

STRATEGI PENYIARAN RADIO KOMUNITAS

DALAM MEMPEROLEH PENDENGAR

(Studi Pada Radio Komunitas Srimartani FM Kelurahan Srimartani
Kecamatan Piyungan)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Strata Satu Komunikasi Islam

Disusun oleh :

Anwarudin
NIM. 04210073

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2010



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 mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Anwarudin
NIM : 04210073
Judul Skripsi : STRATEGI PENYIARAN RADIO KOMUNITAS
DALAM MEMPEROLEH PENDENGAR (Studi Pada
Radio Komunitas Srimartani FM Kelurahan Srimartani
Kecamatan Piyungan)

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

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 10 Agustus 2010

Pembimbing

Khoiro Ummatin, M.Si.

NIP. 19710328 199703 2 001



KEMENTERIAN 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/ 1548/2010

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**STRATEGI PENYIARAN RADIO KOMUNITAS
DALAM MEMPEROLEH PENDENGAR
(Studi Pada Radio Komunitas Srimartani FM Kel. Srimartani Kec. Piyungan)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Anwarudin
Nomor Induk Mahasiswa : 04210073
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 05 Oktober 2010

Nilai Munaqasyah : **B+ (delapan puluh satu koma enam)**

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga.

TIM MUNAQASYAH

Pembimbing

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

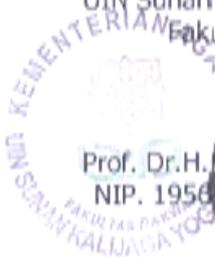
Penguji I

Dr. H. Akhmad Rifai, M.Phil.
NIP. 19600905 198603 1 006

Penguji II

Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.
NIP. 19661226 199203 2 002

Yogyakarta, 26 Oktober 2010
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Dakwah
Dekan



Prof. Dr.H. Bahri Ghazali, MA
NIP. 19560323 198503 1 002

HALAMAN MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya : “Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (Q.S. Ar-Rad : 11)¹

¹ DEPAG RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung:CV Diponegoro,2000, hal. 370.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Ibukku dan Ayahku

Yang telah memberikan kasih sayang serta do'a, motivasi dan kepercayaan yang akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Almamater Tercinta

“Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَمَرَنَا بِالْإِعْتِصَامِ بِحَبْلِ اللَّهِ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ لَا نَبِيَّ بَعْدَهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ تَبِعَ هُدَاهُ. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Hidayah dan Inayah-Nya. Sholawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat 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 spiritual, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak. Prof. Dr. H.M Bahri Ghazali, M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Hj. Evi Septiani, Tavip Hayati, M.Si. selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Khoiro Ummatin, M.Si, selaku pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk membimbing sehingga penulis dapat menulis skripsi ini.

4. Ibu Dra. Hj. Anisah Indriati, M. Si, selaku penasehat akademik yang telah membimbing selama perkuliahan.
5. Bapak Amat Yani selaku Ketua Badan Penyelenggara Penyiaran Komunitas (BPPK) yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan informasi terhadap apa yang telah penulis butuhkan.
6. Bapak Suyetno selaku koordinator Radio komunitas Srimartani FM beserta staff Radio Srimartani FM yang telah memberikan informasi terhadap apa yang telah penulis butuhkan.
7. Dosen-dosen Fakultas Dakwah yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabatku Arif, Ahmad, Sholeh, Ivan, Burhan, Alfian, dan teman-teman KPI angkatan 2004, kalian selalu yang terbaik.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada beberapa kekurangan. Oleh karena itu penulis harapkan kritikan dan masukan yang bersifat membangun demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dan semoga segala kebaikan, jasa, serta bantuan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Yogyakarta, 09 Juli 2010

Penulis

Anwarudin

ABSTRAKSI

Peningkatan kesadaran masyarakat dalam berpartisipasi di bidang pembangunan semakin nampak. Hal ini dibuktikan dan diwujudkan dalam berekspresi dalam bidang komunikasi dan informasi dengan didirikannya radio komunitas. Pemerintah memberikan peluang kepada seluruh warga Negara untuk ikut berperan didalam kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan dikeluarkannya UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, muncul pengakuan dari Pemerintah bahwa radio komunitas memiliki arti penting guna penguatan di bidang informasi dan komunikasi. Pada umumnya radio komunitas dikelola oleh warga setempat, dari pengisi siaran hingga narasumbernya. Dengan demikian isi siarannya tidak jauh dari cerminan maupun ciri khas yang ada pada komunitas tersebut. Radio komunitas melayani kebutuhan informasi warga komunitas. Radio komunitas bersifat independent dan tidak komersil, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Karena memiliki sifat-sifat tersebut, maka dari itu radio komunitas diharapkan mampu untuk dapat bersaing dengan radio komersil agar tidak ditinggalkan oleh pendengarnya.

Adapun yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi yang dilakukan oleh manajemen radio komunitas Srimartani FM dalam melakukan siaran yang mencakup keseluruhan penjadwalan, pelaksanaan sampai tahap evaluasi program siaran guna mencapai tujuan yaitu memperoleh pendengar. Teori strategi penyiaran yang digunakan dalam skripsi ini adalah teori dari Susan Tyler Eastman yaitu Strategi Kesesuaian (*Compatibility*), Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habit Formation*), Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control Of Audiens Flow*), Strategi Penyimpanan Sumber-Sumber Program (*Conservation Of Program Resources*), Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*).

Manajemen radio komunitas Srimartani FM dalam merencanakan program menerapkan teori tersebut dalam melakukan penyiaran. Mulai dari perencanaan penjadwalan program, pelaksanaan siaran hingga tahap evaluasi supaya acara didengar dan diminati.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar belakang.....	4
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian	11
F. Kajian Pustaka.....	12
G. Kerangka Teori	14
H. Metode Penelitian	37
I. Sistematika Pembahasan	41

BAB II GAMBARAN UMUM RADIO KOMUNITAS SRIMARTANI FM

A. Sejarah Berdirinya Radio Komunitas Srimartani FM.....	42
B. Visi dan Misi Radio Komunitas Srimartani FM	47
C. Profil Radio Komunitas Srimartani FM.....	47
D. Target Pendengar Radio Komunitas Srimartani FM.....	49
E. Program-program Radio Komunitas Srimartani FM	50
F. Tugas Organisasi Radio Komunitas Srimartani FM.....	52

BAB III STRATEGI PENYIARAN DI RADIO KOMUNITAS SRIMARTANI FM DALAM MEMPEROLEH PENDENGAR

A. Strategi Kesesuaian (<i>Compatibility</i>)	53
B. Strategi Pembentukan Kebiasaan (<i>Habit Formation</i>).....	59
C. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (<i>Control Of Audience Flow</i>) ...	61
D. Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program (<i>Conservation Of Program Resources</i>)	65
E. Strategi Daya Penarik Massa (<i>Mass Appeal</i>)	72

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	78
C. Kata Penutup.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Agar memperoleh pengertian yang jelas tentang judul skripsi ini yaitu Strategi Penyiaran Radio Komunitas Dalam Memperoleh Pendengar (Studi Pada Radio Komunitas Srimartani FM Kelurahan Srimartani Kecamatan Piyungan). Untuk menghindari kemungkinan kesalahan pemahaman istilah-istilah tersebut, maka judul di atas perlu diberikan penegasan dan penjelasan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan penulis, yaitu sebagai berikut :

1. *Strategi Penyiaran*

Strategi adalah keseluruhan tindakan-tindakan yang ditempuh oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasaran-sasarannya.¹ Menurut Arifin strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang apa yang dilaksanakan guna mencapai tujuan.² Sedangkan penyiaran berasal dari kata “siar”, yang berarti menyebarkan kemana-mana, memberitahukan kepada umum, mengumumkan atau menyebarluaskan informasi melalui pemancar. Penyiaran mengandung arti perbuatan menyiarkan.³

¹ Winardi, *Strategi Pemasaran (Marketing Strategi)*, cet Ke-1 (Bandung: Mandar Maju, 1989), hlm.46.

² Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: Arnico, 1984), hlm.59.

³ Poerdarminto, *Kamus Umum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1983), hlm.37.

Yang dimaksud strategi penyiaran dalam skripsi ini adalah sebuah tindakan untuk mencapai tujuan dalam penyiaran di radio komunitas Srimartani FM, yaitu bagaimana memberikan informasi kepada khalayak umum (pendengar) secara tepat, efektif, dan efisien melalui pemancar.

2. *Radio Komunitas*

Radio komunitas adalah lembaga layanan nirlaba yang dimiliki dan dikelola oleh komunitas tertentu, umumnya melalui yayasan atau asosiasi. Tujuannya adalah untuk melayani dan memberikan manfaat kepada komunitas dimana lembaga penyiaran tersebut berada.⁴ Radio Komunitas adalah stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas.⁵ Radio Komunitas juga sering disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan atau radio alternatif, menurut Effendi Gazali, radio komunitas adalah lembaga penyiaran yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh anggota komunitasnya melalui sebuah lembaga supervise yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut, dimaksudkan untuk melayani komunitas tertentu saja dan (karenanya) memiliki daerah jangkauan yang terbatas.⁶

⁴ Colin Fraser dan Sonia Estrepo Estrada, *Buku Panduan Radio Komunitas*, (Jakarta: UNESCO Jakarta Office, 2001), hlm.3.

⁵ [http://id.wikipedia.org/wiki/radio Komunitas](http://id.wikipedia.org/wiki/radio_Komunitas), 10 April 2007.

⁶ Effendi Gazali, *Penyiaran alternatif tapi mutlak; sebuah acuan tentang penyiaran publik dan komunitas*, (Jakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP, UI, 2002), hlm.72.

Yang dimaksud Radio Komunitas dalam skripsi ini yaitu radio komunitas Srimartani FM, yang didirikan oleh Karang Taruna Desa Srimartani bekerja sama dengan Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Yogyakarta. Lokasi studio berada di kompleks kantor Kelurahan Srimartani Jl. Piyungan-Prambanan KM 1, Bantul, Yogyakarta 55792, Frekuensi 105 Mhz.

3. *Pendengar*

Pendengar atau khalayak adalah orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu tempat maupun dalam keadaan terpencar-pencar, tetapi sama-sama terpicat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa.⁷

Pendengar yang dimaksud disini adalah warga Srimartani yang menjadi komunitas dari radio Srimartani FM, baik pendengar sejati yakni yang selalu mengikuti perkembangan setiap program siaran maupun pendengar yang hanya membutuhkan informasinya saja.

Jadi secara keseluruhan Judul “ Strategi Radio Komunitas dalam Memperoleh Pendengar (Studi Pada Radio Komunitas Srimartani FM Kelurahan Srimartani Kecamatan Piyungan)”, adalah peneliti mencoba mendeskripsikan tentang bagaimana strategi penyiaran yang dilakukan oleh manajemen Radio Komunitas Srimartani FM dalam melakukan siaran dengan

⁷ Onong Uchjana Effendy, *Kamus komunikasi*, Cet Ke-1 (Bandung : Mandar Maju, 1989), hlm.21.

menggunakan Strategi kesesuaian, strategi pembentukan kebiasaan, strategi pengontrolan arus pendengar, strategi penyimpanan sumber-sumber program, strategi daya penarik masa guna untuk mencapai tujuan yaitu memperoleh pendengar.

B. Latar Belakang

Sejalan dengan semakin maraknya dunia informasi, banyak bermunculan media massa baik cetak maupun elektronik. Hal ini terjadi mengingat semakin besarnya kebutuhan masyarakat akan informasi yang akan menambah wawasan mereka dalam menghadapi laju perkembangan zaman. Salah satu media komunikasi massa yang dapat mendukung proses penyiaran adalah media elektronika yaitu radio. Radio sebagai media elektronika yang bersifat auditif dapat dinikmati oleh masyarakat, dimana media ini berperan dalam perkembangan komunikasi dan informasi. Media radio dalam penggunaannya sangat efektif dan efisien, karena penyebaran informasi komunikasi dapat tersebar luas dengan cepat keberbagai kalangan masyarakat. Kelebihan media radio dibandingkan media lain adalah jarak jangkauannya yang sangat luas dan murah meriah.⁸ Sebuah hal yang tidak mampu dilakukan oleh media massa lain seperti surat kabar atau televisi. Sehingga menjadikan media ini lebih menarik untuk didengarkan. Dengan kata lain, saat ini radio bisa

⁸ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm.107.

dikatakan sebagai media yang menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi maupun hiburan.

Radio komunitas merupakan salah satu bagian media penyiaran yang memiliki strategi untuk menyajikan apa yang tidak bisa ditawarkan oleh radio stasiun lainnya, meminjam bahasa Louie Tabing, *muatan lokal dengan rasa lokal*.⁹ Lebih lanjut, Tabing memaparkan bahwa radio komunitas mampu memberikan akses informasi kepada masyarakat sebagaimana juga memberikan akses bagi pengetahuan tentang bagaimana cara berkomunikasi. Inilah yang membuat radio komunitas menarik untuk dicermati. Dengan radio semacam ini, informasi terkini dan terpercaya dan memang relevan untuk disebarluaskan dan dipertukarkan bisa dilakukan secara kontinyu. Masalah penting yang terjadi di suatu daerah dapat disiarkan lebih cepat. Masyarakat pendengar diberikan kesempatan untuk mengekspresikan diri mereka sendiri, baik dari sisi sosial, politik, budaya, dan sebagainya. Dalam konteks ini, radio komunitas membantu menempatkan masyarakat untuk secara proaktif dan cerdas bertanggung jawab dalam memecahkan masalah yang mereka hadapi secara mandiri.¹⁰

Kemunculan dan pengakuan terhadap radio komunitas oleh banyak kalangan akademisi maupun praktisi, dianggap seolah-olah menjadi counter

⁹ Colin Fraser dan Sonia Estrepo Estrada, *op.cit*, hlm.5. Lihat juga tulisan Louie Tabing, *Siaran Radio di kampung : Panduan Produksi Siaran Radio Komunitas*, LSPP-UNESCO-Kedutaan Besar Denmark, Jakarta, 2000.

¹⁰ Hinca Pandjaitan, dkk, *Radio Pagar Hidup Otonomi Daerah*, Internews, Jakarta, 1996, hlm.49-50.

terhadap gelombang kapitalisme di semua ruang publik.¹¹ Radio komunitas dianggap dapat membantu proses integrasi bangsa, meredam konflik, dan efektif sebagai media pendukung proses demokratisasi komunitas sebagai media arus balik melawan derasnya gelombang informasi dan kebudayaan yang serba global, serba nasional dan serba elit.¹²

Dengan dikeluarkannya Undang-undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran, muncul pengakuan dari pemerintah bahwa radio komunitas memiliki arti penting guna penguatan dibidang informasi dan komunikasi. Untuk menjamin pelaksanaan tugas pelayanan dibidang informasi dan komunikasi, sekarang ini pemerintah tidak hanya berperan selaku regulator yaitu tugas pengaturan (*regular function*), tetapi juga selaku fasilitator sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.¹³ Radio komunitas merupakan bagian dari implementasi sistem pertahanan dan keamanan rakyat semesta (HANKAMRATA) dan peningkatan proses partisipasi dalam pembangunan yang lebih adil, hak berprestasi dan berorganisasi, proses mencerdaskan, penegakan etika dan moral, pemerataan akses, peluang informasi serta membangun kemandirian dan keswadayaan.¹⁴ Radio komunitas merupakan bentuk partisipasi langsung masyarakat dalam memperebutkan basis

¹¹ Nasrullah Nara, “*Wong Cilik*” Yogya Punya Radio, (Jakarta: Kompas, 27 Mei 2002)

¹² Alif Ichwan, *Radio Komunitas Dibayang-bayangi Sweeping*, (Jakarta : Kompas, 27 Mei 2002)

¹³ Suwanto, *Tanggapan Masyarakat Terhadap Radio Komunitas “Angkringan” (studi di Desa Timbul Harjo Kec. Sewon Kab. Bantul)*, Jurnal Penelitian IPTEK-KOM, edisi 12 th 2004, ISSN 1410-3346, hlm. 105.

¹⁴ Lihat, *JRKI Tuntut Rakom Masuk RUU Penyiaran*,(Jakarta : Suara Pembaruan, 14 Mei 2002).

informasi, serta melatih masyarakat berdemokrasi mulai dari tingkat lokal.¹⁵ Radio komunitas juga hadir sebagai alternatif penyiaran yang lebih populis dan jauh dari pretensi manipulasi kepentingan sepihak pengelola.

Untuk dapat menarik simpati dan keterlibatan komunitasnya guna melancarkan pesan yang disampaikan kepada pendengar, para personil yang berkecimpung di radio komunitas diperlukan modal pengetahuan dan pengalaman yang memadai tentang penyiaran. Sehingga segala sesuatu yang telah direncanakan dapat dicapai dengan baik. Jadi seluruh personil yang menggeluti dunia siaran ini harus memiliki pengetahuan yang memadai sehubungan dengan tugas mereka.

Pengetahuan dan pengalaman tersebut merupakan modal yang utama dalam menentukan operasional yang akan ditempuh guna memikat khalayak pendengar. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar tersebut diperlukan "*Programming*" atau penataan acara.¹⁶ Dan penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalannya sehingga terbentuk *station* format dengan tujuan menciptakan image stasiun penyiaran radio. Strategi *programming* ini harus selalu diperhitungkan secara matang, seiring dengan semakin maraknya persaingan antar radio dalam merebut perhatian pendengar.

¹⁵ Indah Surya W dan A. Dwi Nugroho, *Dibalik Cerita Radio Komunitas*, (Jakarta : Kompas, 22 Juni 2002).

¹⁶ Harley Prayuda, *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana Dan Praktek Penyiaran*, cet Ke-2 (Malang: Banyumedia, 2005), hlm.43.

Adapun yang dimaksud dengan strategi dalam proses penyiaran radio adalah perencanaan dan pengarahan operasi skala besar, dalam hal ini mencakup keseluruhan penjadwalan stasiun penyiaran dan jadwal penyiaran.¹⁷ Kata kunci dalam strategi diatas adalah “perencanaan”. Oleh karena itu, Wahyudi menyatakan bahwa setiap mata acara yang dipilih, diproduksi, dan disiarkan harus melalui perencanaan yang sempurna. Sehingga dapat dikatakan “*Radio is planning*”.¹⁸ Melalui perencanaan itu, segala sesuatu yang dilakukan dalam dunia penyiaran dapat dilakukan secara terprogram sehingga didapatkan hasil yang semaksimal mungkin.

Dipilihnya Radio Komunitas Srimartani FM, karena radio ini sudah dikenal oleh berbagai pihak, dan dinilai sebagai salah satu radio yang masih bisa bertahan hingga saat ini, dikarenakan manajemennya yang bagus, walaupun tidak ada bayaran sepersenpun bagi penyiarnya maupun bagi pengelolanya. Hanya dibutuhkan keikhlasan dan kesolidan dari komunitas tersebut, juga alokasi dana didapatkan dari donatur-donatur setempat, sumbangan dan dari iuran warga, sehingga radio komunitas Srimartani FM sampai sekarang masih tetap eksis. Pendirian radio Srimartani FM bermula karena adanya sebuah permasalahan-permasalahan dari warga Srimartani yang disebabkan karena kurangnya komunikasi antara pihak Pemerintah desa

¹⁷ Susan Tyler Eastman, *Broadcast/Cable Programing : Strategies and Practices*, (California Wadswort Publishing Compani, 1985), hlm.4.

¹⁸ Wahyudi.J.B, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, Cet Ke-1 (Jakarta:Pustaka Utama, 1994), hlm.1.

dengan warga Srimartani. Dengan adanya masalah tersebut munculah ide kreatif dari Pengurus Karang Taruna Desa untuk mengadakan rembug warga se-Srimartani sehingga menghasiklkan gagasan untuk mendirikan sebuah radio komunitas yang berfungsi untuk media komunikasi dan informasi.

Dalam mendirikan radio komunitas Srimartani FM ini, Karang Taruna Desa menjalin kerjasama dengan pihak PKBI Yogyakarta. Dalam bentuk kerjasamanya, dari pihak PKBI memberikan fasilitas berupa alat siaran, yaitu komputer, mixer, dan transmitter. Mengenai kelengkapan yang lain seperti meja, kursi, sapu dan lain-lain itu didapat dari swadaya warga Srimartani. Pada mulanya Radio komunitas Srimartani FM hanya berperan sebagai media sosialisasi pertemuan di tingkat Kelurahan saat itu.

Radio Srimartani FM ini secara berkala juga menghadirkan program acara dialog interaktif dengan RT, RW, maupun lembaga tingkat Kelurahan dan warga sekitar. Hingga saat ini Radio Komunitas Srimartani FM dikelola oleh Karang Taruna Desa Srimartani sebagai representasi dari warga Srimartani yang turut mewujudkan masyarakat yang berdaya, cerdas, dan mengerti akan kebutuhan informasi dari radio.

Radio Komunitas Srimartani FM yang segmentasinya dewasa dan orang tua, mempunyai format siaran hiburan / musik, pendidikan, berita dan pengumuman. Kesemuanya berprinsip pada penyaluran gagasan dan informasi yang terkait dengan kepentingan warga se-Kelurahan Srimartani. Tentu saja dalam program-program di Radio Komunitas Srimartani FM

ditentukan berdasarkan kebutuhan warga, sehingga perencanaan siaran yang dilakukan oleh Radio Srimartani FM merupakan hal yang sangat menarik untuk diteliti. Akan diamati apa saja yang dilakukan dalam membuat program siaran di Radio Komunitas Srimartani FM, dari pemilihan content, penyiar sampai waktu siaran. Apakah visi dan misi stasiun radio, dan apakah program sudah dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan warga Srimartani.¹⁹

Radio Komunitas Srimartani FM berfungsi sebagai media komunikasi dan informasi, juga berfungsi mempererat hubungan antar warga se-Kelurahan Srimartani melalui radio. Radio Komunitas Srimartani FM juga memberikan pengetahuan dan informasi sekaligus hiburan bagi warga, dengan program-program yang berbasis lokal dan kedaerahan. Hal inilah yang menurut penulis dipandang penting untuk diteliti.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis menyusun rumusan masalah yaitu bagaimana strategi penyiaran yang dilakukan oleh radio komunitas Srimartani FM dalam memperoleh pendengar?

¹⁹ Dokumen Radio Srimartani FM, dikutip tanggal 12 Februari 2010

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi penyiaran yang dilakukan oleh manajemen radio komunitas Srimartani FM dalam memperoleh pendengar.

E. Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk pengembangan penelitian di bidang media komunikasi khususnya pada media Radio.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada mahasiswa fakultas dakwah khususnya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam di bidang media massa radio.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah Kabupaten Bantul dalam pengembangan informasi berbasis masyarakat di radio khususnya radio komunitas.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan studi pustaka yang penulis lakukan, penulis menemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai strategi radio atau sejenisnya.

Diantaranya :

Pertama, Skripsi Kusnardijanto Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta 2006 dengan judul program siaran radio dalam meraih pangsa pendengar (Studi Rakosa FM). Didalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitiannya menggunakan strategi penerapan arah keseluruhan bisnis dengan menggunakan teori strategi tripomo dalam bukunya manajemen strategi dalam upaya yang dilakukan meraih pangsa pendengar. Serta program acara siaran yang berformat blok dalam menghadapi persaingan agar radio tetap eksis meraih pangsa pendengar.²⁰

Kedua, Skripsi Aryo Subarkah Eddyono, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta 2005 dengan judul Makna Dibalik Eksistensi Radio Komunitas (studi kasus pada radio panagati). Penelitian ini bersifat deskriptif-eksploratif dengan menggunakan teori konflik.²¹ Penelitian ini mengidentifikasi kelompok-kelompok kepentingan yang berperan dibalik eksistensi radio komunitas Panagati, yaitu : PINTER, CRI, ELSESES, dan JRKY. Serta analisa relasi radio panagati terhadap jaringan tersebut yang berpengaruh terhadap kelahiran radio panagati.

Ketiga, Skripsi Arifah Fatmawati Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2008 dengan

²⁰ Kusnardijanto, *Program Siaran Radio Dalam Meraih Pangsa Pendengar (Studi Rakosa FM)*, Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional, Yogyakarta, 2006.

²¹ Aryo Subarkah Eddyono, *Makna Dibalik Eksistensi Radio Komunitas (studi kasus pada radio panagati)*, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2005.

judul Strategi Penyiaran PT. Radio GCD FM dalam menghadapi persaingan di Yogyakarta. Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.²² Penelitian ini lebih memfokuskan tentang strategi penyiaran yang dilakukan oleh PT. Radio GCD FM dalam menghadapi persaingan, yaitu dengan menggunakan strategi penyiaran dari Susan Tyler Eastman.

Oleh karena itu, penelitian ini bukan merupakan suatu pengulangan semata dari penelitian sebelumnya khususnya pada media radio, penelitian ini dilakukan untuk menambah dan memperkaya pengetahuan khususnya pada bidang ilmu komunikasi sebagai salah satu disiplin ilmu yang dapat digunakan dalam strategi penyiaran di radio, serta penulis hanya merujuk pada strategi penyiarannya yang memang itu sangat membantu penulis dalam karya penelitian ini.

G. Kerangka Teori

1. Strategi Penyiaran Radio

Strategi adalah bentuk perencanaan dan pelaksanaan dari penyelenggaraan siaran secara holistik, yang didalamnya tercakup makna penjadwalan dan penyiaran acara dari suatu stasiun siaran.²³ Menurut

²² Arifah Fatmawati, *Strategi Penyiaran PT. Radio GCD FM Dalam Menghadapi Persaingan Di Yogyakarta*, Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008.

²³ Budi Sayoga, *op cit*, hlm.29.

Onong Uchyana Effendi strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.²⁴ Sedangkan pengertian strategi menurut Stephanie K. Marrus yang dikutip Sukristono dalam bukunya Husein Umar menyatakan bahwa, “Strategi di definisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai”.²⁵

Proses siaran radio merupakan proses yang panjang dan rumit, tetapi harus berjalan diatas pola pikir dan tindakan yang capat dan dinamis, praktis, tepat dan berkualitas. Untuk itu perlu dipadukan antara manajemen dan penyiaran sesuai dengan landasan tujuan yang hendak dicapai. Dari kajian literatur kepenyiaran, *Chese, Garrison* dan *Wills* dalam bukunya “*Television and Radio*” menyatakan bahwa penyiaran sebagai pancaran melalui ruang angkasa oleh sumber frekuensi dengan sinyal yang mampu diterima di telinga atau didengar dan dilihat oleh publik.²⁶ Sedangkan penyiaran menurut Wahyudi yaitu semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi baik di darat atau di antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau jenis gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarluaskan dan diterima

²⁴ Onong Uchyana Effendi, *Kamus komunikasi*, (Bandung: Alumni 1978), hlm.22.

²⁵ Husein Umar, *op.cit* hlm.31.

²⁶ Harley Prayuda, *Radio suatu pengantar untuk wacana dan praktik penyiaran*, *op.cit*, hlm.2.

oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi dengan atau tanpa alat bantu.²⁷

Secara umum penyiaran merupakan suatu kegiatan untuk mengkomunikasikan suatu informasi kepada khalayak umum atau ditujukan kepada pendengar secara perorangan, agar komunikasi tersebut akan sempurna apabila si pendengar mendengar, mengerti, merasa tertarik, lalu melakukan apa yang ia dengar, melalui media elektronik.

Adapun tahap-tahap dasar penyiaran radio model AIDA antara lain :

1. Perhatian: **A** (*attention*), anda meyakinkan pendengar dengan benar pada awal bahwa anda memiliki sesuatu yang berguna atau menarik untuk dikatakan. Pendengar ingin mengetahui, “Apa isi pesan untuk saya?”
2. Ketertarikan: **I** (*interest*), anda menjelaskan bagaimana pesan berhubungan dengan pendengar.
3. Meningkatkan atau mempromosikan hasrat atau keinginan: **D** (*Desire*)
4. Tindakan: **A** (*action*), anda menyarankan tindakan yang anda ingin pendengar mengambilnya.²⁸

Untuk itu perlu dipadukan antara manajemen dan penyiaran sesuai dengan landasan tujuan yang hendak dicapai. Penerapan manajemen

²⁷ J.B. Wahyudi, *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, (Jakarta: Pustaka Utama Graviti, 1996), hlm.50.

²⁸ Harley Prayudha, *Radio Penyiar It's Not Just A Talk*, (Jakarta: Banyumedia Publishing, 2006), hlm. 8-9.

ada persamaan unsur dalam proses transformasi yang merupakan proses perencanaan, produksi dan menyiarkan siaran.²⁹ Menurut Susan Tyler Eastman dalam bukunya *Broadcast/Cable Programming: Strategies and Practices*, strategi radio dalam melakukan penyiaran untuk memperoleh pendengar meliputi :³⁰

1. Strategi Kesesuaian (*Compatibility*)

Strategi kesesuaian adalah kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Personil-personil stasiun pendengar harus mengetahui komunitas yang dituju, sesuai dengan jadwal program yang mereka rancang. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan siapa pendengar dalam setiap bagian waktu, dan apa yang kemungkinan besar sedang dikerjakan oleh pendengar yang ada pada saat itu. Secara teori penjadwalan adalah kunci sukses aktivitas siaran, meskipun sebuah program telah dipilih dan dikemas dengan sebaik mungkin namun jika waktu siarnya tidak sesuai dengan kondisi audiens yang di target, maka produksi program itu sia-sia. Sebuah program harus disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari audiensnya. Stasiun radio harus mengetahui rutinitas audiens seperti kapan mereka istirahat, nonton TV sampai waktu mereka tidur. Ini diperlukan sebagai acuan untuk

²⁹ J.B. Wahyudi, *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, *op.cit.* hlm. 43.

³⁰ Susan Tyler Eastman, *Broadcast/Cable Programming: Strategies and Practices*, *op.cit.*, hlm.10.

menjalankan program. Salah satu cara untuk mengetahui hal-hal tersebut adalah dengan melakukan riset audiens.

2. Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habit Formation*)

Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Pendengar akan memperhatikan seluruh bagian yang luar biasa pada serial favoritnya, untuk menghindari ketinggalan pada episode berikutnya. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin selalu sama waktunya pada jangka waktu tertentu. Strategi yang dilakukan untuk membangun kebiasaan ini adalah dengan pembuatan *adlips* dan pembuatan *rundown*. Dengan adanya *adlips* akan menjadikan pendengar selalu ingat dengan program-program yang ada, dan *rundown* adalah salah satu acuan bagi penyiar untuk menyiarkan secara tepat sekuen-sekuen pada sebuah program dengan tujuan pendengar akan terbiasa dengan alur penyajian program yang disiarkan.

Pembuatan *adlips* atau iklan baca dan spot iklan dimaksudkan untuk mempromosikan program. Dapat dilakukan sebelum program berlangsung, untuk membangun kesadaran dan minat pendengar akan adanya sebuah program yang menarik dan harus di dengarkan. Dapat pula dilakukan selama program berlangsung untuk menjaga agar

pendengar tidak lupa dan tetap mendengarkan program tersebut setiap hari.

Rundown sendiri adalah petunjuk teknis pelaksanaan program, dimana suatu program acara akan dibagi kedalam menit-menit dengan sekuen-sekuen yang ditetapkan. *Rundown* dibuat untuk membangun kebiasaan pendengar, karena dengan pelaksanaan program yang tidak pernah dirubah.

3. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control Of AudienceFlow*)

Keefektifan media penyiaran radio tergantung pada seberapa banyak pendengar yang menikmati dan mendengarkan program-program radio. Tidak ada sistem penyiaran radio yang dapat bertahan tanpa pendengar. Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan jumlah pendengar yang mengalir dari program yang satu ke program acara berikutnya, dan untuk meminimalkan jumlah pendengar yang mengalir ke saluran lawan. Hal ini dapat dilakukan dengan metode menyajikan program yang berbeda dengan radio siaran lain (*contering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*). Strategi mengontrol aliran pendengar ini dilakukan dengan menetapkan standar mutu, melakukan pengawasan dan melakukan evaluasi.

Ukuran standar mutu pada suatu radio mempunyai klasifikasi yang rumit, tetapi bukan berarti tidak ada patokan. Standar mutu

dibuat sebagai acuan agar tim produksi berusaha semaksimal mungkin mencapai standar mutu yang telah ditetapkan, dengan harapan salah satunya adalah memaksimalkan jumlah pendengar. Standar mutu juga dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai apakah suatu program sesuai dengan apa yang telah direncanakan atau tidak. Evaluasi sendiri untuk mengetahui apakah program yang disiarkan sesuai dengan perencanaan atau tidak, serta untuk mengetahui kesalahan-kesalahan yang dilakukan sewaktu program berlangsung. Evaluasi juga dapat digunakan sebagai acuan untuk melaksanakan berbagai macam perbaikan demi kemajuan program.

4. Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program (*Conservation Of Program Resources*)

Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program-program tersebut bisa dipakai lagi suatu saat, tetapi tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda. 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. Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*)

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

Dalam penyiaran terdapat seseorang yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi atau memanfaatkan ketrampilannya dalam merencanakan, memproduksi dan menyiarkan siaran untuk mencapai tujuan bersama. Agar suatu organisasi penyiaran berhasil dalam pencapaian tujuannya dibutuhkan unsur penunjang yang berupa ide (termasuk naskah), pengisi suara (artis), peralatan, kelompok kerja produksi, siaran dan pendengar atau penonton. Disamping itu juga adanya ruang kerja yang memadai, transportasi, pembinaan atau hubungan yang bersahabat dengan organisasi lainnya, untuk menghasilkan siaran yang berkualitas, yaitu suatu siaran yang mengandung nilai-nilai normatif, edukatif, informatif, persuasif dan komunikatif.

Jadi strategi penyiaran merupakan suatu perencanaan dan metode dalam memberikan informasi kepada khalayak umum

(pendengar) secara tepat, efektif, dan efisien melalui pemancar dalam usaha yang bertujuan untuk dapat mempertahankan posisi kekuatan dari para pesaing yang ada baik untuk saat sekarang maupun masa yang akan datang, sehingga dapat tetap berkembang.

2. Radio Komunitas (Rakom)

a. Pengertian Radio Komunitas (Rakom)

Radio Komunitas adalah lembaga layanan nirlaba yang dimiliki dan dikelola oleh komunitas tertentu, umumnya melalui yayasan atau asosiasi. Tujuannya adalah untuk melayani dan memberikan manfaat kepada komunitas dimana lembaga penyiaran tersebut berada.³¹

Radio komunitas adalah stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas.³²

Radio komunitas juga sering disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan atau radio alternatif. Menurut Effendi Gazali, radio komunitas adalah lembaga penyiaran yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh anggota. Komunitasnya melalui sebuah lembaga supervise yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut, dimaksudkan untuk

³¹ Fraser Colin dan Sonia Restrepo Estrada, *Buku Panduan Radio Komunitas*, *op.cit*, hlm.3.

³² http://id.wikipedia.org/wiki/radio_komunitas, *op.cit*, 10 April 2007.

melayani komunitas tertentu saja dan (karenanya) memiliki daerah jangkauan yang terbatas.³³

Undang-undang Penyiaran No.32 Tahun 2002 menyatakan bahwa:

“Lembaga penyiaran komunitas merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersil, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.³⁴ Yang dimaksud dengan komunitasnya adalah komunitas yang berada dalam wilayah jangkauan daya pancar stasiun komunitas yang diizinkan”.³⁵

Secara teoritis, komunitas terbentuk oleh dua hal: *pertama*, kesamaan lokasi atau status individu-individu dan yang *kedua*, kesadaran kolektif untuk mencapai tujuan tertentu. Radio komunitas (*community radio*) merujuk pada pemilikan dan wilayah orientasi dan bersifat lokal, antitesis radio swasta yang luas dan jaringan. Dalam perkembangannya, istilah radio komunitas lebih sering digunakan karena lebih santun dan akrab secara internasional.³⁶

³³ Effendi Gazali, *penyiaran alternatif tapi mutlak; sebuah acuan tentang penyiaran publik dan komunitas*, op.cit, hlm.72.

³⁴ Tim Komisi Penyiaran Indonesia Daerah, *Sekilas Komisi Penyiaran Daerah DIY (KPID) Lembaga Negara Independen*, (Yogyakarta: Plaza Informasi Gedung Kantor Badan Informasi Daerah Propinsi DIY, 2006), hlm.38.

³⁵ *Ibid*, hlm.61.

³⁶ Masduki, *Radio Siaran Dan Demokratisasi*, cet Ke-1 (Yogyakarta: Jendela, 2003), hlm.91.

b. Syarat-syarat Radio Komunitas

Syarat-syarat radio komunitas menurut UU Penyiaran No.32 Tahun 2002:³⁷

- 1) Tidak untuk mencari laba atau keuntungan atau tidak merupakan bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata.
- 2) Untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa.
- 3) Tidak mewakili organisasi atau lembaga asing serta bukan komunitas internasional.
- 4) Tidak untuk kepentingan propaganda bagi kelompok atau golongan tertentu.
- 5) Lembaga penyiaran komunitas didirikan atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas tertentu dan menjadi milik komunitas tersebut.
- 6) Lembaga penyiaran komunitas dapat memperoleh sumber pembiayaan dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat.
- 7) Lembaga penyiaran komunitas dilarang menerima bantuan dana awal mendirikan dan dana operasional dari pihak asing.

³⁷ Tim Komunikasi Penyiaran Indonesia Daerah DIY, *op.cit*, hlm.38.

- 8) Lembaga penyiaran komunitas dilarang melakukan siaran iklan dan/atau siaran komersil lainnya, kecuali iklan layanan masyarakat.
- 9) Lembaga penyiaran komunitas wajib membuat kode etik dan tata tertib untuk diketahui oleh komunitas dan masyarakat lainnya.
- 10) Dalam hal terjadi pengaduan dari komunitas atau masyarakat lain terhadap pelanggaran kode etik dan/atau tata tertib, Lembaga penyiaran komunitas wajib melakukan tindakan sesuai dengan pedoman dan ketentuan yang berlaku.

c. Prinsip-prinsip Radio Komunitas

Prinsip radio komunitas adalah akses dan partisipan.³⁸ Akses mengandung arti layanan siaran tersedia untuk seluruh masyarakat. Partisipasi berarti masyarakat atau publik secara aktif terlibat dalam perencanaan dan manajemen, dan juga menyediakan pembuat program dan penampilan. Fraser dan Estrada mengemukakan bahwa dalam radio komunitas konsep-konsep akses dan partisipasi mengandung makna:

- 1) Suatu siaran radio komunitas memiliki pola yang menjangkau seluruh anggota komunitas yang ingin dilayani

³⁸ Fraser Colin Restrepo Estrada, *op.cit*, hlm. 16.

- 2) Komunitas berpartisipasi dalam merumuskan rencana dan kebijakan untuk pelayanan radio tersebut dan dalam menentukan tujuannya, juga dalam dasar-dasar manajemen dan pembuatan programnya.
- 3) Komunitas berpartisipasi dalam mengambil keputusan untuk menentukan materi program, lama waktu siar dan jadwalnya. Masyarakat memilih jenis-jenis program yang mereka inginkan, ketimbang hanya menerima apa yang telah ditentukan oleh para pembuat program.
- 4) Komunitas bebas memberikan komentar ataupun kritik.
- 5) Ada interaksi yang terus-menerus antara pembuat program dan pihak yang menerima pesan. Radio ini sendiri bertindak sebagai saluran pertama yang mewadahi interaksi tadi, tetapi terdapat juga suatu mekanisme yang memungkinkan kontak yang mudah antara para pembuat program dan pihak manajemen dari stasiun radio.
- 6) Ada kesempatan yang tidak dibatasi bagi anggota komunitas, baik sebagai pribadi maupun kelompok, untuk membuat program-program, dan akan dibantu oleh staf stasiun radio dengan menggunakan fasilitas teknis produksi yang tersedia.
- 7) Komunitas berpartisipasi dalam pembangunan, manajemen, administrasi dan pendanaan stasiun radio tersebut.

Banyak kepentingan dalam sebuah komunitas, oleh karenanya radio komunitas haruslah mampu melihat *community need* (bukan

want) yang berkembang dan dituangkan dalam program-program acaranya. Keterwakilan kelompok-kelompok dan kepentingan yang berbeda dalam komunitas tersebut harus diakomodir. Radio komunitas harus berpihak pada kelompok-kelompok minoritas dan marjinal (tidak hanya kepentingan komunitas mayoritas saja).

d. Tujuan dan Visi Radio Komunitas

Tujuan utama dan visi dari penyiaran komunitas serta kegiatan-kegiatan yang terkait adalah mempromosikan pengembangan dari, terutama mereka yang kekurangan, dalam masyarakat setiap masyarakat. Upaya menyediakan prasarana komunikasi ditingkat lokal dan tingkat komunitas akan meningkatkan adanya hubungan jaringan komunikasi yang paling moderen bagi informasi, materi pendidikan dan hiburan. Penyediaan prasarana komunikasi pada tingkat komunitas sangatlah penting bagi pembangunan. Pertimbangan khusus hendaknya diupayakan bagi perkembangan sektor komunitas secara berkesinambungan.

e. Sumber Daya Manusia (SDM) Radio Komunitas

Menurut Masduki, radio komunitas dan radio publik yang baru berkembang di Indonesia, memilih SDM merupakan persoalan yang sulit sehingga memerlukan pertimbangan dan waktu yang tidak singkat, tidak secara sembarangan. Adakalanya sulit mendapatkan peminat untuk menjadi penyiar, adakalanya banyak orang

memaksakan diri untuk dilibatkan sebagai penyiar. Dua pertimbangan yang dipakai untuk mendapatkan penyiar adalah:

1. Siapa saja yang bersedia bekerja sukarela
2. Perwakilan dari kelompok sosial dalam komunitas.

Sikap sukarela akan berfluktuasi, demikian pula mekanisme perwakilan kelompok yang berganti begitu cepat lepas dari kendali kebutuhan rutinitas siaran. Idealnya, SDM yang akan dilibatkan harus memastikan waktu luangnya sejak mendaftarkan diri sebagai penyiar. Memilih SDM sebaiknya mempertimbangkan hubungan keluarga dan organisasi dengan komunitas pendengar, kemampuan memandu produksi acara siaran bagi beragam kelompok komunitas karena pengisi acara adalah komunitas itu sendiri, bukan SDM pengelola radio. Pemahaman tentang muatan lokal penting terutama untuk SDM radio komunitas agar mereka tidak sekedar ikut arus radio komersial yang memang telah menjadi corong dominan industri musik global.³⁹

Secara sederhana, terdapat dua level SDM di radio komunitas. *Pertama*, pengelola yang menjadi fasilitator produksi dan penyiaran. *Kedua*, komunitas selaku pembuat, pendengar, dan donatur siaran. Pengelola radio komunitas dipilih komunitas berdasarkan keahlian teknis dan pengalaman dibidang radio. Interaksi antara pengelola dan

³⁹ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, cet Ke-2 (Yogyakarta:Pustaka Populer LKIS, Maret 2005), hlm.23-24.

komunitas berlangsung intensif, dalam kerangka pelatihan produksi dan penyiaran. Interaksi itu dapat berupa magang periodik, pelatihan terstruktur atau *learning by doing*.⁴⁰

f. Sumber Dana Radio Komunitas

Menurut Colin Fraser dan Sonia Restrepo Estrada bukan rahasia lagi jika pendanaan merupakan masalah yang cukup pelik pada sebuah radio komunitas, khususnya di Indonesia yang menerapkan aturan bahwa radio komunitas dilarang untuk mencari dana melalui iklan komersial. Aturan ini dituangkan dalam UU No.32 tahun 2002 tentang penyiaran. Dengan adanya peraturan tersebut gerak langkah radio komunitas dalam usahanya mencari dana terbatas, padahal iklan komersial merupakan lahan yang sangat bagus untuk mencari keuntungan yang nantinya digunakan sebagai dana operasional sehari-hari stasiun radio. Pada radio komersial iklan merupakan aset paling besar dan paling menjanjikan. Oleh karena keterbatasan tersebut maka radio komunitas harus bisa menggali dana lainnya yang tetap bisa mendukung operasional radio, diantaranya adalah:

1. Iuran Anggota

Iuran ini diambil dari warga komunitas dengan jumlah dan waktu yang sudah disepakati bersama.

2. Donatur

⁴⁰ Masduki, *Radio Siaran dan Demokratisasi*, *op.cit*, hlm.82.

Sumber dana ini berasal dari luar negeri maupun dalam negeri, dari LSM, atau yang bersedia menjadi *funding*. Untuk mendapatkan donatur, tim pengelola radio perlu membuat proposal kegiatan yang menarik beserta pengajuan dana yang dibutuhkan. Proposal inilah yang nanti akan menjadi bahan pertimbangan apakah instansi tersebut bersedia menjadi donatur bagi radio komunitas tersebut atau tidak. Setelah proposal disetujui, dana akan turun dan bisa digunakan untuk pembiayaan radio. Namun konsekuensi dari dana tersebut, radio wajib membuat laporan pertanggung jawaban kepada lembaga donatur tadi.

3. Sumbangan

Dana ini berasal dari kepedulian pihak-pihak tertentu yang merasa peduli dengan radio komunitas. Sumbangan ini bisa berbentuk materi (uang) atau dalam bentuk material alat atau sarana penunjang lain bagi radio.

4. Sponsorship

Sponsorship ini berkaitan dengan kerjasama yang disepakati. Kerjasama ini bisa per-program dimana-pihak-pihak yang tertarik pada salah satu program acara radio bersedia menjadi sponsorship atau pendukung sebagai pembiayaan acara tersebut. Misalnya saja,

sahur ramadhan, dimana toko makanan bersedia menjadi pemasok makanan bagi penyiarannya selama bulan ramadhan.⁴¹

3. Pendengar

a. Pengertian Pendengar

Pendengar menurut Onong Uchjana Effendi adalah orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu tempat maupun dalam keadaan terpecah-pecah, tetapi sama-sama terikat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa.⁴²

Menurut Perspektif ekonomi, pendengar adalah konsumen produk siaran. Mereka mengkonsumsi sebuah produk siaran berdasarkan ketersediaan waktu dan akses yang mudah terhadap pesawat penerima siaran radio. Pendengar akan mampu mengembangkan imajinasinya karena dua hal, yaitu *Pertama*, referensi pengalaman yang mereka miliki terhadap suatu materi siaran. *Kedua*, referensi pikiran, kedekatan, dan ketajaman pikiran terhadap sebuah masalah yang sedang disiarkan. Kedua hal ini juga mutlak dimiliki seorang penyiar sebab ia harus menjadi “mata hati dan juru bicara pendengar” yang satu terhadap pendengar yang lain secara personal dan akrab. Kemampuan memberikan gambaran dari tuturan kalimat

⁴¹ Fraser Colin dan Sonia Restrepo Estrada, *Buku Panduan Radio Komunitas*, *op.cit* hlm. 23.

⁴² Onong Uchjana, *Kamus Komunikasi*, *op.cit*. hlm.21.

yang diucapkan penyiar akan membantu pendengar agar tetap menyimak sebuah acara.⁴³

b. Macam-macam perilaku pendengar

Dalam interaksinya dengan radio, ada enam macam perilaku pendengar, yaitu :

- 1) Rentang konsentrasi dengarnya pendek karena menyimak radio sambil mengerjakan berbagai kegiatan lain.
- 2) Perhatiannya dapat cepat teralih oleh orang atau santai.
- 3) tidak bisa menyerap informasi banyak dalam sekali dengar karena daya ingat yang terbatas akibat dari aktivitas pendengaran yang selintas.
- 4) Lebih tertarik pada hal-hal yang mempengaruhi kehidupan mereka secara langsung, seperti tetangga dan teman.
- 5) Secara mental dan literal (melek huruf) mudah mematikan radio.
- 6) Umumnya pendengar tidak terdeteksi secara konstan sehingga kita tidak mengetahui apakah mereka pintar, heterogen, dan tidak fanatik.⁴⁴

c. Identifikasi Target Pendengar

Dalam penentuan program siaran radio, radio harus mengidentifikasi khalayak audiennya. Melalui *audience riserch*⁴⁵ akan

⁴³ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional, op.cit*, hlm. 18-19.

⁴⁴ *Ibid*, hlm. 19.

dihasilkan hal-hal yang dipikirkan, didengar dan dikerjakan oleh masyarakat pendengar secara cermat.

Dalam upaya segmentasi atas target audiensnya maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu :⁴⁶

1. Eksklusif, tidak ada stasiun radio yang identik dengan segmennya.
2. Secara ekonomi mempunyai potensi baik secara kuantitas maupun kualitas segmen acara.
3. Perlu organisasi perusahaan memang memungkinkan. Misal kalau penyiarannya orang dewasa (tua) maka segmentasinya juga orang dewasa (tua) begitu pula sebaliknya.
4. Stabil, setidaknya untuk jangka waktu yang lama.

Agar lebih memudahkan suatu stasiun “membidik” target audience potensialnya, maka stasiun radio tadi seyogyanya memformat stasiun radionya. Pada dasarnya format radio dibagi dalam 4 (empat) kategori dasar, yaitu: format musik, kata, berita, dan etnik.⁴⁷ Namun selanjutnya format-format ini berkembang sejalan dengan kompetisi yang ketat dengan para pesaingnya. Dengan demikian akan diperoleh

⁴⁵ Audience Research/Penelitian khalayak: kegiatan menghimpun, mengolah dan menganalisis data mengenai khalayak sebagai komunikan komunikasi massa. Onong Uchjana, *Kamus Komunikasi*, hlm.21.

⁴⁶ Subekti dalam Laporan Penelitian: Budi Sayoga, *Manajemen Program Siaran Radio (suatu studi literature mengenai perencanaan, penyusunan, penyajiain dan pengawasan dari program siaranradio)*, Jurnal Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan:1997), hlm.12.

⁴⁷ *Ibid*, hlm.12.

suatu ciri yang membedakan dari radio lainnya dan melahirkan identitas stasiun.

d. Sasaran Pendengar

Pemetaan terhadap sasaran pendengar dilakukan untuk menentukan kepada siapa program siaran tersebut akan ditujukan. Pada radio komunitas sasaran pendengar sudah jelas yaitu komunitas dimana radio itu berada, tetapi segmentasi pendengar tetap diperlukan khususnya untuk menjamin kesuksesan program siaran, karena satu macam program siaran mungkin bisa dinikmati oleh kelompok pendengar A, tetapi belum tentu bisa dinikmati oleh kelompok pendengar B. Pengelompokan pendengar bisa dilakukan berdasar beberapa kategori, antara lain :

1. Berdasarkan jenis kelamin:
 - a. Kelompok pendengar laki-laki
 - b. Kelompok pendengar perempuan
2. Berdasarkan umur :
 - a. Kelompok pendengar anak-anak
 - b. Kelompok pendengar remaja atau dewasa
 - c. Kelompok pendengar orang tua
3. Berdasarkan pekerjaan :
 - a. Kelompok pendengar petani
 - b. Kelompok pendengar pedagang
 - c. Kelompok pendengar peternak

- d. Dan lain-lain
- 4. berdasarkan topik acara :
 - a. Topik acara untuk umum
 - b. Topik untuk kelompok pendengar tertentu.

Masih banyak lagi kategori lain yang lebih spesifik, tetapi sangat perlu diketahui pola kebiasaan pendengar yang akan dituju meliputi seleranya, kebiasaan mendengar radio, serta bahasa yang mereka pergunakan.⁴⁸

- e. Penyeleksian pendengar dalam kegiatan perencanaan dan penyusunan program

Survey khalayak penting untuk mengetahui bagaimana persepsi khalayak mengenai keberadaan radio. Ada beberapa pertimbangan khalayak sasaran yang harus dilakukan dalam perencanaan programming:⁴⁹

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

⁴⁸ Combine Resource Institution, *Radioku Radiomu Radio kita Produksi Siaran untuk Radio Komunitas seri 1*, (Yogyakarta: CRI, 2003), hlm.23-26.

⁴⁹ Wahyudi J.B, *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, *op.cit*, hlm. 70.

Didalam dunia penyiaran, perencanaan merupakan unsur yang sangat penting karena perannya sangat penting bagi program siaran. Karena itu perlu dilakukan perencanaan yang matang dalam arti menggunakan data dan fakta selengkap-lengkapunya.

f. Tipologi Pendengar

Menurut skala partisipasi terhadap acara siaran, ada empat tipologi pendengar, yaitu :⁵⁰

1. Pendengar spontan

Pendengar spontan bersifat kebetulan, Tidak berencana mendengarkan siaran radio atau acara tertentu dan perhatian mudah beralih ke aktivitas lain.

2. Pendengar pasif

Suka mendengarkan siaran radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri, menjadikan radio sebagai teman biasa.

3. Pendengar selektif

Mendengarkan siaran radio pada jam atau acara tertentu saja, fanatik pada sebuah acara atau penyiar tertentu, dan menyediakan waktu khusus untuk mendengarkannya.

4. Pendengar aktif

⁵⁰ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, op.cit, hlm. 20.

Secara reguler tak terbatas mendengarkan siaran radio, apapun, dimanapun, dan aktif berinteraksi, melalui telepon. Radio menjadi sahabat utama, tidak hanya pada waktu luang.

Bagi radio nonkomersial, yang terpenting adalah terbentuknya pencerahan internal dari pendengar baik aktif, pasif, spontan, maupun selektif setelah menyimak acara siaran. Pentingnya mengetahui tipologi pendengar terkait erat dengan perencanaan pendirian radio atau penyajian sebuah acara. Pada peta kompetisi yang makin ketat antar radio siaran, pemahaman pendengar dalam berbagai lapis sosial dan disiplin akademis sangat menentukan sukses dan tidaknya radio.⁵¹

H. Metode Penelitian

Metode dapat diartikan sebagai suatu jalan yang harus ditempuh, metode ilmiah adalah suatu kerangka landasan yang diikuti bagi terciptanya pengetahuan ilmiah.⁵² Sedangkan penelitian adalah suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan, menguji, suatu pengetahuan serta usaha yang dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah.⁵³ Langkah-langkah yang diambil dalam metode penelitian ini, antara lain :

⁵¹ *Ibid*, hlm.20.

⁵² Dudung Abdurrahman, *pengantar metode penelitian*, (Yogyakarta : Kurnia Kalam Semesta, 2003), hlm.1

⁵³ Sutrisno Hadi, *Metode Research 1*, (Yogyakarta : Fakultas Psikologi UGM, 1983), hlm.4

1. Penentuan sumber data dan Fokus penelitian

a. Sumber Data

Sumber data adalah data yang bersumber dari subyek dan obyek penelitian. Subyek adalah tempat memperoleh keterangan.⁵⁴ Dalam penelitian ini adalah manajemen radio komunitas Srimartani FM, yang mana data-data akan diperoleh dari ketua, koordinator program, penyiar radio komunitas Srimartani FM dan sebagainya yang berhubungan dengan data-data penelitian.

b. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah pokok permasalahan yang akan diteliti atau dianalisis.⁵⁵ Fokus penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah tentang strategi penyiaran yang dilakukan oleh manajemen radio komunitas Srimartani FM dalam memperoleh pendengar.

2. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi yang akurat, diperlukan adanya data yang valid, sehingga mampu mengungkapkan permasalahan yang akan diteliti.

Adapun metode dalam pengumpulan data skripsi ini adalah :

a. Metode Interview (wawancara)

⁵⁴ Tatang M Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Yogyakarta : Andi offset, 1985), hlm.49

⁵⁵ Pius A partanto dan M Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, hlm.531

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.⁵⁶ Peneliti melakukan wawancara dengan koordinator (ketua), koordinator program dan penyiar radio komunitas Srimartani FM untuk memperoleh data tentang strategi apa saja yang digunakan oleh manajemen radio.

b. Metode Observasi (pengamatan)

Observasi adalah metode pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena yang diselidiki.⁵⁷ Metode ini digunakan untuk memperoleh data dengan menyaksikan langsung proses siaran dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan program acara yang disiarkan di radio komunitas Srimartani FM.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode dimana peneliti memperoleh data dari dokumen-dokumen yang ada dari benda-benda yang tertulis seperti buku-buku, majalah, surat kabar, prasasti dan lain-lain.⁵⁸ Adapun dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi, profil radio komunitas Srimartani FM, struktur organisasi, dan sebagainya

⁵⁶ Komarudin, *Metode Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Bandung : Aksara, 1987), hlm.133

⁵⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, *op.cit*, hlm.136

⁵⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : PT Rinieka Cipta, 1993), hlm.200

yang ada di radio komunitas Srimartani FM. Dokumen yang diperoleh di radio komunitas Srimartani FM digunakan untuk melengkapi data penelitian.

3. Metode Analisis Data

Metode ini adalah sebuah penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di interpretasikan.⁵⁹ Penelitian ini bersifat deskriptif.⁶⁰, datanya berupa data kualitatif.⁶¹ sehingga dianalisa dengan teknik atau cara deskriptif, yaitu setelah data terkumpul dari lapangan penelitian, maka selanjutnya adalah data diidentifikasi, dikategorikan kemudian ditafsirkan dan diambil kesimpulan seperlunya.

Tujuan analisis data adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan di interpretasikan. 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.

⁵⁹ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, cet xx, 2004), hlm. 140

⁶⁰ Deskriptif : Bersifat menggambarkan atau menguraikan sesuatu hal menurut apa adanya. Pius A Partanto dan M Dahlan Al Barry, kamus ilmiah populer, hlm.105

⁶¹ *Ibid*, hlm.384 Kualitatif ; Kwalitatif : menurut mutu atau kualitasnya

- 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.

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 ditunjang 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. 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 :

5. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
6. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.⁶²

⁶² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, *op.cit.*

I. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah mencapai pemahaman yang sistematis dari skripsi ini maka sistematika pembahasannya akan penulis sampaikan sebagai berikut:

Bab I adalah bab pendahuluan yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II adalah gambaran umum Radio Komunitas Srimartani FM yang meliputi tentang : Sejarah berdirinya Radio Srimartani FM, visi dan misi Radio Srimartani FM, profi Radio Srimartani FM, program-program Radio Srimartani FM, struktur organisasi Radio Srimartani FM.

Bab III menjelaskan tentang fokus penelitian, yaitu bagaimana strategi penyiaran di Radio Komunitas Srimartani FM dalam memperoleh pendengar

Bab IV adalah bagian penutup yang meliputi : kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran dan kata penutup.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi penyiaran radio komunitas dalam memperoleh pendengar (studi pada radio komunitas Srimartani FM kelurahan Srimartani Kecamatan Piyungan), dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan dalam program bukanlah strategi yang asal-asalan melainkan dengan Kriteria Susan Tyler Eastman. Kenyataan dilapangan menyatakan bahwa radio komunitas Srimartani FM Sebagai radio komunitas yang dapat dikatakan sebagai media radio yang menghibur bagi warganya. Strategi penyiaran yang dilakukan oleh radio srimartani FM untuk program yang disiarkan menjadi fokus penelitian ini, adalah:

Strategi Kesesuaian (*Compatibility*), yaitu acara yang termasuk dalam program tersebut yang disiarkan bertepatan dengan waktu yang sesuai dengan kegiatan dan kebutuhan warga. Walaupun tidak melakukan riset audiens sebelum program berlangsung, namun keempat program tersebut mampu menempatkan posisi yang tepat sesuai waktu luang audiensnya. Selain itu program-program tersebut juga berusaha menumbuhkan kebiasaan audiensnya untuk mendengarkan program (*habit formation*) dengan pembuatan *adlip* dan spot iklan yang disiarkan secara kontinyu dan pembuatan *rundown* yang tepat. Hal ini membuat pendengar menjadi minat yang fanatik terhadap program-program tersebut, karena program

radio Srimartani FM adalah program yang mampu mengkomunikasikan kebutuhan informasi dan hiburan bagi warga komunitas.

Program-program tersebut juga menjaga jumlah audiens yang dimiliki (*control of audiens flow*) dengan menetapkan standar mutu sehingga program yang disiarkan terjamin kualitasnya. Kemudian dilakukan pengawasan dan evaluasi yang ditujukan pada kinerja dari tim pengurus agar dapat diketahui sudah sesuai dengan SOP (standar operasional prosedur) atau belum. Dengan jaminan teknisnya telah memenuhi kualifikasi, penyiarannya juga telah memenuhi SOP, dan materi yang diberikan sesuai kebutuhan warga, diyakini program tersebut banyak yang mendengarkan.

Dalam menyusun strategi penyiaran juga dilakukan *conservation of program progress* (penyimpanan sumber-sumber program). Pelaksanaan program dituntut untuk kreatif dalam menyajikan materi program. Hal ini berkaitan dengan sumber daya manusia yang meliputi koordinator program, operator, penyiar dan lain-lain. Perangkat siar juga dibutuhkan dalam elemen ini. Materi program menjadi perhatian utama bagi koordinator program radio Srimartani FM. Dengan membagi materi tersebut menjadi dua bagian, yaitu *daily program* (program harian) dan *weekly program* (program mingguan).

Elemen terakhir strategi penyiaran berdasarkan teori Susan Tyler Eastman adalah *mass appeal* (daya penarik massa). Jadi tiap-tiap acara pada program memiliki daya tarik yang berbeda, yang dikonsepsi untuk memenuhi kebutuhan dan

menghibur warga se-Kelurahan Srimartani. Namun selain memiliki nilai hiburan juga memiliki nilai informasi yang tinggi.

Secara umum program tersebut dapat dikatakan sukses, karena mampu untuk memenuhi kebutuhan warga dengan menyuguhkan program yang diminati warga. Kesuksesan program-program ini tidak lepas dari keberhasilan strategi penyiaran yang dilakukan oleh radio Srimartani FM sebagai radio komunitas warga Srimartani.

B. SARAN

1. Diadakan Penelitian lebih khusus, sehingga dapat diketahui seperti apa karakteristik, kesukaan pendengar dan juga sekuen-sekuen yang disukai maupun yang tidak disukai oleh pendengar. Sehingga dapat meningkatkan mutu siaran.
2. Diperlukan perencanaan yang matang, sistematis dan jitu dalam suatu program acara.
3. Evaluasi dan pengawasan program sebaiknya dilakukan secara lebih intensif, agar kesalahan dapat segera diatasi.
4. Kerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Bantul, Lembaga Sosial Masyarakat (LSM), dan warga perlu ditingkatkan guna kelangsungan program acara.
5. Menonjolkan kelebihan guna menutupi kekurangan dan hambatan yang ada pada siaran radio komunitas yang ditawarkan kepada pendengar.

6. Strategi penyiaran mempunyai arti penting dalam menentukan kesuksesan dan kelangsungan hidup suatu radio siaran komunitas. Maka dari itu, radio siaran komunitas harus berusaha semaksimal mungkin untuk merencanakan, membuat dan melaksanakan strategi penyiaran 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 hidayah-Nya akhirnya skripsi ini dapat penulis selesaikan. Namun didalam 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 kontribusi bagi perkembangan program di Radio Komunitas Srimartani FM, juga untuk kemajuan keilmuan di bidang *broadcasting*. Akhirnya kepada Allah jualah penulis berserah diri dengan memohon pertolongan dan petunjuk-Nya agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca umumnya dan pada diri penulis khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Arifin Anwar, *Strategi Komunikasi*, Bandung: Arnico, 1984

Badudu J.S, *Kamus Kata-kata Serapan Asing*, Jakarta: Buku Kompas, 2003.

Budi Sayoga, *Manajemen Program Siaran Radio (Suatu Studi literature mengenai perencanaan, penyusunan, penyajian dan pengawasan dari program siaran radio)*, Laporan Penelitian Jurusan Ilmu Komunikasi UGM, 2007.

Combine resource Institution, *Radioku Radiomu Radio Kita Produksi Siaran Untuk Radio Komunitas Seri I*, Yogyakarta: CRI, 2003.

Colin Fraser, dkk, *Buku Panduan Radio Komunitas*, Jakarta: UNESCO Jakarta Office, 2001.

Dudung Abdurrahman, *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003.

Effendi Gazali, *Penyiaran alternatif tapi mutlak; sebuah acuan tentang penyiaran public dan komunitas*, Jakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UI, 2002.

Harley Prayudha, *Radio Penyiar It's Not Just A Talk*, Jakarta: Banyumas Publishing, 2006.

-----, *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana Dan Praktek Penyiaran*, cet. Ke-2, Malang: Banyumedia, 2005.

Hinca Pandjaitan, dkk, *Radio Pagar Hidup Otonomi Daerah*, Jakarta: Internews, 1996.

Husein Umar, *Strategi Manajemen In Action*, Anggota IKAPI, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Komarudin, *Metodologi Penulisan Skripsi dan Tesis*, Bandung: Aksara, 1987.

Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, cet.Ke-XX, 2004.

- Louise Tabing, *Siaran Radio di Kampung: Panduan Produksi Siaran Radio Komunitas*, Jakarta: LSPP UNESCO Kedutaan besar Denmark , 2000.
- Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, cet. Ke-2, Yogyakarta: Pustaka Populer LKIS, 2005.
- , *Radio Siaran Dan Demokratisasi*, cet. Ke-1, Yogyakarta: Jendela, 2003.
- Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- , *Kamus Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju, 1989.
- Pius A Partanto, dkk, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arloka, 1994.
- Poerdarminto, *Kamus Umum Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1983.
- Suharsimi Ariskunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Susan Tyler Eastman, *Broadcast/cable Programming: Strategi and Practices*, California: Wadsworth Publishing Company, 1985.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1983.
- Suwarto, *Tanggapan Masyarakat Terhadap Radio Komunitas "Angkringan" (studi di Desa Timbul Harjo Kec. Sewon Kab. Bantul)*, Jurnal Penelitian IPTEK-KOM, edisi 12, 2004.
- Tatang M Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Yogyakarta: Andi Office, 1985.
- Tim Komisi Penyiaran Indonesia Daerah, *Sekilas Komisi Penyiaran Daerah DIY (KPID) Lembaga Negara Independen*, Yogyakarta: Plaza Informasi Gedung Kantor Badan Informasi Daerah Propinsi DIY, 2006.
- Wahyudi J.B, *Dasar-dasar Jurnalistik Radio Dan Televisi*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1996.
- , *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta: Pustaka Utama, 1994.
- Winardi, *Strategi Pemasaran (Marketing Strategi)*, cet. Ke-1, Bandung: Mandar Maju, 1989.

Koran :

Alif Ichwan, *Radio Komunitas Dibayang-bayangi Sweeping*, Jakarta: Kompas, 2002.

Indah Surya W, dkk, *Di Balik Cerita Radio Komunitas*, Jakarta: Kompas, 2002.

Lihat, *JRKI Tuntut Rakom Masuk RUU Penyiaran*, Jakarta: Suara Pembaruan, 2002.

Nasrullah Nara, *Wong Cilik Yogya Punya Radio*, Jakarta: Kompas, 2002.

Skripsi :

Arifah Fatmawati, *Strategi Penyiaran PT. Radio GCD FM Dalam Menghadapi Persaingan Di Yogyakarta*, Skripsi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Aryo Subarkah Eddyono, *Makna Di Balik Eksistensi Radio Komunitas (Studi Kasus Pada Radio Panagati)*, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, UGM.

Kusnardijanto, *Program Siaran Radio Dalam Meraih Pangsa Pendengar (Studi Rakosa FM)*, Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, UPN.

Laporan Penelitian:

Budi Sayoga, *Manajemen Program Siaran Radio (Suatu Studi Literature Mengenai Perencanaan, penyusunan, Penyajian Dan Pengawasan Dari Program Siaran Di Radio)*, Laporan Penelitian, Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Politik, UGM.

Internet :

[http://id.wikipedia.org/wiki/Radio Komunitas](http://id.wikipedia.org/wiki/Radio_Komunitas). 10 April 2007.

LAMPIRAN 1

Naskah 1

Adlips Program Talkshow, Selasa 8 Juni 2010

Tak terasa waktu begitu cepat/sudah 2 jam Andre menemani Sahabat Martha dalam acara Talkshow dengan tema “Pentingnya Pembuatan Akta Kelahiran”//Waktunya Andre undur diri/Jangan lupa simak terus acara ini dengan tema yang berbeda-beda dan dengan narasumber yang berbeda pula/setiap hari Senin-Sabtu pukul 19.00 malam//Tentunya hanya di Seratus lima FM/radio Srimartani FM media komunikasi dan informasi//

Selepas ini Sahabat Martha bisa menyimak acara Kethoprak humor yang akan di pandu oleh Kang Ali//Sahabat Martha bisa bergabung melalui telephon atau sms di nomor 0817261065//

Kiranya dari Andre cukup sekian dan terima kasih kepada narasumber yang telah hadir pada malam hari ini/selamat malam dan permisi//

Naskah 2

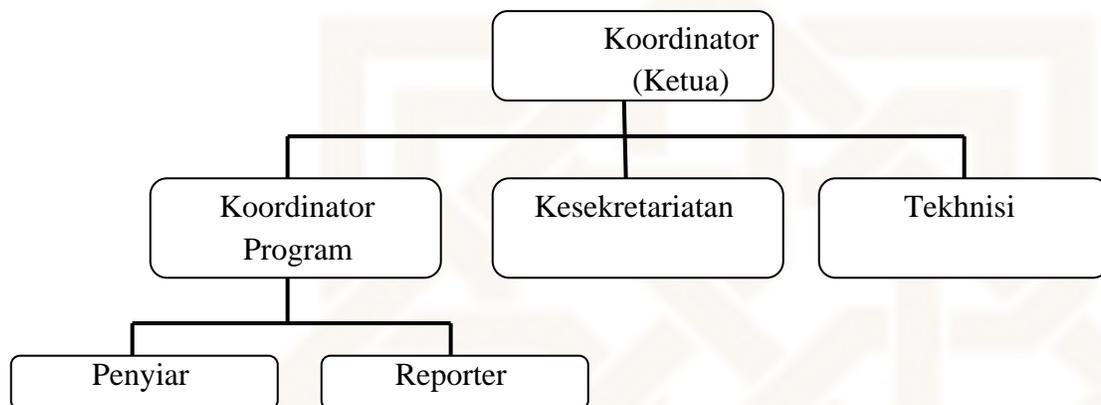
Rundown pelaksanaan program Talkshow, Selasa 8 Juni 2010

Sekuen	Durasi	Pukul	Deskripsi Kegiatan
<i>Jingle</i>	1'	19.00-19.01	<i>Jingle</i>
Pemutaran lagu ke-1	4'	19.01-19.05	Memutarkan lagu “C.I.N.T.A” (Bagindas)
<i>Opening greeting</i>	8'	19.05-19.13	Mengucapkan salam pembuka, menerangkan definisi acara dan penyiar memperkenalkan diri sekaligus memperkenalkan narasumber dan tema yang disiarkan.
Pemutaran lagu ke-2	4'	19.13-19.17	Memutarkan lagu “Aku Masih sayang” (ST 12)
<i>Comment</i>	5'	19.17-19.22	Membaca sms, mengundang warga untuk ikut berpartisipasi, dan menerima telepon.
Pemutaran lagu ke-3	4'	19.22-19.26	Memutarkan lagu “Buka Hatimu” (Armada)
<i>Comment</i>	8'	19.26-19.34	Menerima telepon dari warga yang menanyakan “biayanya berapa pembuatan Akta Kelahiran”, dan narasumber menjawab.

Pemutaran lagu ke-4	4'	19.34-19.38	Memutarkan lagu "Puaskah" (Wali Band)
Pemutaran lagu ke-5	4'	19.38-19.42	Memutarkan lagu "Aishiteru" (Zhipilia)
<i>Comment</i>	8'	19.42-19.50	Membaca sms, dan menjawab pertanyaan
Pemutaran lagu ke-6	5'	19.50-19.55	Memutarkan lagu "Bayang Abadi" (Kotak)
Pemutaran lagu ke-7	5'	19.55-20.00	Memutarkan lagu "Mencintaimu" (Utopia)
<i>Comment</i>	8'	20.00-20.08	Menerima telepon dan menjawab sms.
Pemutaran lagu ke-8	4'	20.08-20.12	Memutarkan lagu "Isyarat Hati" (NAFF)
Pemutaran lagu ke-9	4'	20.12-20.16	Memutarkan lagu "Bisikan Hati" (Andien)
<i>Comment</i>	8'	20.16-20.24	Mengajak pendengar untuk telepon dan mengirim sms, dan menjawab pertanyaan yang belum terjawab.
Pemutaran lagu ke-10	4'	20.24-20.28	Memutarkan lagu "Belahan Jiwa" (D.O.T)
Pemutaran lagu ke-11	4'	20.28-20.32	Memutarkan lagu "Buatku Abadi" (Republik)
<i>Comment</i>	8'	20.32-20.40	Menerima telepon dan menerima sms
Pemutaran lagu ke-12	4'	20.40-20.44	Memutarkan lagu "Kecewa" (Vagetoz)
<i>Comment</i>	5'	20.44-20.49	Menyimpulkan tema oleh narasumber
Pemutaran lagu ke-13	4'	20.49-20.54	Memutarkan lagu "Terlalu Indah" (The Rain)
Pemutaran lagu ke-14	4'	20.54-20.58	Memutarkan lagu "Penantian" (Nidji)
<i>Closing greeting</i>	2'	20.58-21.00	Mengakhiri program dan mengucapkan terimakasih atas atensi pendengar serta mengingatkan untuk selalu menyimak acara.

LAMPIRAN 2

Tabel 1
Struktur Organisasi Radio Srimartani FM



Tabel 2
Profil Radio Srimartani FM

Data Umum		
1	Nama stasiun	Srimartani FM
2	Alamat	Jl. Piyungan-Prambanan KM 1 Kabupaten Bantul, Yogyakarta 55792, telephon studio 0817261065
3	Pengelola	Karang Taruna Desa Srimartani
Data Teknis		
1	Frequensi	105 FM
2	Jenis Antena	Telegazden 5/8 Alpha
3	Daya Pancar	30-50 Watt
4	Besar Power TX	20-25 A
5	Jenis TX	Buatan sendiri
6	Perangkat Siaran lainnya	Komputer, Mixer, Telp, Mikrofon, beberapa radio monitor
7	Jangkauan Siaran	Kelurahan Srimartani
Data Siaran		
1	Target Audience	Masyarakat Kelurahan Srimartani
2	Jumlah Audience	Sekitar 15% dari total masyarakat Srimartani
3	Format Siaran/Acara	Informasi dan Hiburan
4	Format Musik	Semua Jenis Musik
5	Format Berita	Umum dan Seputar Warga

LAMPIRAN 3

Data Kependudukan Kelurahan Srimartani

Data diperoleh dari Kantor Kelurahan Srimartani (Data Bulan Juni 2008)

Tabel 3
Jumlah Penduduk Keseluruhan

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	5.918
Perempuan	6.160
Total Keseluruhan	12.078

Tabel 4
Jumlah Penduduk KK (Kepala Keluarga)

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	1.897
Perempuan	948
Total Keseluruhan	2.845

Tabel 5
Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Usia

Usia	Jumlah
0-3 Tahun	1.319
4-6 Tahun	1.164
7-12 Tahun	1.563
13-15 Tahun	1.098
16-18 Tahun	1.169
19 Tahun keatas	5.846

Tabel 6
Jumlah Penduduk menurut Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah
PNS	549
TNI/POLRI	91
Karyawan Swasta	107
Wiraswasta/pedagang	103
Tani	4.506
Pertukangan	209
Buruh Tani	257
Pensiunan	129
Jasa	34

Tabel 7
Jumlah Penduduk menurut Mata Pencapaian

Usia	Jumlah
10-14 Tahun	1.324
15-19 Tahun	1.317
20-26 Tahun	1.309
27-40 Tahun	1.834
41-56 Tahun	1.111
57 Tahun keatas	1.192

Tabel 8
Jumlah Penduduk Menurut Agama

Agama	Jumlah
Islam	12.031
Katholik	31
Kristen	16
Hindu	0
Budha	0

LAMPIRAN 4

Jumlah Penduduk Srimartani Menurut Tingkat Pendidikan

Tabel 9
Lulusan Pendidikan Umum

Lulusan	Jumlah
Taman Kanak-kanak	0
Sekolah Dasar (SD)	0
SMP/SLTP	1.467
SMA/SLTA	1.309
Akademi / D1 – D3	143
Sarjana (S1 – S3)	136

Tabel 10
Lulusan Pendidikan Khusus

Lulusan	Jumlah
Pondok Pesantren	17
Madrasah	41
Pendidikan Keagamaan	283
Sekolah Luar Biasa	0
Kursus Ketrampilan	57

INTERVIEW GUIDE

1. Bagaimana sejarah berdirinya Radio Komunitas Srimartani FM ?
2. Apa visi dan misi Radio Komunitas Srimartani FM ?
3. Apa tujuan didirikannya Radio Komunitas Srimartani FM ?
4. Bagaimana struktur organisasi Radio Komunitas Srimartani FM ?
5. Program apa saja yang ada di Radio Komunitas Srimartani FM ?
6. Siapa saja target pendengar dari Radio Komunitas Srimartani FM ?
7. Bagaimana Radio Komunitas Srimartani FM dalam memperoleh dana ?
8. Apa saja peralatan yang ada di Radio Komunitas Srimartani FM ?
9. Bagaimana peran dan partisipasi warga terhadap Radio Srimartani FM ?
10. Apa saja kendala yang di hadapi di Radio Komunitas Srimartani FM ?
11. Bagaimana strategi penyiaran di Radio Komunitas Srimartani FM ?
12. Bagaimana bentuk strategi kesesuaian yang dilakukan diradio komunitas Srimartani FM dalam memperoleh pendengar ?
13. Bagaimana penjadwalan program acara yang dilakukan di radio komunitas Srimartani FM ?
14. Apa saja tipe program di Radio komunitas Srimartani FM ?
15. Bagaimana strategi pembentukan kebiasaan yang dilakukan diradio komunitas Srimartani FM dalam memperoleh pendengar ?

16. Bagaimana bentuk strategi dalam pengontrolan arus pendengar yang dilakukan di radio Srimartani FM ?
17. Bagaimana bentuk strategi dalam penyimpanan sumber-sumber program yang dilakukan di radio Srimartani FM ?
18. Bagaimana bentuk strategi daya penarik massa yang dilakukan di radio Srimartani FM ?
19. Apa saja yang dilakukan sebelum melakukan siaran ?
20. Bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan di radio komunitas Srimartani FM ?
21. Bagaimana Radio Komunitas Srimartani FM dalam memperoleh materi siaran ?
22. Apa yang menjadi ciri dari siaran di Radio Komunitas Srimartani FM ?

CURRICULUM VITAE

Identitas pribadi sebagai berikut:

Nama : Anwarudin
Tempat/ Tgl. Lahir : Bantul/ 12 Desember 1985
Jenis kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Piyungan RT 05/RW 06, Srimartani, Piyungan,
Bantul, Yogyakarta 55792

Pendidikan Formal:

1. TK ABA Piyungan lulus tahun 1992
2. SD Negeri Kembang Sari II Piyungan lulus tahun 1998
3. SLTP Negeri I Piyungan lulus tahun 2001
4. SMA Negeri I Prambanan lulus tahun 2004
5. S1 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Pengalaman Organisasi :

1. Pengurus Rohis SMA Negeri I Prambanan tahun 2002-2003
2. Pengurus RISMA Piyungan tahun 2006-2009
3. Ketua Angkatan Muda Piyungan tahun 2008-2010
4. Pengurus Karang Taruna Kecamatan Piyungan tahun 2009- Sekarang