplin ilmu komunikasi terutama dalam penggunaan media radio
3. Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi peningkatan bidang hiburan untuk anak melalui program radio.

F. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian mengenai program radio atau yang sejenis pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu, diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Emma Fitria Suryaningsih (2005) yang berjudul *Majalah Udara Sebagai Bagian Dari Strategi Programming* (Studi kasus pada program acara “*Good Morning Youngster*” Radio Geronimo FM).

Penelitian yang menggunakan studi kasus ini menyatakan bahwa program “*Good Morning Youngster*” yang mempunyai format majalah udara dapat dikatakan sukses dan kesuksesan program tersebut tidak lepas dari strategi *programming*.¹³

I Gede Eka Dwipayana Sabeh (2004) dalam skripsinya yang berjudul Kebijakan Programming pada Radio Network (Studi kasus pada Trijaya Network dalam pemeliharaan mutu program). Penelitian yang menggunakan metode studi kasus ini menyatakan bahwa kebijakan programming Trijaya Network disusun sedemikian rupa agar program yang diproduksi mampu mencapai standar mutu yang ditetapkan, baik standar mutu kualitatif maupun kuantitatif. Standar mutu kualitatif menyangkut tentang kepuasan target audien dalam mengkonsumsi program-program Trijaya Network. Dan standar kuantitatif menyangkut tentang patokan-patokan jumlah raihan audien dan pendapatan iklan sebuah stasiun.¹⁴

Dian Ekawati (2006) dalam skripsinya yang berjudul Strategi Programming pada Radio Show Segmented (Studi Kasus Pada Program “*Ichigo*” di Radio Swaragama 101,7 FM Jogja). Penelitian yang menggunakan metode kualitatif ini, menyatakan bahwa *programming* sebagai kekuatan

¹³Emma Fitria Suryaningsih, Majalah Udara Sebagai Bagian Dari Strategi Programming (Studi Kasus pada Program Acara “Good Morning Youngster” Radio Geronimo FM). Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi, Fisipol UGM, Yogyakarta, 2005.

¹⁴I Gede Eka Dwipayana Sabeh, *Kebijakan Programming Radio Network (Studi Kasus pada Trijaya Network dalam Pemeliharaan Mutu Program)*, Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi Fisipol UGM.

dalam membentuk karakter sebuah program pada stasiun radio yang juga mampu menarget kelompok pendengar yang spesifik.¹⁵

Perbedaan penelitian dalam skripsi ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah pada subyek penelitian yang mensegmen audiensnya khusus anak-anak. Sehingga penelitian disini tidak hanya didasarkan pada teori-teori yang berkaitan dengan ilmu komunikasi dan *broadcasting* saja tetapi juga teori-teori yang menyangkut tentang anak.

G. KERANGKA TEORITIK

1. Tinjauan tentang Strategi *Programming*

a. Strategi *Programming*

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai sebuah kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹⁶ Aktivitas *programming* membutuhkan adanya strategi dan taktik. Strategi adalah bentuk perencanaan dan pelaksanaan dari penyelenggaraan siaran secara holistik, yang didalamnya tercakup makna penjadwalan dan penyiaran acara dari satu stasiun siaran. Sedangkan taktik adalah metode, cara, rekayasa yang digunakan untuk merealisasikan target capaian yang dicanangkan dalam strategi tersebut.¹⁷

¹⁵ Dian Ekawati, *Strategi Programming pada Radio Show Segmented (Studi Kasus pada Program "Ichigo" di Radio Swaragama 101, 7 FM Jogja)*, Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fisipol, UGM, Yogyakarta, 2006

¹⁶ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi II*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1995), hlm. 964.

¹⁷ Budi Sayoga, *op cit*, hlm, 29.

Seorang *programmer* adalah orang yang bekerja untuk hal-hal penyusunan strategi siaran, dimana dalam proses kerjanya akan banyak menemukan pesaing-pesaing yang ketat dari stasiun radio lainnya. Strategi format program siaran radio akan menentukan bagaimana eksistensi radio tersebut.¹⁸

Menurut Sidney W. Head, strategi *programming* radio siaran mencakup lima elemen, yaitu:¹⁹

1) *Compatibility* (kesesuaian)

Radio siaran harus membuat program acara yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya yang pastinya selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan audien, perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan program yang tepat.

2) *Habit formation* (membangun kebiasaan)

Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka akan berdampak pula pada pemasangan iklan. Oleh karena itu masing-masing radio siaran harus dapat membangun kebiasaan mendengarkan target pendengarnya.

3) *Control of audience flow* (mengontrol aliran pendengar)

Jumlah audiens yang mendengarkan harus dimaksimalkan, sedangkan jumlah pendengar yang berpindah ke saluran radio lain harus diminimalkan. Hal ini dapat dilakukan dengan metode

¹⁸ *Ibid*

¹⁹ Sidney, W. Head, dalam Dian Ekawati, *op cit*, hlm. 20.

menyajikan program acara yang berbeda dengan radio siaran lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio lain (*blunting*).

4) *Conservation of program resources* (pemeliharaan sumber daya program)

Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari. Materi yang terbiasa digunakan sepanjang hari, yaitu dengan cara mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.

5) *Breadth of appeal* (daya tarik yang luas)

Perbedaan minat dan kesukaan pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program-program yang disajikan.

Survei khalayak penting untuk mengetahui bagaimana persepsi khalayak mengenai keberadaan radio. Ada beberapa pertimbangan khalayak sasaran yang harus dilakukan dalam perencanaan *programming*:²⁰

1) *Selective attention*, bahwa khalayak akan memperhatikan isi pesan yang memang menarik baginya.

²⁰ J.B Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Siaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994) hlm. 3.

- 2) *Selective perception*, bahwa khalayak akan berusaha mengartikan pesan sesuai dengan kemampuannya.
- 3) *Selective retention*, bahwa khalayak hanya akan mengingat isi pesan yang memang ingin diingatnya.

b. Tujuan Strategi *Programming*

Tujuan utama pemograman radio adalah untuk menarik perhatian dan melakukan pengelolaan atau pemeliharaan terhadap audiensnya agar mereka terus bersedia mengakses siarannya. Format radio dirancang untuk dapat menghadirkan program acara yang menarik bagi audiensnya. Semua radio untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi audiensnya dituntut untuk menentukan target audiensnya.²¹

c. Fungsi Strategi *Programming*

Seorang *programmer* selain harus memiliki kemampuan untuk merencanakan program juga harus memahami fungsi-fungsi program sebagai berikut:²²

1) Ukuran keakuratannya (*size accurately*)

Operasional penyiaran radio komersial di Indonesia memiliki perencanaan penjadwalan program untuk tiap harinya 15 sampai 20 jam. Bahkan tidak sedikit yang 24 jam setiap harinya.

2) Berkesinambungan (*continous*)

²¹ Rahayu, dalam Dian Ekawati, *op cit*, hlm, 8.

²² Harley Prayudha, *Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, (Malang: Banyumedia Publishing, 2004), hlm 44-46.

Sebuah stasiun radio tentunya tidak hanya memiliki satu atau dua program saja dalam satu hari. Karena itu fungsi *programming* ini adalah untuk mengembangkan jumlah pendengar dari hari ke hari.

3) Persaingan yang luar biasa (*extremely competitive*)

Banyak radio yang membidik target pendengar yang sama, padahal jumlah stasiun radio semakin banyak. Karena itu stasiun radio harus berupaya agar program-program yang disajikan berbeda dan disukai pendengarnya. Kreativitas menjadi hal penting dalam memenangkan persaingan ini.

4) Menjaga stabilitas dalam jadwal program

Hal ini merupakan upaya untuk mengembangkan kebiasaan mendengarkan. Semakin lama waktu pendengar mengikuti program maka akan berdampak juga pada lamanya pemasangan iklan.

5) Mencari dan memperoleh ide dan materi kreatif

Hal ini penting untuk mengembangkan ide-ide, bentuk program baru dan memelihara imajinasi pendengar.

6) Spekulasi yang sangat tinggi (*highly speculative*)

Tidak ada aturan pasti untuk memprediksi ide program akan berhasil atau tidak. Jika sebuah kegagalan dapat diprediksi, maka ini akan sangat memudahkan pemetaan acara.

d. *Program Director* dalam Strategi *Programming*

Dalam sebuah stasiun radio ada yang dinamakan *Program Director* yang bekerja untuk menyusun strategi siaran, dimana dalam

proses kerjanya akan banyak menemukan pesaing-pesaing yang ketat dari stasiun radio lainnya. *Program Director* bertanggung jawab untuk suara stasiun dan menyupervisi musik atau materi acara lain untuk kelangsungan penyiaran dan juga bertanggung jawab terhadap performa penyiar. Tanggung jawab lainnya adalah merumuskan dan menetapkan *programming* penyiaran radio yang memenuhi bentuk format penyiaran radio yang telah ditetapkan oleh perusahaan termasuk aspek-aspek pendukung keberhasilan penyiaran radio, dengan memperhatikan kebutuhan pendengar sekaligus kebutuhan pengiklan.²³

Menurut John Lund dalam bukunya “*The Radio Book- Programming & Promotion*”, sebagaimana dikutip Harley Prayudha mengatakan bahwa:

“Sebagai PD, anda harus terobsesi dengan rating, penjualan dan kemampuan untuk mendapatkan keuntungan. Mendidik dan meng-hargai para praktisi penyiaran: Manajer nomor satu akan memperkerjakan orang nomor satu, manajer nomor dua akan memperkerjakan orang-orang nomor tiga. Ketika Anda menjadi yang nomor satu maka jadilah yang paling tahan terhadap kritik dan mengantisipasi reaksi pasar sebelum hal-hal yang tidak diinginkan terjadi”²⁴

Ada 13 kerangka dasar kerja bagi seorang pengarah program:²⁵

- 1) *Monitoring*. Dalam kondisi apapun tetap memantau, mendengarkan radio setiap saat.
- 2) *Act*. Mengoreksi kesalahan penyiar dan tim program sesegera mungkin.

²³ Harley Prayudha, *op cit*.

²⁴ *Ibid*, hlm, 80.

²⁵ *Ibid*

- 3) *Create*. Setiap hari menciptakan ide baru untuk penyegaran.
- 4) *Involve yourself with your people*. Sering berdialog dengan tim kerja.
- 5) *Get input*. Mendorong tim untuk mempelajari kritik-kritik yang diberikan.
- 6) *Be aware of the competition*. Langkah yang bisa dilakukan adalah dengan memahami peta persaingan radio.
- 7) *Involve yourself in the community*. Perlu bergaul dan masukan dari orang lain.
- 8) *Be positive*. Sikap negatif akan merusak moral.
- 9) *Share*. Pendapat akan sangat membantu untuk membicarakan gagasan serta rencana stasiun radio.
- 10) *Review your goal*. Untuk mengecek apa yang sudah dikerjakan tim kerja, apa sudah sesuai rencana.
- 11) *Set an example*. Untuk mengurangi kesalahan, PD harus memberikan contoh pada tim kerja.
- 12) *Be conscious*. Tidak membuang-buang waktu dan material dalam bekerja bila tujuan perusahaan adalah untuk mencari keuntungan.
- 13) *Do something*. Setiap hari biarkan tim kerja mengetahui kerja program director serta kepeduliannya terhadap stasiun penyiaran radio.

e. *Controlling* (Pengawasan)

Controlling atau pengawasan menurut G.R Terry adalah langkah untuk menentukan apa yang telah dicapai, mengadakan evaluasi untuk menjamin agar hasilnya sesuai dengan apa yang telah direncanakan.²⁶

Sedangkan Henry Fayol, mengatakan pengawasan adalah langkah pengujian, apakah segala sesuatu berlangsung sesuai rencana yang telah ditentukan, dengan intruksi yang telah diberikan, dan dengan prinsip-prinsip yang telah digariskan.²⁷ Robert J. Mockler mendefinisikan pengawasan sebagai usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem pelaksanaan umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan, serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan dipergunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.²⁸

Dalam dunia penyiaran pengawasan dilakukan pada perangkat keras dan perangkat lunak. Pengawasan pada penggunaan perangkat keras bertujuan untuk menjaga peralatan itu bila ada kerusakan dapat diketahui secara dini dan memperpanjang usia pakai. Dalam hal ini pengawasan diperlukan juga terhadap transmisi. Pengawasan pada

²⁶ G.R Terry dalam J.B Wahyudi, *op cit*, hlm. 92.

²⁷ *Ibid*

²⁸ Robert J. Mockler dalam I Gede Eka Dwipayana Sabeh, *op cit* hlm. 50.

perangkat lunak jauh lebih kompleks. Karena di sini proses administrasi, perencanaan, produksi dan siaran dilakukan.²⁹

Keterkaitan antara perencanaan dan pengawasan sangatlah erat. Perencanaan yang sempurna akan memberikan mekanisme kontrol yang efektif dan efisien. Pada dasarnya pengawasan adalah mekanisme untuk mengetahui tentang apa yang terjadi pada saat proses pelaksanaan.

Tujuan dari aktivitas pengawasan adalah untuk mengetahui kelemahan atau kesalahan dengan maksud untuk memperbaikinya, dan mencegah agar kesalahan itu tidak terulang. Tujuan lain adalah untuk menjaga agar proses pencapaian tujuan dapat berlangsung sesuai dengan rencana.

Di dunia penyiaran Indonesia dikenal istilah pengawasan dan pengendalian. Pada dasarnya kedua istilah ini memiliki tujuan yang sama. Namun apabila pengawasan adalah upaya untuk menjaga agar kegiatan dapat berjalan secara efektif dan efisien sesuai aturan dan tujuan. Sedangkan pengendalian adalah pengawasan yang disertai dengan tindakan korektif.³⁰ Peranan pengawasan dan pengendalian dalam manajemen adalah upaya pencegahan dan penanggulangan penyimpangan dalam proses perencanaan serta kegiatan yang dilakukan secara terus menerus, yang pada akhirnya membentuk siklus pengawasan terhadap fungsi-fungsi manajemen.

²⁹ J.B Wahyudi, *op cit*, hlm. 95.

³⁰ *Ibid*

Dalam proses pengawasan, terdapat tiga langkah pokok yang harus dilaksanakan, sehingga fungsi pengawasan berjalan dengan efektif dengan hasil yang optimal. Tiga langkah pokok tersebut, yaitu:³¹

a) *Penetapan standar mutu program*

Standar mutu mengandung arti sebagai suatu satuan pengukuran yang digunakan sebagai patokan untuk menilai hasil-hasil. Tujuan, sasaran, kuota dan target pelaksanaan dapat digunakan sebagai standar mutu. Dalam tahap ini ditentukan standar-standar kualitas sebuah program yang selanjutnya digunakan untuk menilai hasil pelaksanaan perencanaan program. Keputusan standar mutu diputuskan oleh manajemen berdasarkan informasi tentang kebutuhan konsumen yang diperoleh melalui riset dan dipadukan dengan data kemampuan serta keterbatasan perusahaan.

Standar mutu yang ditetapkan dapat berupa kualitatif maupun kuantitatif. Standar mutu kualitatif dapat berupa konsistensi *programming* terhadap format radio dan kebijakan *radio style*, nilai berita, dan sebagainya. Sedangkan standar mutu kuantitatif adalah penentuan pencapaian rating atau jumlah pendengar, begitu juga volume iklan sebuah program. Untuk dapat mencapai standar mutu tertentu, maka SOP

³¹ R. Wayne Mondy, Arthur Sharplin, Shane R.Praeux dalam I Gede Eka Dwipayana Sabeh, *op cit*, hlm. 153.

(*Standar Operasional Prosedure*) harus disusun oleh programmer dan disosialisasikan secara baik kepada pihak pelaksana.

b) *Evaluasi Program*

Evaluasi pelaksanaan adalah aktivitas penilaian pelaksanaan kegiatan terhadap standar kualitas, sehingga diketahui seberapa besar penyimpangan yang terjadi, serta perubahan apa saja yang perlu dilakukan. Seorang *programmer* harus memutuskan kapan evaluasi akan dilakukan secara periodik, dalam bentuk apa, dan siapa saja yang terlibat, sesuai dengan kemampuan stasiun. Evaluasi sebuah program radio dapat dilakukan secara kontinyu dan teratur minimal setengah tahun sekali. Hal ini untuk menjaga kedekatan dengan dinamika keinginan pendengar dalam menghadapi kompetisi program siaran antar stasiun yang sudah semakin sengit.

Evaluasi dapat dilakukan melalui laporan tertulis dari produser atau persenter tentang kendala yang dihadapi, *feedback* pendengar saat acara berlangsung, inspeksi secara langsung saat disiarkannya program, mendengarkan rekaman program setelah disiarkan, atau dapat juga melalui analisa pencapaian *rating*, hasil *survey programming* hingga *focus group discussion*.

c) *Pengambilan tindakan koreksi*

Apabila hasil evaluasi menunjukkan penyimpangan terhadap standar kualitas, maka *programmer* perlu melakukan koreksi. Tindakan koreksi dapat dilakukan dengan menguak standar kualitas jika standar tersebut dianggap diluar kemampuan pelaksana. Dapat juga dilakukan dengan memperbaiki perencanaan dan pelaksanaannya, atau melaksanakan keduanya secara bersamaan. Dalam penyiaran, tindakan koreksi yang biasa dilakukan antara lain dengan melakukan *fine tuning format* (penyempurnaan dan perbaikan format) program.

Berdasarkan analisa data *rating, survey program*, maupun *feedbac* saat acara, programmer dapat melakukan perubahan. Perubahan kecil biasanya menyangkut perubahan pada segmen program, *playlist* musik, penjadwalan ulang, hingga penyempurnaan gaya penyiar. Tujuannya adalah untuk menyempurnakan program agar tetap mampu mempertahankan atau meningkatkan jumlah pendengar. Sedangkan perubahan berskala besar dapat berupa penggantian penyiar atau produser program, hingga yang paling ekstrim adalah menghapus format progam secara keseluruhan dan menggantinya dengan format yang sama sekali baru, dengan audiens yang berbeda dari sebelumnya.

Dalam melaksanakan kontrol program (pengawasan) perlu dipertimbangkan beberapa hal, yaitu:³²

- 1) Perlu pemastian semua materi acara sesuai dengan format radio yang telah ditetapkan.
- 2) Pengelola perlu mendengarkan radionya sendiri guna melihat konsistensi format program yang diselenggarakannya.
- 3) Pengelola perlu rutin menyelenggarakan rapat staf terutama guna mendapatkan input tentang program.
- 4) Perlu melakukan penelitian dan evaluasi untuk memastikan bahwa semua staf yang berhubungan dengan penyiaran radio memiliki keahlian dan kualitas kerja yang handal.

2. Tinjauan Tentang Media Hiburan Untuk Anak

a. Radio sebagai Media Hiburan

Media siaran merupakan komponen media komunikasi masa yang memiliki peran dan hubungan timbal balik dengan sejarah bangsa Indonesia. Dengan perkembangannya radio siaran tidak hanya memenuhi dan menciptakan selera publik tapi juga mempunyai peran dalam membentuk opini serta kontrol sosial. Diawali oleh nuansa amatiran dilanjutkan dengan kuatnya posisi radio siaran sebagai saran

³² J.B Wahyudi, *op cit*, hlm. 95.

hiburan akhirnya berkembang memainkan peran cukup signifikan sebagai media masa.³³

Fungsi media masa dalam hal ini radio adalah menyampaikan informasi (*to in form*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), mempengaruhi (*to influence*). Menurut Sean Mac Bride, hiburan dalam media masa (radio) merupakan penyebaran sinyal, simbol, suara dan citra (*image*), dari drama, kesusastraan, komedi dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok atau individu.³⁴ Seperti halnya dengan Mac Bride, bagi Dominick pun hiburan merupakan fungsi media masa. Mengenai hal ini memang tampak jelas pada radio dan TV.

Menurut Amnas Nasution, Ketua PD.PRSSNI Sumatera Utara, dalam tulisannya di www.pppi.or.id, radio yang merupakan pemegang publik domain mempunyai peran dan dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat salah satunya dalam bidang hiburan.

b. Radio Sebagai Media Hiburan Untuk Anak

Melakukan kegiatan yang menghibur merupakan cara yang baik untuk memproduktifkan waktu luang pada anak. Cara ini dipandang sebagai penyebab penting bagi pertumbuhan dan kepribadian anak.

Waktu luang oleh masyarakat maju bukan dipandang sebagai semata-

³³ Amnast Nasution, *Potret Perkembangan dan Potensi Iklan Radio di Sumatera Utara*, www.pppi.or.id/pariwara-wicara-isi.php?cid=1&id=90-34k-, 11 Juli 2007.

³⁴ Onong Effendi Uchjana, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, cet. Ke-15. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Oktober 2001), hlm.28.

mata saat untuk santai dan mengembalikan energi akan tetapi juga sebagai peluang untuk menumbuhkan dan mengembangkan kepribadian secara utuh dan seimbang. Para ahli pendidikan memandang pentingnya merancang kegiatan yang menghibur untuk mengisi waktu luang dengan pola yang dapat memberikan kontribusi untuk peningkatan pengalaman positif dan dalam waktu yang sama juga membantu kepribadian dan manfaat bagi diri anak.³⁵

Sebagai media masa, radio merupakan media yang sangat fleksibel dan harganya lebih murah dari TV. Sehingga radio dapat diakses oleh semua kalangan termasuk anak-anak. Radio yang pada dasarnya merupakan media hiburan dapat diakses dengan melakukan aktivitas lain tanpa memerlukan perhatian khusus seperti media TV atau majalah. Alasan lain yang menjadikan radio sebagai media yang tepat untuk anak adalah karena radio identik dengan acara musik, yang mana acara tersebut termasuk dalam format acara hiburan.

Musik atau nyanyian adalah bagian yang tak terpisahkan dari dunia anak. Mendengarkan lagu apalagi yang berirama riang merupakan kegiatan yang digandrunginya. Hal ini tidaklah mengherankan, karena lagu pada dasarnya adalah bentuk dari bahasa nada. Yaitu bentuk harmoni dari tinggi rendahnya suara. Pada insan-insan belia yang perbendaharaan bahasanya masih cukup terbatas ini, bahasa nada justru lebih mudah mereka pahami.

³⁵ Muhammad Rasyid Dimas, *25 Kiat Mempengaruhi Jiwa dan Akal Anak*, cet. Ke-4. (Jakarta: Robbani Press, Mei, 2002), hlm, 149-150.

Bahasa kata-kata membuat mereka dituntut mengernyitkan dahi dan bersusah payah untuk memahami maknanya. Sedang bahasa nada justru akan membawa mereka pada suasana riang, syahdu, semangat, dan sebagainya, tanpa harus mereka mengerti apa isi kandungannya. Misalnya bayi yang baru berusia beberapa bulan tergelak-gelak mendengar ayah bundanya menyanyikan lagu gembira. Saat lain ia pun tertidur pulas setelah bundanya melantunkan lagu syahdu walaupun tanpa syair, semisal *ningnong, neng gung*... Begitulah, jauh sebelum anak-anak mengenal bahasa kata, ia telah mengenal bahasa nada.³⁶

Ketika anak-anak beranjak lebih besar, mereka akan semakin akrab dengan lagu atau nyanyian asal melodinya tidak terlalu rumit mereka akan senang hati menyanyikannya. Mereka minta diajari menyanyi, menghafal syairnya, belajar melafalkan kata-kata yang terdapat pada syair lagu itu, sibuk bergaya ketika menyanyi, dan sebagainya. Semua itu adalah bagian dari dunia keceriaan dari masa kanak-kanak yang indah yang dipenuhi dengan hiburan.³⁷

Program lain dalam siaran radio yang seringkali menjadi acara favorit bagi anak-anak adalah bercerita. Stasiun radio seringkali memprogram acara tersebut dengan alasan, anak-anak pasti membutuhkan hiburan untuk mengendurkan urat syarafnya agar kembali fresh di tengah kepenatan mereka dalam belajar dan beraktifitas. Dan dengan cerita akan sangat menghibur mereka bahkan bisa juga dimanfaatkan

³⁶ Wuntat WS, *Mendidik Anak Dengan Memanfaatkan Metode BCM (Bermain, Cerita, dan Menyanyi)*, (Yogyakarta: Pustaka Syahida, 2005), hlm 35.

³⁷ *Ibid*, hlm.35-36.

untuk mengajak anak-anak yang mulai dilanda kemalasan untuk kembali beraktifitas seperti sediakala.³⁸

H. METODE PENELITIAN

1. Sumber Data

Sumber data adalah data yang bersumber dari subyek dan obyek penelitian. Subyek penelitian adalah tempat memperoleh keterangan.³⁹ Dalam penelitian ini adalah Radio Anak Jogja, yang mana data-data akan diperoleh dari Manajer, *Program Director*, Kepala Produksi, *Annaouncer* (*DJ*) Radio Anak Jogja. Sedangkan objek penelitian adalah yang menjadi pokok masalah.⁴⁰ Adapun subyek penelitian ini adalah Radio Anak Jogja. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah Strategi *programming* Radio Anak Jogja sebagai media hiburan untuk anak.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Metode *Interview* (wawancara)

Metode *Interview* adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dengan orang-orang yang dimaksud dengan bentuk-bentuk pertanyaan yang berkenaan dengan tema yang diinginkan.⁴¹ Metode penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi *programming* Radio Anak Jogja sebagai media hiburan untuk anak. Adapun yang menjadi narasumber adalah orang-

³⁸ *Ibid*, hlm. 25.

³⁹ Tatang M.Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1985), hlm. 49.

⁴⁰ Pius A. Parwanto dan M Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 1994), hlm. 531.

⁴¹ Komarudin, *Metodologi Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Bandung: Aksara, 1987), hlm. 133.

orang yang terlibat di Radio Anak Jogja, yaitu; Manajer, *Program Director*, Kepala Produksi, dan *Annaouncer (DJ)*.

b. Metode Observasi (pengamatan)

Observasi menurut Jalaludin Rahmat, adalah kegiatan yang paling utama dan teknik penelitian ilmiah yang terpenting⁴² sedangkan menurut Sutrisno Hadi, observasi adalah metode pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena yang diselidiki.⁴³ Metode ini digunakan untuk memperoleh data dengan menyaksikan langsung proses *programming* Radio Anak Jogja sebagai media hiburan untuk anak.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah suatu teknik dimana data diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada pada benda-benda tertulis, seperti buku-buku, makalah, buletin, dan sebagainya.⁴⁴ Adapun dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi, profile Radio Anak Jogja, struktur organisasi, deskripsi staf, dan sebagainya yang ada di Radio Anak Jogja. Dokumentasi yang diperoleh di Radio Anak Jogja digunakan untuk melengkapi data penelitian.

⁴² Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 83.

⁴³ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi, UGM, 1984), hlm. 136.

⁴⁴ Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1990), hlm. 193.

3. Metode Analisa Data

Data-data yang terkumpul dari hasil wawancara maupun penelitian terhadap dokumen atau catatan yang ada serta observasi kemudian di-analisa. Teknik analisa datanya menggunakan deskriptif analitik, yaitu metode yang digunakan terhadap suatu data yang telah dikumpulkan, kemudian disusun, dijelaskan, dengan cara menggambarkan sesuai dengan data yang diperoleh, selanjutnya dianalisa.⁴⁵

Tujuan analisa data ini adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Penelitian ini memerlukan kecermatan dan ketelitian, serta memberikan penjelasan terhadap data-data tersebut sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan, sehingga menjadi bentuk laporan yang baik.

Tahap-tahap analisis:

- a. Mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.
- b. Mengedit seluruh data yang masuk.
- c. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan
- d. Melakukan analisa seperlunya terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah sebagai kesimpulan.

⁴⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 1993), hlm. 3.

I. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Penelitian ini memuat empat bab termasuk pendahuluan yang masing-masing saling berkaitan:

Bab I merupakan bab pendahuluan yang akan dijadikan sebagai acuan langkah dalam penulisan skripsi ini. Bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II merupakan kajian tentang Profil Radio Anak Jogja yang meliputi latar belakang terbentuknya Radio Anak Jogja, struktur organisasi Radio Anak Jogja, tujuan berdirinya Radio Anak Jogja, visi misi dan program-program Siaran Radio Anak Jogja.

Bab III terfokus pada pembahasan terhadap penulisan skripsi, yang berisi laporan penelitian, berupa bagaimana strategi *programming* di Radio Anak Jogja sebagai media hiburan untuk anak.

Bab IV merupakan bagian penutup yang didalamnya berisi kesimpulan, saran, penutup dan beberapa lampiran-lampiran yang menurut penulis dianggap penting.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan mengenai *strategi programming* di Radio Anak Jogja sebagai media hiburan untuk anak, dapat disimpulkan bahwasanya strategi yang diterapkan dalam program unggulan tersebut bukanlah strategi yang asal-asalan melainkan dengan kriteria *strategi programming* menurut Sydney W. Head, yaitu:

Compatibility (kesesuaian), yaitu acara yang termasuk dalam program unggulan tersebut disiarkan bertepatan dengan waktu yang sesuai dengan kegiatan target audiens. Selain itu program unggulan juga berusaha menumbuhkan kebiasaan audiensnya untuk mendengarkan program (*habit formation*) dengan pembuatan *adlibs* dan spot iklan yang disiarkan secara kontinyu dan pembutan *rundown* yang tepat. Hal ini membuat pendengar menjadi fanatik dan loyal terhadap program-program tersebut, karena program unggulan RAJ adalah program yang mampu mengakomodir kebutuhan hiburan untuk mereka.

Program unggulan tersebut juga menjaga jumlah audiens yang dimiliki (*control of audience flow*) dengan menetapkan standar mutu sehingga program yang disiarkan terjamin kualitasnya. Kemudian dilakukan pengawasan dan evaluasi yang ditujukan pada kinerja penyiar

atau tim produksi agar dapat diketahui sudah sesuai dengan SOP atau belum.

Dalam menyusun strategi *programming* juga dilakukan *conservation of program progress* (kelestarian sumber daya program). Pelaksanaan program dituntut untuk kreatif dalam menyajikan materi program. Hal ini berkaitan dengan sumber daya manusia yang meliputi produser, penyiar, *script writer*, koordinator program, dan lain-lain. Perangkat siar juga dibutuhkan dalam elemen ini. Materi program menjadi perhatian utama bagi koordinator program RAJ. Dengan membagi materi tersebut menjadi dua bagian, yaitu *daily program* (program mingguan) dan *weekly program* (program mingguan), materi tersebut dapat digarap secara matang.

Elemen terakhir *strategi programming* berdasarkan teori Sydney W. Head adalah *breadth of appeal* (daya tarik tersendiri). Jadi tiap-tiap acara pada program unggulan memiliki daya tarik yang berbeda, yang sengaja dikonsept untuk memanjakan dan menghibur pendengar.

Secara umum, program unggulan tersebut dapat dikatakan sukses, dikarenakan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan anak akan hiburan pada media radio. Kesuksesan program unggulan ini tidak lepas dari keberhasilan *strategi programming* yang dilakukan oleh RAJ.

B. SARAN UNTUK RADIO ANAK JOGJA

1. Harus diadakan penelitian khusus mengenai program baik secara mandiri maupun dengan bantuan lembaga riset, sehingga dapat diketahui seperti apa karakteristik, kesukaan pendengar dan juga sekuen-sekuen yang disukai maupun tidak disukai oleh pendengar. Penelitian yang selama ini dilakukan masih terlalu luas, sehingga masih dirasakan kurang manfaatnya bagi program itu sendiri.
2. Diperlukan perencanaan yang matang dan sistematis dengan *forecasting* yang jitu dalam suatu program acara, sehingga faktor-faktor tidak terduga dapat diminimalisir.
3. Evaluasi dan pengawasan program sebaiknya dilakukan secara lebih intensif dan periodik, agar kesalahan atau penyimpangan dapat segera diatasi.
4. Evaluasi yang dilakukan tidak hanya mengenai pelaksanaan program unggulan saja, tetapi yang harus diperhatikan dan selalu diamati juga adalah program sejenis yang ada di radio lain. Sehingga dapat dibandingkan antara acara dalam program unggulan dengan acara di stasiun radio lain.
5. Melakukan promosi program dan penjualan program kepada pengiklan dengan lebih gencar. Pertimbangannya adalah program ini mempunyai audiens yang tersegmentasi dengan jelas sehingga dapat menarik pengiklan untuk memasarkan produk atau jasanya. Karena itu

diharapkan ada kerjasama yang baik antara bagian program dengan bagian marketing RAJ.

6. Sebagai salah satu strategi, promosi program baik secara *on air* (pemutaran iklan atau *adlips* program) maupun *off air* (melakukan *gathering* dengan pendengar) perlu dilakukan karena ini adalah jalan untuk lebih memasyarakatkan program.
7. Hendaknya ada edisi atau segmen spesial dalam tiap-tiap acara di program unggulan agar ada inovasi demi kemajuan program. Jangan sampai menunggu pendengar bosan baru dilakukan inovasi.
8. Untuk program yang disiarkan secara *live*, memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas. Pemilihan masing-masing anggota tim produksi harus dipertimbangkan dengan benar, berdasarkan kemampuan, kemauan, kerja keras, serta loyalitasnya, sehingga tidak terjadi bongkar pasang tim produksi yang akan berpengaruh buruk terhadap proses dan hasil kerja tim produksi itu sendiri.
9. Sumber daya manusia yang berkualitas juga harus didukung dari segi kuantitasnya. Keterbatasan jumlah sumber daya manusia pada program-program unggulan tersebut dapat menjadi bumerang bagi acara itu sendiri. Sebelum terlambat dan mengganggu kelangsungan program, harus dilakukan penambahan jumlah sumber daya manusia, sehingga konsentrasi kerja dapat terjaga, jangan sampai terjadi adanya *double job*.

10. Tema dan topik harus ditetapkan jauh-jauh hari, sehingga tema dan topik yang ditawarkan tidak terkesan asal-asalan dan tidak terarah.
11. Betapapun suksesnya suatu program, pasti menemui berbagai kendala dan hambatan, oleh karena itu bagaimanapun caranya radio siaran dapat meminimalisir dan mengatasi berbagai macam kendala dan hambatan yang terjadi, serta menutupnya dari berbagai kelebihan dan keunggulan program yang ditawarkan kepada pendengar.
12. *Strategi programming* mempunyai arti penting dalam menentukan kesuksesan dan kelangsungan hidup suatu radio siaran. Oleh karena itu radio siaran harus berupaya semaksimal mungkin untuk merencanakan, membuat dan melaksanakan *strategi programming* yang benar-benar tepat.

C. KATA PENUTUP

Sebagai kata penutup, tidak ada kata yang pantas penulis ucapkan, kecuali ucapan syukur alhamdulillah, karena atas karunia, rahmat dan hidayahNya, akhirnya skripsi ini dapat penulis selesaikan. Namun di dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusinya bagi perkembangan program di Radio Anak Jogja juga untuk kemajuan keilmuan di bidang *broadcasting*. Akhirnya

kepada Allah jualah penulis berserah diri dengan memohon pertolongan dan petunjukNya agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca umumnya dan pada diri penulis khususnya.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Anwar, Arifin, *Strategi Komunikasi*, Bandung: Armico, 1984.
- Arifin, Tatang. M, *Menyusun Rencana Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 1985.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rieneka Cipta, 1993.
- Badudu, JS, *Kamus Kata-Kata Serapan Asing*, cet. Ke-1, Jakarta: Buku Kompas, Maret 2003.
- Dimas, Muhammad Rasyid, *25 Kiat Mempengaruhi Jiwa dan Akal Anak*, cet. Ke-4, Jakarta: Robbani Press, Mei 2002
- Effendi, Onong Uchjana, *Kamus Komunikasi*, cet. Ke-1, Bandung: Mandar Maju, 1989.
- , *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, cet. Ke.15, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Oktober, 2001.
- Hadi, Sutrisno, *Metode Research*, Yogyakarta: Andi Offset, 1990.
- , *Metodologi Research*, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi, UGM, 1984.
- Komarudin, *Metodologi Penulisan Skripsi dan Tesis*, Bandung: Aksara, 1987.
- , *Ensiklopedia Manajemen*, Bandung: Alumni, 1979.
- Morissan, *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dengan Televisi*, Tangerang: Ramdina Prakarsa, tanpa tahun.
- Parwanto, Pius. A, dkk, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola, 1994.
- Prayudha, Harley, *Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, Malang: Banyumedia Publishing, 2004.
- Rahmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi II*, Jakarta: Balai Pustaka, 1995.

Wahyudi, JB, *Dasar-Dasar Manajemen Siaran*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994)

Internet:

http://http.www.istana.ri.go.id/produk_uu/isi/pp2001/pp65'01.html, 11 Juli 2007.

<http://www.jurnalhukum.blogspot.com/2006/09/status-hukum-anak-hasil-perkawinan.html>, 11 Juli 2007.

<http://www.ppi.or.id>, 11 Juli 2007

Skripsi:

Ekawati, Dian, *Strategi Programming pada Radio Show Segmented (Studi Kasus pada Program "Ichigo" di Radio Swaragama 101, 7 FM Jogja)*, Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fisipol, UGM, Yogyakarta, 2006.

Emma Fitria Suryaningsih, *Majalah Udara Sebagai Bagian Dari Strategi Programming (Studi Kasus pada Program Acara "Good Morning Youngster" Radio Geronimo FM)*. Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi, Fisipol UGM, Yogyakarta, 2005

Sabeh, I Gede Eka Dwipayana, *Kebijakan Programming Radio Network (Studi Kasus pada Trijaya Network dalam Pemeliharaan Mutu Program)*, Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi Fisipol UGM.

Laporan:

Sayoga, Budi, *Manajemen Program Siaran Radio*, Laporan Penelitian, Jurusan Ilmu Komunikasi, UGM, 1997

Lain-lain:

Brosur Radio Anak Jogja

Dokumen Radio Anak Jogja