

**UPAYA RADIO PRIMA FM HAURGEULIS
DALAM MEMPEROLEH TARGET PENDENGAR
MELALUI ACARA HALLO PRIMA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk memenuhi sebagian syarat-syarat
Memperoleh gelar sarjana strata satu
Komunikasi Penyiaran Islam**

OLEH:

SUWENDI JATNIKO
NIM: 02211201

PEMBIMBING:

- 1. DR. H. AKHMAD RIFA'I, M. Phil**
- 2. SAPTONI, MA**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2009**



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-06/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : **Persetujuan Skripsi**
Lamp : -

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

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama : **Suwendi Jatniko**
NIM : 02211201
Judul skripsi : Upaya Radio Prima FM Haurgeulis Dalam Memperoleh Target Pendengar Melalui Acara Hallo Prima

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

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wasalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 26 Oktober 2009

Pembimbing I

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M. Phil
NIP. 19600905 198603 1 006

Pembimbing II

Saptoni, S. Ag. MA
NIP. 19780221 199903 1 002



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

FAKULTAS DAKWAH

Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230
Yogyakarta 55221

PENGESAHAN SKRIPSI /TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/1598/2009

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

UPAYA RADIO PRIMA FM HAURGEULIS DALAM MEMPEROLEH TARGET PENDENGAR MELALUI ACARA HALLO PRIMA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Suwendi Jatniko
NIM : 02211201
Telah dimunaqasyahkan pada : Senin, 24 Agustus 2009
Nilai Munaqasyah : B -

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Pembimbing I

Dr. H. Akhmad Rifa'I, M.Phil.
NIP. 1960095 198603 1 006

Pembimbing II

Saptoni, S.Ag., MA
NIP. 19730221 199903 1 002

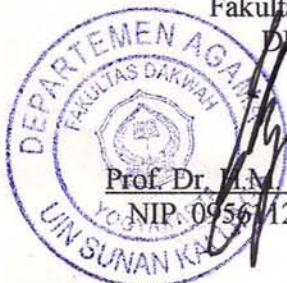
Penguji I

Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP. 19671006 199403 1 003

Penguji II

Khoiro Ummatin, M.Si
NIP. 19710328 199703 2 001

Yogyakarta, 1 Desember 2009
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Dakwah
DEKAN



Prof. Dr. H. M. Bahri Ghazali, MA
NIP. 0956123 198503 1 002

MOTTO

" من جد وجد "

***Barang siapa yang bersungguh-sungguh
maka ia akan berhasil***

(al-Hadis)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk
Aku, masa depanku, Orang-orang yang menyayangi diriku terutama bapak, ibu,
kakak, adik dan orang-orang yang selalu berada disampingku.

ABSTRAK

UPAYA RADIO PRIMA FM HAURGEULIS DALAM MEMPEROLEH TARGET PENDENGAR MELALUI ACARA "HALLO PRIMA"

Dalam pemahaman modern, pendengar radio bukan lagi objek yang hanya menggunakan telinga untuk menyimpan sebuah acara, tetapi juga menggunakan nalar pikir dan sekaligus empati, sehingga membentuk sikap kritis bagi pendengar, jika program yang ditayangkan radio tidak sesuai dengan realitas pendengar, maka sikap mereka tidak sekedar memindah channel atau gelombang ke stasiun lain, tetapi akan bersikap antipati terhadap stasiun yang dinilai mengecewakan. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, radio sebagai salah satu media komunikasi dan informasi harus mampu bersaing dengan media-media lain dengan menawarkan beberapa upaya dan metode dalam memperoleh target pendengar. Munculnya radio-radio amatir di beberapa daerah, menunjukkan adanya kekuatan segmen tertentu yang bersifat lokalistik tetapi mempunyai pengaruh tertentu yang dapat diperhitungkan.

Radio Prima FM Haurgeulis yang berdomisili di Kabupaten Indramayu Jawa Barat, berani berunjuk gigi untuk ikut berperan sebagai media informasi di tengah-tengah masyarakat. Radio Prima FM merupakan radio komersial berupaya mengoptimalkan dalam memperoleh target pendengar dengan menghadirkan acara-acara yang juga menarik, di antaranya adalah acara "Hallo Prima".

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah; bagaimana upaya radio Prima FM Haurgeulis dalam memperoleh target pendengar melalui acara "Hallo Prima"? Teori yang digunakan secara umum adalah teori segmentasi yang mencakup; *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian untuk menghasilkan data (*deskripsi kualitatif*), dimana peneliti mendeskripsikan atau mengkonstruksi wawancara mendalam terhadap subjek peneliti melalui metode *observasi*, *wawancara*, dan *dokumentasi*. Kemudian dilakukan analisis dan pengabsahan terhadap data yang diperoleh.

Dari penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa Radio Prima FM melalui Acara "Hallo Prima" melakukan hal di luar acara yang terkait dengan proses pendukung dalam memperoleh target pendengar seperti; rekrutmen penyiar yang *full-time* dan penyediaan naskah untuk penyiar dalam setiap siaran. Melakukan segmentasi pendengar yang di targetkan adalah para kaula muda yang menduduki persentase yang paling besar, tetapi tidak menutup kemungkinan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara umum. Model acara, Variasi dan kemasan acara "Hallo Prima" meliputi; request lagu, berita atau informasi, tebak-tebakan humor dan kata-kata mutiara hikmah. Gaya bahasa yang digunakan dalam siaran acara "Hallo Prima" adalah menggunakan bahasa daerah pada umumnya (Sunda dan Jawa) disesuaikan dengan bahasa masyarakat di sekitarnya.

Keyword: Radio, Acara, Target Pendengar

KATA PENGANTAR



الحمد لله رب العالمين , اشهد ان لا اله الا الله , واشهد ان محمداً رسول الله ,
والصلاة والسلام على رسول الله , واله واصحابه اجمعين , لاحول ولا
قوة الا بالله العلي العظيم , اما بعد .

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul Upaya radio Prima FM Haurgeulis dalam memperoleh target pendengar melalui acara “Hallo Prima” ini dengan baik guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan pada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya.

Penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. H.prof. Dr. H. Bahri Ghazali, selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu DRA. Evi Septiani Tavip Hayati, M. Si., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Dr. H. Akhmad Rifa'I, M. Phil., selaku Pembimbing Akademik dan selaku Pembimbing I yang telah memberikan berbagai masukan dan motivasi hingga akhirnya dapat terselesaikan skripsi ini.
4. Bapak Saptoni, S. Ag, MA., selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Ino Sanjaya selaku pimpinan radio Prima FM Haurgeulis Indramayu.
6. Bapak Raihan selaku penanggungjawab siaran yang senantiasa membantu memberikan izin penelitian dan informasi di radio Prima FM Haurgeulis.
7. Mas Bobby selaku penyiar yang telah banyak meluangkan waktunya dalam pengambilan data-data tentang acara "Hallo Prima".
8. Mas Adji selaku Program Director yang selalu memberikan data-data tentang acara "Hallo Prima".
9. Seluruh Staf dan Karyawan radio Prima FM Haurgeulis, terimakasih atas segala informasi dan fasilitas yang diberikan.
10. Bapak Satria dan Ibu Suneri selaku kedua orangtua beserta keluarga yang selalu memberikan sesuatu hal yang penulis butuhkan baik itu material maupun spiritual dan lain sebagainya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Kepada teman-teman Jurusan KPI yang senantiasa memberikan bantuan moril maupun spirit (Miftahurrahman, Anis, Nurul Hidayah,

Yusron, Ayu) dan lain sebagainya yang tidak penulis cantumkan di sini.

12. Kepada teman-teman organisasi baik itu INSAN BPC (Ikatan Silaturahmi Alumni Buntet Pesantren Cirebon) Yogyakarta, KAPMI (Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu) Yogyakarta, sehingga penulis mengerti tentang bagaimana berorganisasi dengan baik
13. Kepada teman-teman kost (Al-Max, Slamet Riyadi, bajuri, Jajuli) dan teman-teman seperjuangan (Yogi, Jaka Priangga, Zaki Alawi, Aulia Arif Luthfi) yang selalu membantu dan memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT, memberikan balasan atas segala amal baik mereka yang telah membantu penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penulis. Akhirnya semoga Allah SWT meridhoi semua amal kita semua. AMIEN

Yogyakarta, 26 Oktober 2009

Penulis

Suwendi Jatniko

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix

BAB I : PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	5
F. Tinjauan Pustaka	6
G. Kerangka Teoritik	7
H. Metode Penelitian	19

BAB II : GAMBARAN UMUM ACARA HALLO PRIMA

A. Profil Acara “Hallo Prima”	24
B. Latar Belakang Acara “Hallo Prima”	25
C. Visi Dan Misi Acara “Hallo Prima”	27

D. Manfaat Acara “Hallo Prima” Bagi Pendengar di Daerah Indramayu dan Sekitarnya	28
E. Susunan Team Acara “Hallo Prima”	29
F. Sponsor Acara “Hallo Prima”	30

BAB III : UPAYA RADIO DALAM MEMPEROLEH TARGET PENDENGAR

A. Segmentasi Pendengar	32
1. Segmentasi	32
2. Targeting	34
3. Positioning	36
B. Upaya-upaya Acara Hallo Prima	38
1. Target Acara	38
2. Spesifikasi Acara	40
3. Keutuhan Acara	42
4. Variasi Acara	43
5. Ketepatan Waktu Acara	46
6. Orisinalitas Acara	47
7. Kualitas Acara	50
8. Penggunaan Bahasa Sederhana	53
9. Unsur-Unsur Yang Menarik Pendengar	54
10. Klasifikasi Pendengar	61

BAB IV : PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran – Saran	67
C. Kata Penutup	67

DAFTAR PUSTAKA	69
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul yang penulis bahas dalam penelitian ini adalah Upaya Radio Prima FM Haurgeulis dalam Memperoleh Target Pendengar melalui Acara “Hallo Prima”. Penegasan ini penting untuk menghindari kesalahpahaman terhadap judul tersebut, guna mengarahkan penelitian, profesional dan komprehensif, maka akan dijelaskan terlebih dahulu istilah-istilah yang terkait dalam judul tersebut, yakni sebagai berikut:

1. Upaya

Upaya adalah kegiatan yang mengarahkan tenaga, pikiran untuk mencapai suatu tujuan. Jadi yang dimaksud upaya adalah kegiatan-kegiatan yang mengarah pada suatu tujuan.¹ Dalam hal ini upaya terhadap memperoleh target pendengar melalui acara “Hallo Prima” pada radio Prima FM Haurgeulis Indramayu.

2. Radio Prima FM Haurgeulis Indramayu

Radio Prima FM Haurgeulis Indramayu adalah sebuah nama radio swasta yang berlokasi di daerah Indramayu, dengan frekwensi 95,800 MHz, dan beralamatkan di Jalan Siliwangi KM 2 Haurgeulis Kabupaten Indramayu.

¹ Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Press) hlm. 1691.

3. Target Pendengar

Target adalah sasaran atau batas ketentuan yang telah ditetapkan untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan, pendengar adalah orang yang mendengarkan atau sasaran komunikasi massa melalui media radio siaran.²

Jadi, yang dimaksud target pendengar adalah sasaran yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu terhadap orang yang mendengarkan untuk melakukan komunikasi massa melalui media siaran radio.

4. Acara “Halo Prima”

Acara adalah segala sesuatu yang akan dipertunjukan atau disiarkan, sedangkan “Halo Prima” merupakan acara yang ada di radio Prima FM yang disiarkan pada pukul 14.00-16.00 WIB siang setiap hari

Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan judul upaya Radio Prima FM Haurgeulis Indramayu dalam memperoleh target pendengar melalui acara “hallo prima” adalah kegiatan yang mengarahkan Radio Prima FM Haurgeulis Indramayu dalam memperoleh target pendengar melalui acara “Halo Prima”.

B. Latar Belakang Masalah

Media radio termasuk sebagai media komunikasi massa,³ di mana lazimnya media massa modern mampu menunjukkan seluruh sistem melalui

² Onong Uchjana Efendy, *Radio Siaran; Teori dan Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1991), hlm. 84.

³ *Ibid.* hlm 12 -13.

pesan-pesan yang diproduksi, dipilih, disiarkan, diterima dan ditanggapi. Radio sebagai media komunikasi mempunyai banyak jenis, namun hanya radio siaran (*radio broadcast*) yang merupakan media massa, meskipun ada jenis radio lainnya seperti: radio telegrafi, radio telefoni dan lain-lain, yang sifatnya interpersonal.

Ketika para pengelola stasiun penyiaran radio merencanakan untuk beroperasi, salah satu faktor yang perlu menjadi kajian khusus adalah cara menetapkan target pendengar. Apalagi di masa sekarang ini, kompetisi sedemikian tinggi target pendengar menjadi prioritas. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar tersebut diperlukan penataan acara. Dan, penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur acara demi acara termasuk penjadwalannya sehingga terbentuknya format acara dengan tujuan menciptakan image stasiun penyiaran radio.

Proses perencanaan acara yang paling penting adalah pertimbangan mengenai tingkatan yang ingin kita capai dengan cara mengelola acara tersebut hanya dengan melalui kesuksesan acara inilah pengembangan citra dan reputasi brand terhadap pendengar akan diraih sebanyak-banyaknya. Jika rating pendengar baik, lamanya mendengarkan, maka akan sangat berdampak pada sirkulasi massa yang memang dicari oleh pemasang iklan, rating digunakan untuk mengukur efektivitas penggunaan media, rating menunjukkan bagian dari sejumlah individu yang mendengarkan suatu acara pada suatu waktu tertentu.⁴

⁴ Harley Prayuda, *Suatu Pengantar untuk Wacana, dan Praktik Penyiaran*, (Malang:

Dalam pemahaman modern, pendengar radio bukan lagi objek yang menggunakan telinga untuk menyimpan sebuah acara, mereka (pendengar) juga menggunakan nalar pikir dan sekaligus empati, sehingga membentuk sikap kritis, jika program yang ditayangkan radio tidak sesuai, maka sikap mereka tidak sekedar memindah channel atau gelombang ke stasiun lain, tetapi akan bersikap antipati terhadap stasiun yang dinilai mengecewakan. Sebagai contoh, dominasi menu hiburan yang muncul di radio menimbulkan kebosanan jika tidak mampu menggugah variasi program, dan salah satu pertimbangan untuk merubah program radio adalah dengan sikap memberdayakan pendengar melalui suguhan-suguhan informasi yang bersifat aktual dan yang dapat memberikan kecerdasan intelektual bagi audiens.⁵

Seiring dengan banyaknya bermunculan radio-radio baru yang ada di Indramayu yang juga menawarkan acara-acara yang menarik sehingga terjadi persaingan dalam perolehan pendengar maka, radio Prima FM haurgeulis yang merupakan radio komersial berupaya mengoptimalkan pendapatannya berawal dari target dan perolehan pendengar dengan menghadirkan acara-acara yang juga menarik diantaranya acara "Halo Prima".

Berdasarkan deskripsi di atas, penulis tertarik untuk meneliti upaya yang dilakukan radio Prima FM haurgeulis, dengan judul penelitian, upaya radio Prima FM Haurgeulis dalam memperoleh target pendengar melalui acara "Halo Prima".

Bayumedia,2004), hlm. 43.

⁵ Masduki, *Jurnalistik Radio; Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, (Yogyakarta, LKiS, 2001), hlm. 3.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana upaya radio Prima FM Haurgeulis dalam memperoleh target pendengar melalui acara "Halo Prima"?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan upaya radio Prima FM Haurgeulis dalam memperoleh target pendengar melalui acara "Halo Prima".

E. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik itu secara teoritis ataupun secara praktis.

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan dapat memberikan kontribusi bagi keilmuan yang terkait dengan pengembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang radio
- b. Dapat memberikan sumbangsih pengetahuan khususnya bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan juga dapat memberikan pengetahuan mengenai upaya radio Prima FM haurgeulis dalam memperoleh target pendengar

2. Secara Praktis

- a. Dapat dijadikan pegangan supaya dalam mengatur suatu media dapat berjalan dengan baik.
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan mencari informasi tentang upaya radio Prima FM haurgeulis dalam memperoleh target pendengar melalui acara “Hallo Prima”.

F. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari terjadinya kesamaan terhadap penelitian yang telah ada sebelumnya maka penulis mengadakan penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang telah ada. Dari penelusuran yang dilakukan, belum dijumpai penelitian yang sama dengan yang dilakukan penulis teliti yaitu:

1. Skripsi dengan judul “Format Acara Radio Salma FM Klaten, dalam Mempertahankan Pangsa Pendengar”, yang disusun oleh: Indri Puspita, mahasiswi Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Yogyakarta tahun 2008, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, penelitian yang digunakan dalam skripsi ini berusaha mendeskripsikan tentang bagaimana bagaimana bentuk acara siaran yang digunakan radio Salma FM Klaten dalam usaha mempertahankan pangsa pendengar.⁶ Penelitian ini lebih fokus bagaimana mempertahankan pangsa pendengar dengan format acara radio tersebut dan penelitiannya terhadap semua acara yang ada di radio Salma FM Klaten.

⁶ Indri Puspita, *Format Acara Radio Salma FM Klaten, dalam Mempertahankan Pangsa Pendengar* (Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga: skripsi tidak diterbitkan, 2008).

2. Nour Muhammad Zuhri, Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah menulis skripsi dengan judul “ Segmentasi Pendengar pada Radio, (studi pada radio Channel 5 100,9 FM *good times and great memories*)”, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, penelitian yang digunakan dalam skripsi ini berusaha mendeskripsikan tentang bagaimana penetapan dan penataan segmen pendengar radio channel 5 100,9 FM yang menurutnya adalah inti dari strategi sebuah stasiun radio dalam memperoleh pendengar, klien dan pendapatan bagi stasiun radio.⁷ Penelitian ini hampir sama dengan yang penulis buat, bedanya objek penelitian tersebut tertuju kepada semua acara radio sedangkan penulis melakukan penelitian hanya satu mata acara.

Dari kedua penelitian di atas, lebih memfokuskan pada bentuk acara siaran yang digunakan dan fungsi segmen pendengar, maka dalam penelitian ini, penulis lebih fokus upaya radio Prima FM dalam memperoleh target pendengar.

G. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Segmentasi

Radio siaran telah menciptakan identitasnya, ditentukan oleh acara yang dipilihnya dalam menentukan sebuah acara ini, pengelola stasiun radio harus melakukan analisis cermat mengenai tingkat kompetisi pasar dan

⁷ Nour Muhammad Zuhri, *Segmentasi Pendengar pada Radio (studi pada radio Channel 5 100,9 FM good times and great memories)*, skripsi pada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2007

khalayak yang diinginkan.

a. Segmenting

Segmentasi adalah pemilihan khalayak potensial berdasarkan segmen-segmen tertentu sebagai upaya untuk pemograman agar mengetahui kebutuhan-kebutuhan pendengar, karakteristik, atau tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda, sehingga stasiun radio dapat mengeksplorasi, kreativitas membuat acara menarik.⁸

Segmentasi merupakan hal yang penting bagi perusahaan di masa sekarang, termasuk bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Beberapa alasan mengapa segmentasi merupakan hal yang penting, adalah:⁹

- 1) Semakin majunya kehidupan manusia, semakin heterogen masyarakat, dan tidak mungkin ada satu produk yang dapat memuaskan secara tepat seluruh kebutuhan masyarakat.
- 2) Semakin maju perekonomian, akan semakin banyak kompetitor yang harus dihadapi oleh perusahaan. Segmentasi akan mencegah perusahaan akan membuang-buang sumber dayanya ditempat yang tidak tepat.
- 3) Segmentasi akan membantu perusahaan untuk meraih kometitive advantages terhadap saingan-daingan melalui diferensi produk.
- 4) Sebuah produk mungkin tidak dapat memuaskan semua golongan

⁸ Masduki, *Jurnalistik Radio.....*, hlm. 18.

⁹ Rambat Lupioadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 39.

masyarakat, tetapi mungkin dapat memuaskan suatu golongan masyarakat yang homogen, dan segmentasi akan membantu perusahaan menemukan segmen-segmen yang dapat dilayani secara maksimal oleh perusahaan.

Semakin pentingnya segmentasi sebagai basis untuk target pasar kian mendekati kecanggihan yang bertambah dalam menggambarkan segmen pasar, dan juga pendekatan yang kian aktif dalam menggunakan informasi pasar untuk memperoleh kemungkinan positioning yang menguntungkan, hal ini membutuhkan pengertian apa segmen itu sebenarnya. Dengan menggunakan kebutuhan dan keinginan yang digabung bersama sebelumnya, segmen adalah kesatuan pelanggan yang sama-sama memiliki keinginan tertentu.

Tahapan untuk menentukan segmentasi bisa dilakukan melalui:

- 1) mengidentifikasi target pendengar berdasarkan aspek geografis berdasarkan wilayah, tempat dan iklim.
- 2) Mengidentifikasikan target pendengar berdasarkan demografis berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, sirkulasi hidup dan suku
- 3) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan psikografis yaitu berupa sikap dan kegemaran spesifik khalayak, seperti gaya hidup, nilai yang dianut dan kepribadian.
- 4) mengidentifikasi target pendengar berdasarkan aspek behavioristik yang diklasifikasikan berdasarkan perilaku, sikap dan penggunaan media.

Mekipun pada prakteknya keempat kategori tersebut biasanya hanya menggunakan tiga kategori yaitu: usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi.

b. Targeting

Targeting yaitu proses menyeleksi, memilih, dan menjangkau potensi pendengar melalui program siaran yang tepat.

1). Mengevaluasi segmen audiens

Dalam mengevaluasi segmen audiens yang berbeda, maka stasiun radio harus memperhatikan beberapa faktor yaitu daya tarik segmen secara keseluruhan tujuan dan sumber daya stasiun agar langkah-langkah segmentasi dapat efektif, maka segmentasi audiaens yang dilakukan harus memiliki syarat-syarat sebagai berikut:¹⁰

a) dapat diukur (*measurability*)

Dalam melakukan segmentasi hendaknya memiliki ukuran yang jelas tentang daya beli, profil segmen dan aspek lainnya.

b) Dapat dicapai

Segmen dapat dijangkau dan dilayani secara efektif

c) Cukup besar (*substantionality*)

Segmen cukup besar dan menguntungkan untuk dilayani.

d) Dapat dilayani (*actionability*)

¹⁰ Philip Kotler, *Segmentasi Audiens*, (Bandung: Pustaka Setia, 1995), hlm. 74.

Program-program yang efektif dapat dirumuskan untuk menarik dan melayani segmen-segmen tersebut.

e) Dapat dibedakan (*differentiability*)

Secara konseptual segmen-segmen dapat dipisahkan dan memberikan tanggapan yang berbeda terhadap elemen dan program bauran pemasaran yang berbeda.

2). Memilih segmen audiens

Kotler memaparkan, dengan sumber-sumber terbatas, maka stasiun radio tidak dapat melayani seluruh segmen yang ada dengan tetap memberikan kepuasan kepada audiens pada seluruh segmen yang berbeda.¹¹

Usaha untuk memberikan kepuasan akan lebih efektif jika perusahaan memfokuskan usahanya untuk melayani beberapa segmen khusus yang paling potensial yang dapat dilayani, maka langkah selanjutnya adalah menetapkan pasar sasaran. Pilihan segmen-segmen yang akan dilayani tergantung kepada sumber daya dan dana yang dimiliki perusahaan produk, lokasi serta kecocokan dengan kebutuhan-kebutuhan konsumennya.

c. Positioning

Positioning adalah menciptakan sebuah identitas kuat atau citra kuat bagi suatu perusahaan dan produk-produknya, dan kemudian citra tersebut dikomunikasikan secara jelas kepada pelanggan dalam hal ini

¹¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: LPF FE UI, 1993), hlm. 364.

adalah pendengar.¹²

Perlu diingat bahwa pemosisian merupakan bagian penting dari perencanaan strategis menyuluruh sesuatu perusahaan, dan menunjukan bagaimana perusahaan tersebut dan sifat-sifat tertentu dari produknya.

Positioning berhubungan dengan upaya identifikasi, pengembangan, dan komunikasi keunggulan yang bersifat khas dan unik. Dengan demikian, produk dan jasa perusahaan dipersepsikan lebih superior dan khusus dibandingkan dengan produk dan jasa pesaing dalam persepsi konsumen.

Fokus utama positioning adalah persepsi pelanggan terhadap produk yang dihasilkan, bukan hanya sekedar produk fisik. Keberhasilan positioning sangat ditentukan okeh kemampuan sebuah perusahaan untuk mendeferensikan atau memberikan nilai superior kepada pelanggan. Sedangkan kunci utama keberhasilan positioning terletak pada persepsi yang diciptakan perusahaan.

2. Teori tentang target pendengar

Sebuah pendekatan yang direkomendasikan oleh Vogel (1994) meliputi penggunaan riset survai yang mengidentifikasikan beberapa komponen pendengar yang berbeda:¹³

- a. lawan aktif

Mereka yang menganggap topik itu penting namun tidak setuju dengan

¹² Winardi, *Aspek-Aspek Manajemen Pemasaran: Pasar, Strategi Pemasaran, Segmentasi Pasar, Diferensiasi Produk, Sistem Informasi Pemasaran*, (Bandung: Mandar Maju, 1992), hlm.82.

¹³ Warner J. Severin dan James W. Tankard Jr., *Teori Komunikasi: Metode dan Terapan di Dalam Media Massa, Edisi V*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 34.

pesan anda.

b. Pendukung aktif

Mereka yang setuju dengan anda

c. Lawan yang tidak terpengaruh

Mereka yang mempunyai sedikit minat dengan topic dan tidak setuju dengan pendapat anda.

d. Pendukung yang tidak terpengaruh

Mereka yang mempunyai cukup minat untuk membeli pesan anda.

e. Mereka yang berpotensi untuk berubah

Mereka yang mempunyai minat tinggi terhadap topik namun tidak mempunyai pendapat yang mantap tentang topik itu

f. Tidak terikat

Mereka yang mempunyai pendapat yang mantap dan sedikit minat.

Vogel menunjukkan bahwa hanya dua kelompok pendukung aktif dan mereka yang berpotensi untuk berubah yang merupakan calon yang bagus untuk pesan-pesan anda. Hendaknya digunakan strategi komunikasi yang berbeda untuk dua target pendengar tersebut. Pendukung aktif perlu menerima pesan penguatan sehingga dukungan mereka tidak goyang. Mereka yang berpotensi untuk berubah perlu menerima pesan-pesan yang persuasif yang didesain dengan hati-hati dan mereka perlu menerima pesan-pesan itu lebih sering dari pendukung aktif.¹⁴

¹⁴ *Ibid*, hlm. 233.

Komunikasi melalui media elektronik, khususnya radio, faktor pendengar perlu mendapat perhatian lebih. Dalam hal ini komunikator harus memahami kebiasaan dan minat pendengar baik yang termasuk kategori anak-anak, remaja, dewasa maupun orang-orang. Atau kebiasaan wanita bekerja dengan wanita sebagai ibu rumah tangga yang lebih banyak tinggal di rumah. Hal ini perlu, karena berkaitan dengan materi pesan dan pemutaran. Kebiasaan dan minat tiap kategori kelompok pemirsa, biasanya dapat diketahui melalui hasil survei, baik yang dilakukan oleh stasiun radio yang bersangkutan, maupun yang dilakukan oleh lembaga lain. Jadi, setiap acara yang disiarkan benar-benar berdasarkan kebutuhan pendengar, bukan acara yang dijejalkan begitu saja. Diharapkan mampu memberikan pendidikan dan proses penyadaran kepada masyarakat.

3. Macam-macam Acara Radio

a. Musik

Lima besar radio terbanyak pendengarnya di Indonesia sejak sepuluh tahun terakhir adalah radio dengan menu siaran musik. Sejarah radio siaran identik sebagai medium sosialisasi musik ke indra telinga. Radio adalah menu hiburan dan musik menjadi menu utamanya. Beragam acara dengan materi dasar musik berkembang sesuai karakteristik pendengar dan kebutuhannya. Pemutaran musik yang mencakup lagu dan instrumental menjadi pemandu utama dan kadangkala sebagai selingan suguhan materi siaran lain untuk pendengar.¹⁵

¹⁵ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: LKiS, 2004), hlm. 34-38.

b. Berita dan Informasi

Berita kian menjadi acara dominan di radio seiring makin terbukanya iklim ekonomi dan politik yang mengakibatkan kesadaran kritis dikalangan pendengar. Radio dituntut untuk melayani kebutuhan yang lebih dari sekedar media hiburan. Setiap radio dapat memiliki program siaran berita, namun tidak semua jenis peristiwa atau topik bisa akrab bagi masing-masing pendengar radio. Setiap format stasiun memiliki jenis berita tersendiri yang layak siar. Dua model kemasan berita di radio adalah (1) langsung (*live report*) dari lokasi peristiwa. (2) direkam sebelumnya kemudian disiarkan secara khusus di radio pada jam tertentu. Bentuk kemasan yang populer di Indonesia adalah berita pendek berdurasi sekitar 60 sampai 120 detik dan berita buletin berdurasi sekitar 10 sampai 30 detik yang dikerjakan khusus oleh tim pemberitaan.¹⁶

c. Bertutur Interaktif

Perbedaan antara bertutur dan membaca di radio adalah membaca merupakan kegiatan mengeja naskah secara lengkap dan apa adanya, sedangkan bertutur yaitu “melirik” naskah sebagai panduan improvisasi bicara. Kecuali memutar musik, radio dengan segmen pendengar anak muda kerap menyajikan berbagai acara tuturan interaktif melibatkan

¹⁶ *Ibid.*

pendengar. Tujuannya terutama untuk menghibur sambil memberikan edukasi. Selain pelayanan permintaan lagu (*song request*), ada pula program curahan hati (curhat), kuis, perbincangan bebas seputar gossip selebriti, hingga permainan menggugah ras humor. Dalam kemasan modern, program siaran ini dikenal pula dengan sebutan *infotainment*.¹⁷

d. Diskusi Publik

Bagi kalangan pendengar dewasa, radio menjadi arena untuk menyampaikan gagasan dan kritik terhadap situasi sosial, ekonomi, dan politik. Perencanaan siaran yang cerdas menangkap peluang ini dengan menyuguhkan acara debat publik seputar masalah kesehatan, seksualitas, isu narkoba, dinamika politik elit, problem lingkungan hidup, dan penataan kota. Lokalitas radio sebagai media penyalur ide membuatnya cepat memberi dampak bagi pergeseran kebijakan di tingkat pemerintahan dan di lingkup internal masyarakat. Program Talkshow baik yang disiarkan dari radio maupun dari luar radio makin diminati, tentu dengan teknik mengemas yang sesuai format stasiun radio setempat.¹⁸

4. Upaya Acara Dalam Memperoleh Target Pendengar Radio

Dalam memperoleh target pendengar radio dituntut menyajikan acara yang menarik, ada beberapa petunjuk yang dapat dijadikan acuan diantaranya:

a. Target Acara

Pastikanlah siapa sasaran yang akan dituju. Hal ini penting untuk

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

memudahkan pengelola siaran dalam mengelola bahan siaran. Dalam hal ini suatu acara ditentukan misalnya untuk kaum muda, dari golongan ekonomi menengah atas, dengan tingkat pendidikan minimal SLTA, dan menyukai olahraga. Dengan sasaran yang jelas maka acara tersebut akan efektif.¹⁹ Pengalaman menunjukkan acara-acara yang tidak mempunyai sasaran yang konkrit tidak pernah populer dan biasanya akan turun dengan sendirinya.

b. Spesifikasi Acara

Isi acara hendaknya membahas materi yang khusus, misal dalam bidang olahraga, maka isinya hanya mempersoalkan salah satu cabang olahraga, misalnya sepakbola.²⁰ Dalam hal ini isinya tidak mempersoalkan olahraga lainya hanya mencakup sepakbola. Jadi hanya satu topik yang di bahas secara menyeluruh.

c. Keutuhan Acara

Pembahasan materi harus terjaga, tidak keluar dari konsep yang telah ditetapkan. Mulai dari pengantar, permasalahan, pembahasan dan penyelesaian masalah secara sistematis.

d. Variasi Acara

Acara di kemas dalam bentuk yang bervariasi. Variasi dapat ditampilkan dalam dua bentuk yaitu *dialog* dan *monolog*. Dalam dialog dapat ditampilkan dua orang atau lebih yang memiliki warna suara yang berbeda. Kontras warna suara ini sangat mendukung acara karena radio

¹⁹ Ginting, *Media Komunikasi Radio*, (Bandung: Pustaka Setia, 1996), hlm 112.

²⁰ *Ibid.*

merupakan media audio yang hanya mampu menstimuli indra pendengaran.²¹ Dengan warna suara yang berbeda memudahkan pendengar untuk mengenali tokoh-tokoh yang terlibat dalam dialog tersebut. Umumnya pendengar lebih menyukai acara yang disiarkan dalam bentuk dialog.

e. Ketepatan Waktu Acara

Pengelola program harus yakin bahwa waktu yang dipilih untuk penyiaran suatu acara sudah tepat. Ketepatan ini didasari pada kebiasaan mendengar dari khalayak. Dengan demikian, acara tersebut akan efektif.

f. Orisinalitas Acara

Penyelenggara siaran harus menyajikan acara yang benar-benar hasil kerja tim kreatif studio tersebut. Bukan tiruan, dalam arti acara ini pernah di sajikan stasiun lain yang kemudian di modifikasi sehingga tampaknya orisinal. Bukan juga acara jiplakan. Acara tiruan dan jiplakan tidak akan membawa banyak keuntungan bagi stasiun penyelenggara, malahan sebaliknya, bisa menjadi bumerang. Karena yang populer adalah stasiun radio yang pertama kali menyajikan acara tersebut. Sedangkan stasiun radio yang menjiplak atau meniru akan dicap sebagai stasiun plagiat.

g. Kualitas Acara

Mutu teknik suatu acara ikut menentukan sukses tidaknya acara di pasar. Pendengar selalu menuntut hasil yang prima tanpa noise

²¹ *Ibid.*

(*gangguan*). Sebab pendengar sangat mendambakan kenyamanan dalam mendengarkan suatu acara siaran. Konsep memberikan yang terbaik kepada pendengar wajib menjadi pegangan penyelenggara siaran.

h. Penggunaan Bahasa Dengan Sederhana

Penggunaan bahasa sederhana, artinya bahasa yang dipakai sehari-hari atau bahasa pergaulan. Jangan disajikan acara dengan bahasa ilmiah, kata-kata asing, atau kata-kata baru. Pendengar akan mengalami kesulitan mencerna isi acara. Sebab tidak semua pendengar memiliki kemampuan yang merata sehingga kemudahan menangkap isi acara berbeda-beda.²²

H. Metode Penelitian

Kata metode berasal dari kata Yunani *methodos* yang mempunyai arti jalan atau cara yang teratur dan sistematis untuk melaksanakan sesuatu. Maka metode penelitian adalah cara kerja yang berdasarkan disiplin ilmiah untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan fakta-fakta.²³ Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian untuk menghasilkan data deskripsi kualitatif, dimana peneliti mendeskripsikan atau mengkonstruksi wawancara mendalam terhadap subjek peneliti.

²² *Ibid.*

²³ Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT Gramedia, 1981), hlm. 16.

1. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah informan yang akan diminta informasinya tentang objek yang akan diteliti, para informan yang akan dimintai keterangannya dalam pengambilan data di lapangan. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah

- 1) Direktur utama radio Prima FM Haurgeulis
- 2) Divisi Program Siaran
- 3) Tim produksi acara "Halo Prima"

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah pokok yang akan diteliti atau dianalisa.²⁴ Adapun objek yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah tentang upaya radio Pima FM dalam memperoleh target pendengar melalui acara "Halo Prima".

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode yang dipakai penulis untuk memperoleh data dan informasi dari sumbernya guna memperoleh data yang lengkap, tepat, dan valid.

Adapun metode yang dipakai dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa macam metodenya yaitu:

a. Observasi

²⁴ Sutrisno Hadi, *Metode Research I*, (Yogyakarta: YPF UGM, 1981), hlm. 4.

Observasi dapat diartikan sebagai pencatat atau pengamatan terhadap gejala-gejala yang diselidiki, dan juga dapat diartikan dengan pengamatan bebas.²⁵ Penulis menggunakan observasi non-partisan, dimana penulis hanya mengamati dan menulis upaya radio Prima FM Haurgeulis dalam memperoleh target pendengar melalui acara “Hallo Prima”.

b. Wawancara

Metode wawancara adalah metode yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan (pengumpul data bertatap muka dengan responden).²⁶ Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur, yaitu pewawancara menentukan sendiri urutan dan juga pembahasannya selama wawancara,²⁷ baik itu wawancara secara langsung maupun tertulis apabila narasumber sulit ditemui. Lewat metode ini diharapkan permasalahan yang ada dapat terjawab secara jelas dan mendetail.

c. Dokumentasi

Untuk melengkapi data penelitian ini, penulis akan melakukan pengumpulan data dengan metode dokumentasi. Studi dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumen, memilih-milih dokumen sesuai dengan penelitian, menerangkan dan mencatat serta

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Bina Aksara, 1989), hlm. 321

²⁶ Sanapiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi*, Cet. Ke-5 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), hlm. 52

²⁷ Britha Mikhelsen, *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-upaya Pemberdayaan*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1999), hlm. 128.

menafsirkannya, serta menghubungkan-hubungkannya dengan fenomena lainnya. Dalam penelitian ini data-data akan dikumpulkan sehingga data sekunder berupa dokumen penting yang terhubung dengan sumber data penelitian ini dan gambaran umum tentang radio Prima FM Haurgeulis berupa majalah, foto, arsip, dan transkrip acara radio.

3. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari data secara sistematis catatan hasil pengumpulan data untuk meningkatkan pemahaman terhadap objek yang sedang diteliti.²⁸ Adapun penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati.²⁹ Metode untuk analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis *Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman* yaitu model interaktif, bahwa analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu:³⁰

- 1) Reduksi data diartikan sebagai proses penelitian, perumusan perhatian pada penyerderhanaan, pengabstrakan dan transformasi data-data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan.

²⁸ Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cet II*, (Yogyakarta ; Rake Sarasin) hlm. 183S

²⁹ Amirul Hadi Haryo, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 1998), hlm. 76

³⁰ Matthew B. Milles, A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta : UI Press 1992), hlm. 17-18

- 2) Penyajian data yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
- 3) Penarikan kesimpulan dari pengumpulan data, penganalisis kualitatif mulai mencari benda-benda yang mencatat keteraturan pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin alur sebab akibat dan proposisi.

4. Metode Keabsahan Data

Metode yang digunakan peneliti hanya dengan cara editing atau memeriksa semua data-data yang diperoleh dalam memastikan keabsahan data. Metode keabsahan data ini di tunjang dengan menggunakan metode Triangulasi yaitu tehnik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data.³¹ Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan metode Triangulasi Sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, hal itu dapat dicapai dengan:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dan wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi

³¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1993) hlm. 178

penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.³²

³² *Ibid*, hlm. 178

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan dari awal sampai akhir tentang upaya Radio Prima FM Haurgeulis dalam memperoleh target pendengar melalui acara “Hallo Prima” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Radio Prima FM melalui Acara Hallo Prima melakukan hal di luar acara yang terkait dengan proses pendukung dalam memperoleh target pendengar seperti; rekrutmen penyiar yang full-time dan penyediaan naskah untuk penyiar dalam setiap siaran.
2. Segmentasi pendengar yang di targetkan radio Prima FM melalui acara Hallo Prima adalah para kaula muda yang menduduki persentase yang paling besar, tetapi tidak menutup kemungkinan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara umum.
3. Model acara, Variasi dan kemasan acara “Hallo Prima” meliputi; request lagu, berita atau informasi, tebak-tebakan humor dan kata-kata mutiara hikmah.
4. Gaya bahasa yang digunakan dalam siaran acara Hallo Prima adalah menggunakan bahasa daerah pada umumnya (Sunda dan Jawa) disesuaikan dengan bahasa masyarakat di sekitarnya.

B. Saran

Berdasarkan temuan-temuan di lapangan selama penelitian berlangsung, maka dapat diajukan beberapa saran kepada beberapa pihak yang terlibat dalam penelitian ini:

1. Kepada pihak radio Prima FM atau penanggungjawab pada acara "Halo Prima", hendaknya lebih inovatif dan kreatif serta tidak lupa memperhatikan nilai-nilai edukasi atau pendidikan dalam membuat naskah acara, tetapi masih tetap bersifat marketable, sehingga para pendengar tetap setia dan para pengiklan tetap mau bekerjasama karena mereka adalah salah satu pendukung acara tersebut.
2. Kepada civitas akademika Fakultas Dakwah terutama kepada penyusun kurikulum pengajaran agar memperhatikan kebutuhan *real* masyarakat saat ini serta terhadap lulusan Fakultas Dakwah, sehingga mahasiswa yang akan terjun di tengah-tengah masyarakat tidak gagap dan terkejut melihat banyak perubahan yang terjadi, yaitu terutama perubahan teknologi. Oleh karena itu, perlu diadakan peninjauan kembali serta mempertimbangkan kebutuhan masyarakat dalam menyusun kurikulum pengajaran.

C. Kata Penutup

Penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan, dan tidak akan pernah selesai apabila penulis tidak diperkenankan oleh Allah. Oleh karena itu, senantiasa senandung puji hanya dipersembahkan kepada Allah yang telah memberikan kesempatan berupa waktu, biaya dan lain-lain, hingga proses penulisan skripsi ini

selesai. Dan kepada kedua orang tua, kami persembahkan sujud takdim, semoga jerih payah selama ini membuahkan hasil dan manfaat di dunia dan akhirat.

Akhirnya kami berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat, terutama bagi penulis dan bagi semua orang yang akan dan sedang mempelajari acara radio.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirul Hadi Haryo, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 1998)
- Britha Mikhelsen, *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-upaya Pemberdayaan*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1999)
- Darmanto, *Menyoal Kualitas Siaran Radio Di Yogya*, *Kompas edisi* Selasa, 29 September 2009
- Ginting, *Media Komunikasi Radio*, (Bandung: Pustaka Setia, 1996)
- Gough, Howard, *Program Radio*, (Surabaya: AIBD, 1999)
- Hadi, Sutrisno, *Metode Research*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1980)
- Harley Prayudha, *Suatu Pengantar Untuk Wacana Dan Praktik Penyiaran*, (Malang: Bayumedia, 2004)
- Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT Gramedia, 1981)
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1993)
- Masduki, *Jurnalistik Radio; Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, (Yogyakarta, LKiS, 2001)
- Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: LKiS, 2004)
- Mattew B. Milles, A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta : UI Press 1992)
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999)
- Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996) Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cet II*, (Yogyakarta ; Rake Sarasin)
- Sanapiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi, Cet. Ke-5* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001)
- Rambat Lupioadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001)

Santosa, Alex, “Tips Memaksimalkan Performance Penyiar”,
<http://radioclinic.com> di aksaes pada tanggal 27 Septrember 2009

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Bina Aksara, 1989)

Surahmad, Winarno, *Pengantar Penelitian Metode Dasar dan Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1982)

Uchjana Effendy, Onong, *Radio Siaran: Teori dan Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1990)

Warner J. Severin dan James W. Tankard Jr., *Teori Komunikasi: Metode dan Terapan di Dalam Media Massa, Edisi V*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001)

Winardi, *Aspek-Aspek Manajemen Pemasaran: Pasar, Strategi Pemasaran, Segmentasi Pasar, Diferensiasi Produk, Sistem Informasi Pemasaran*, (Bandung: Mandar Maju, 1992)

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: LPF FE UI, 1993)

Philip Kotler, *Segmentasi Audiens*, (Bandung: Pustaka Setia, 1995)

CURRICULUM VITAE

Nama	Suwendi Jatniko
NIM	02211201
Jurusan	Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas	Dakwah
Tempat, tanggal lahir	Indramayu, 01-03-1984
Alamat asal	Rancakitiran, Kroya, Indramayu, Jawa Barat
Pendidikan	SD Kroya II, Kroya, Indramayu 1990 – 1996
	MTS NU PUTRA I, Buntet Pesantren Cirebon 1996 – 1999
	MANU PUTRA Buntet Pesantren Cirebon 1999 - 2002
	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2002-2009
Organisasi	Ketua Umum INSAN BPC (Ikatan Silatturahim Alumni Buntet Pesantren Cirebon) Yogyakarta
	Anggota KAPMI (Keluarga Pelajar Dan Mahasiswa Indramayu) Yogyakarta

Demikian Curriculum Vitae ini saya buat dengan sebenar-benarnya, terima kasih.

INTERVIEW GUIDE

A. Pertanyaan Untuk Divisi Program Siaran

1. Bagaimana profil acara Hallo Prima?
2. Apa kelebihan acara Hallo Prima?
3. Apa manfaat dari acara Hallo Prima terhadap masyarakat?
4. Kapan acara Hallo Prima tayang?
5. Apa visi dan misi acara Hallo prima?
6. Bagaimana penyajian acara Hallo Prima?

B. Pertanyaan Untuk Tim Produksi Acara

1. Bagaimana upaya yang dilakukan dalam memperoleh target pendengar?
2. Klasifikasi pendengar acara Hallo Prima?
3. Apakah acara Hallo Prima sudah memenuhi target pendengar?
4. Apa bahan siaran dan Informasi yang digunakan acara Hallo Prima?
5. Bagaimana interaktif pendengar terhadap acara Hallo Prima?
6. Kendala siaran acara Hallo Prima?

Bentuk dan Kemasan Acara “Halo Prima”

Tahap	Materi	Durasi
Opening	Jinggel (Indahnya kebersamaan di 95,8 Prima FM, hai saatnya kamu ikuti Halo Prima, Prima banget) Perkenalan acara Halo Prima.	1 Menit
Selingan	Pemutaran Lagu	5 Menit
Kupasan	Interaktif Telepon Bersama Pendengar	8 Menit
Selingan	Pemutaran Lagu	4 Menit
	Tebak-tebakan Humor	2 menit
	Iklan	4 Menit
	Tebak-tebakan Humor	2 Menit
	Jinggel	1 Menit
Kupasan	Interaktif Telepon Bersama Pendengar	6 Menit
Selingan	Pemutaran Lagu	4 Menit
	Tebak-tebakan Humor	2 menit
	Iklan	4 Menit
	Tebak-tebakan Humor	2 Menit
	Jinggel	1 Menit
	Adzan Shalat Ashar	5 Menit
	Hadist	1 Menit

Selingan	Jinggel	1 Menit
	Pemutaran Lagu	4 Menit
	Jinggel	1 Menit
	Sekilas Informasi (tips menghindari gempa)	2 Menit
	Iklan	5 Menit
	Jinggel	1 Menit
Kupasan	Interaktif Telepon Bersama Pendengar	4 Menit
Selingan	Pemutaran Lagu	4 Menit
	Tebak- tebakan Humor	2 Menit
	Iklan	5 Menit
	Tebak-tebakan Humor	2 Menit
	Jinggel	1 Menit
Kupasan	Interaktif Telepon Bersama Pendengar	2 Menit
Selingan	Pemutaran Lagu	4 Menit
Kupasan	Interaktif Telepon Bersama Pendengar	4 Menit
Selingan	Pemutaran Lagu	4 Menit
	Tebak-tebakan Humor	2 Menit
	Iklan	6 Menit
	Tebak-tebakan Humor	2 Menit

Selingan	Jinggel	1 Menit
	Pemutaran Lagu	4 Menit
	Jinggel	1 Menit
Closing	Penyiar menutup acara dibarengi dengan pemutaran lagu	6 Menit
Total		120 Menit



**PEMERINTAH PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT
(BADAN KESBANGLINMAS)**

Jl Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta - 55233
Telepon (0274) 551136, 551137, Fax (0274) 519441

Yogyakarta, 12 Agustus 2009

Nomor : 074/295/Kesbang/2009
Perihal : **Rekomendasi Penelitian**

Kepada
Yth : Gubernur Jawa Barat
Up. Kepala Badan Kesbangpol dan Linmas
Provinsi Jawa Barat
Di
BANDUNG

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Nomor : UIN/2/PD.1/TL.01./1079/2009
Tanggal : 10 Agustus 2009
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat pemberitahuan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan penelitian dengan judul :

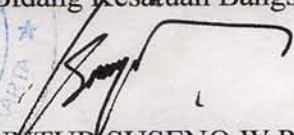
" Upaya Radio Prima FM Haurgeulis dalam Memperoleh Target Pendengar Melalui Acara Hallo Prima " kepada :

Nama : Suwendi Jatniko
NIM : 032211201
Fakultas : Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Lokasi Penelitian : Kec. Haurgeulis, Indramayu, Jawa Barat
Waktu : 12 Agustus s/d 12 November 2009

Yang bersangkutan berkewajiban menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah penelitian.

Demikian untuk menjadikan maklum.

A.n. KEPALA
BADAN KESBANGLINMAS PROVINSI DIY
Kepala Bidang Kesatuan Bangsa


Drs. GUNTUR SUSENO W.P.
NIP.19541024 198303 1 004

Tembusan Kepada Yth:

1. Gubernur DIY (sebagai laporan),
2. Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
3. Yang bersangkutan.



**PEMERINTAH PROPINSI JAWA BARAT
BADAN KESATUAN BANGSA, POLITIK
DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT DAERAH**

**Jalan Supratman No. 44 Telp. 720674 – 7106286
BANDUNG**

Kode Pos 40121

SURAT KETERANGAN

Nomor : 070/ 1991/HAL

1. Yang bertanda tangan di bawah ini :

Kepala Badan Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat Daerah Provinsi Jawa Barat.

Berdasarkan surat dari : Kepala Bidang Kesatuan Bangsa Badan Kesbang dan Linmas
Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta nomor:
074/295/Kesbang/2009 Tanggal. 12 Agustus 2009.

Menerangkan Bahwa Nama :

- a. N a m a : SUWENDI JATNIKO
- b. Tempat/tgl lahir : Indramayu, 1 Maret 1984
- c. Agama : Islam
- d. Pekerjaan : Mahasiswa
- e. Alamat : Desa Kroya Blok Rancakitiran Indramayu.

Bermaksud : Mengadakan Penelitian dengan Judul " Upaya Radio Prima FM
Haurgeulis dalam memperoleh Target Pendengar Melalui Acara Hallo
Prima" di Kabupaten Indramayu.

- 2. Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan/
fasilitas yang diperlukan.
- 3. Demikian Surat Keterangan ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, dan berlaku sampai
dengan tanggal 12 November 2009

Bandung, 21 Oktober 2009

a.n. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA, POLITIK
DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT DAERAH

PROVINSI JAWA BARAT
Kepala Bidang Hubungan Antar Lembaga,



EDWARD EDISON GULTOM, SH.
Pembina Tk.I

NIP. 19580712 198503 1 006