

**STRATEGI PROGRAM RRI PROGRAM (PRO) 2 YOGYAKARTA
102,5 FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA
DI ERA TRANSFORMASI DIGITAL**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Hauzan

NIM 19107030059

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Hauzan

Nomor Induk : 19107030059

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 1 November 2023

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAR
YOGYAKARTA



Hauzan

NIM 19107030059



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Hauzan
NIM : 19107030059
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**STRATEGI PROGRAM RRI PROGRAM (PRO) 2 YOGYAKARTA 102,5 FM
DALAM MEMPERTAHANKAN EKISTENSINYA DI ERA TRANSFORMASI
DIGITAL**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 8 November 2023
Pembimbing

Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I., M.A
NIP : 19840516 201503 2 001



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1304/Un.02/DSH/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI PROGRAM RRI PROGRAM (PRO) 2 YOGYAKARTA 102,5 FM
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA TRANSFORMASI
DIGITAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HAUZAN
Nomor Induk Mahasiswa : 19107030059
Telah diujikan pada : Selasa, 21 November 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.
SIGNED

Valid ID: 65793a58dfbbf



Penguji I
Handini, S.I.Kom., M.I.Kom.
SIGNED

Valid ID: 656ffea4addb



Penguji II
Alip Kunandar, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6576e45808966

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 21 November 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 65795d12c38cf

HALAMAN MOTTO

Jangan pernah menyesal dalam hidup.

*Karena sesungguhnya segala sesuatu yang terjadi di masa lalu
adalah apa yang membentuk kita di masa yang sekarang.*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada kedua orang-tua, keluarga, sahabat, serta teman yang telah membantu peneliti dari segi materiil, moral, waktu, hingga motivasi sehingga peneliti ini dapat terselesaikan.

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang Strategi Program RRI Programa 2 Yogyakarta dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Transformasi Digital. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos, M.Sn selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik.
3. Ibu Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, waktu, arahan, serta dukungan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Handini, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Penguji 1 dan Bapak Alip Kunandar S.Sos, M.Si selaku Penguji 2 yang memberikan masukan dan saran yang sangat membantu dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini.

5. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta pengalaman yang berharga kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
6. Seluruh jajaran Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membantu.
7. Ibu Yuliantini dan Bapak Hans Lody selaku orang tua peneliti dan Hanif selaku kakak peneliti, yang telah memberikan bantuan materiil maupun dorongan moral sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
8. Ibu Sitti Mukarromah, Mas Robbi Angga Maulana, Mba Vina Mufiana, Mba Euis Ningsih, Mas Suryono Abi Maruf, dan Mba Gatricya Rahman yang telah membantu sebagai informan dari RRI Pro 2 Yogyakarta.
9. Ibu Diana Rusnawati, S.H selaku informan dari DIRPP LPP RRI.
10. Aldi Aprilla Nur Rizqi selaku narasumber guna triangulasi data penelitian skripsi ini.
11. Hamdah Rosyidah yang selalu memberikan dorongan motivasi dan dukungan mental sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Daffarel, Fadly, Giano, Naufal, dan Faza sebagai saudara peneliti yang selalu memotivasi peneliti.
13. Rabyan, Noel, Hadi, Akbar, Magali, dan Irfan sebagai teman peneliti yang telah menemani masa perkuliahan peneliti.
14. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Peneliti sangat bersyukur dan berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan semua pihak, Aamiin Ya Rabalalamin.

Yogyakarta, 1 November 2023

Penyusun,



Hauzan

NIM 19107030059



DAFTAR ISI

HALAMAN SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka.....	10
F. Landasan Teori.....	13
G. Kerangka Pemikiran.....	21
H. Metode Penelitian	22
BAB II GAMBARAN UMUM	30
A. Sejarah LPP RRI.....	30
B. Profil LPP RRI.....	30

C. LPP RRI Yogyakarta	32
D. Struktur LPP RRI Yogyakarta	34
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Strategi Program RRI Pro 2 Yogyakarta	35
BAB IV PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Bagian-bagian yang bertugas di RRI Pro 2 Yogyakarta.....	65
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna Media Konvensional di Indonesia Tahun 2019-2020...	2
Gambar 2. Data Survei Pendengar Radio 2012 & 2018.	3
Gambar 3. Data Stasiun Radio yang Biasa Diakses 2020-2021.	6
Gambar 4. Struktur LPP RRI Yogyakarta 2023.	34
Gambar 5. Buku Pedoman Siaran LPP RRI 2023.	38
Gambar 6. Tampilan Aplikasi RRI Digital	44
Gambar 7. Dokumentasi Festival Pelajar Nusantara 2022.	49
Gambar 8. Sosial media X (Twitter) milik RRI Pro 2 Yogyakarta.	51
Gambar 9. Sosial media Instagram milik RRI Pro 2 Yogyakarta.....	52
Gambar 10. Sosial media Instagram milik Swaragama FM.....	53
Gambar 11. Sosial media Tiktok milik Swaragama FM.....	54
Gambar 12. Daftar Acara Siaran (DAS) RRI Pro 2 Yogyakarta.	78
Gambar 13. Pola Strategi Program stasiun penyiaran RRI Pro 2 Yogyakarta.....	80
Gambar 14. Data Grafik Pendengar RRI Pro 2 Yogyakarta.....	81

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

RRI Pro 2 Yogyakarta is a radio station that belongs to country as a public broadcasting institution. RRI Pro 2 Yogyakarta as a media conventional in this digital transformation era, it's hard to still exist in this 'new media'-rivalry. To survive as a media conventional existence, RRI Pro 2 Yogyakarta must have a great program strategy. Program strategic-planning is a main key of program planning that involves the development of short-, medium-, and long-range plans to permit the station to attain its programming. The purpose of this research is to describe how is the program strategy of RRI Pro 2 Yogyakarta to maintaining its existence in this digital transformation era. This research uses qualitative method and program strategic theory. The data that has been processed is obtained through interviews, observation, and documentation to RRI Pro 2 Yogyakarta. The result of this research describes how is the program strategy from program planning, program production, program execution, also monitoring and evaluation that implemented on RRI Pro 2 Yogyakarta. This research found out that on planning program, RRI Pro 2 Yogyakarta's program promotion isn't optimal. Also on program production, RRI Pro 2 Yogyakarta's department resource considered not optimal because RRI Pro 2 Yogyakarta didn't have production manager.

Keywords: Program Strategic, RRI Pro 2 Yogyakarta.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Informasi bisa didapatkan dari beraneka macam sumber. Sumber di sini bisa dari mana saja, mulai dari sesama manusia hingga media-media yang dapat dikategorikan sebagai sumber. Media-media yang menjadi sumber informasi memiliki berbagai macam jenis atau contoh di antaranya adalah media cetak, media penyiaran, dan yang paling baru sekarang adalah media baru atau media *online/internet*. Radio merupakan salah satu dari media penyiaran yang kini masih digunakan sebagai sumber di mana manusia bisa mendapatkan informasi. Tidak hanya mendapatkan informasi, radio juga dapat menjadi sarana hiburan bagi pendengarnya. Kini radio sudah berada di era yang berbeda. Pada era ini persebaran informasi tidak hanya ada di media penyiaran konvensional, namun juga merambah ke media baru atau media *online* (Ramadhani et al., 2022).

Di era transformasi digital ini media yang tersedia bertambah sehingga media radio memiliki pesaing yang harus dipertimbangkan karena berdampak pada eksistensinya. Teknologi yang berkembang pesat menciptakan berbagai macam media baru yang tersedia di sosial media hingga *internet*, bahkan ada pula produk-produk penyiaran seperti *podcast* dan sebagainya. Media-media tersebut kini dikategorikan sebagai media baru atau *new media*. Tidak hanya itu saja, bahkan media-media yang sudah ada sebelumnya pun beradaptasi yang semula bersifat konvensional yang tadinya stasiun penyiarnya disiarkan dengan frekuensi analog menjadi digital, bahkan hingga kini tersedia di *internet*

dengan fitur *streaming* seperti radio *streaming* dan televisi *streaming*. Namun di luar perkembangan dengan adaptasinya yang terbilang cukup baik, peminat pendengar radio dapat dibilang sudah mulai memudar di era transformasi digital ini.

Penikmat atau pendengar setia radio kini hanya terbatas. Kemajuan teknologi khususnya di bidang informasi ini, menyebabkan pergeseran tren khususnya pada konsumsi media. Pendengar radio di Indonesia kini sudah semakin berkurang. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil survei Global Web Index pada tahun 2020 menunjukkan pada semester 1 tahun 2019 masih terdapat 57,9% dari responden yang masih mengakses radio, dilanjut pada semester 1 tahun 2020 tersisa 53,1% dari responden yang masih mengakses radio (Pusparisa, 2021). Datanya adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Data Pengguna Media Konvensional di Indonesia Tahun 2019-2020.
Sumber: katadata.co.id

Dari data tersebut terbukti bahwa pendengar radio khususnya di Indonesia menurun dari tahun 2019 - 2020. Tidak hanya pendengar radio, pada data hasil survei tersebut juga menyebutkan bahwa penonton televisi dan juga

pembaca koran dan majalah juga menurun. Dari sini dapat dianggap pula bahwa media konvensional mulai kehilangan peminatnya. Data penurunan peminat mendengarkan radio juga didukung oleh hasil survei berikut.



Gambar 2. Data Survei Pendengar Radio 2012 & 2018.
Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019.

Mengutip data dari Badan Pusat Statistik Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2014) pada tahun 2012 hanya terdapat 18,55% dari total keseluruhan penduduk Indonesia di atas umur 10 tahun yang masih rutin mendengarkan radio. Bahkan untuk D.I. Yogyakarta hanya terdapat 34,37% dari total kependudukan D.I. Yogyakarta. Angka data pendengar radio tersebut mengalami penurunan. Pada tahun 2018 (Badan Pusat Statistik, 2019) data yang didapatkan adalah 12,73% dari kependudukan seluruh Indonesia dan 26,25% dari kependudukan D.I. Yogyakarta. Dari data tersebut dapat terlihat bahwa peminat mendengarkan media radio terbilang turun dari tahun 2012 hingga tahun 2018.

Namun berkaca dari negara Amerika Serikat pada saat pandemi covid-19 menyerang, waktu yang digunakan oleh peminat radio dalam mendengarkan

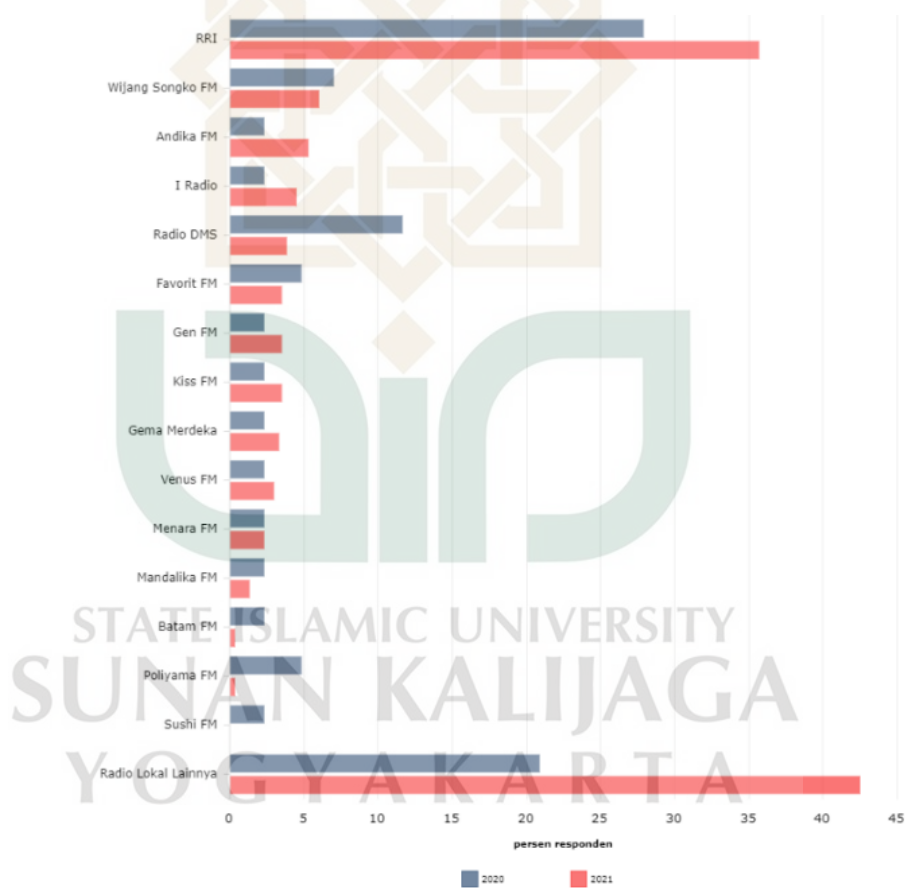
radio jadi lebih meningkat. Pada tahun 2020 survei Nielsen (Nielsen, 2020) mendapatkan data 83% konsumen radio mendengarkan radio lebih banyak daripada sebelum pandemi Covid-19. Salah satu faktor pendorong hasil survei tersebut adalah dikarenakannya konsumen atau pendengar radio yang lebih memilih untuk berdiam di rumah karena kekhawatirannya di tengah maraknya pandemi virus Covid-19. Hal tersebut menyebabkan meningkatnya intensitas konsumsi media-media dan salah satunya adalah radio. Survei tersebut juga mengatakan sama halnya seperti konsumsi televisi lokal, siaran langsung pada media radio juga menghadirkan rasa interaksi secara nyata. Informasi yang dihidangkan oleh televisi dan radio lokal lebih *up to date* dan terpercaya. Interaksi langsung yang dibawakan oleh penyiar memberikan rasa kedekatan dan membuat konsumen yang merasa bosan di saat pandemi menjadi seperti sedang berinteraksi secara langsung dengan penyiar.

Meskipun peminat mendengarkan radio sudah menurun dari tahun ke tahun namun bagi para penikmat radio, kebiasaan mendengarkan radio masih ada dan terus bertahan meski adanya gencatan era transformasi digital ini. Dari isu inilah peneliti tertarik meneliti topik strategi suatu radio dalam mempertahankan eksistensinya. Sedangkan subjek yang peneliti ambil adalah Radio Republik Indonesia (RRI) Program (Pro) 2 Yogyakarta dengan frekuensi radio 102,5 FM yang di mana RRI ini adalah radio milik pemerintah Indonesia dan berfungsi sebagai penyiaran publik. Hal yang menarik dari subjek ini adalah dikarenakan radio ini milik pemerintah maka radio ini tidak bersifat komersial justru merupakan pelayanan publik. Jadi meski minat radio

sudah luntur, siaran milik RRI sebagai lembaga penyiaran publik tetap harus mengudara. RRI sendiri terbagi menjadi 4 program, yaitu Pro 1, Pro 2, Pro 3 dan Pro 4. Pro 1 merupakan program RRI sebagai pusat siaran pemberdayaan masyarakat, sedangkan Pro 2 merupakan pusat siaran kreativitas anak muda, Pro 3 adalah pusat jaringan berita nasional dan kantor berita radio, dan yang terakhir yaitu Pro 4 yang merupakan pusat siaran budaya dan Pendidikan (PPID Yogyakarta, 2023). Pemilihan subjek RRI Pro 2 dalam penelitian ini dikarenakan ketertarikan dan keterjangkauan peneliti dalam akses guna melakukan penelitian, selain itu faktor lain seperti kesesuaian peneliti sebagai target pendengar atau segmentasi dari Pro 2 itu sendiri.

RRI Pro 2 sendiri memiliki banyak faktor untuk mempertahankan eksistensinya. Beberapa faktor di sini merupakan hal yang membuat RRI Pro 2 tetap memiliki pendengar, salah satunya adalah program-program yang RRI Pro 2 sajikan kepada pendengarnya. Pringle Starr McCavitt dalam Morissan (2008) mengatakan bahwa mayoritas program suatu stasiun radio memiliki satu unsur inti atau isi utama yang disebut sebagai format. Ia juga mengotakan format stasiun penyiaran radio ke dalam tiga kotak besar, yaitu: format musik, format informasi, dan format khusus (*specialty*). Setiap acara siaran harus mengikut kepada pemilihan format siaran tertentu berbarengan dengan semakin maraknya stasiun siaran dan makin terbaginya audiens radio. Format program ada ditujukan atas prinsip utama mengenai apa, kepada siapa, dan bagaimana jalannya suatu siaran agar dapat dinikmati oleh audiens (Morissan, 2008).

Maka dari itu, program suatu siaran radio juga menentukan siapakah audiens atau pendengarnya. Radio dapat dikatakan eksis apabila masih memiliki pendengar yang mendengarkan siaran stasiun radio tersebut. Jadi suatu stasiun radio harus memiliki prinsip format siaran yang tidak berubah-ubah agar memiliki pendengar yang setia mendengarkan siaran stasiun radionya. Berikut adalah data stasiun radio yang biasa diakses pada tahun 2020 dan 2021.



Gambar 3. Data Stasiun Radio yang Biasa Diakses 2020-2021.
 Sumber: katadata.co.id.

Dilansir dari Katadata, RRI memiliki jumlah 35,7% dari seluruh responden survei pada tahun 2021. Selain menjadi radio ter-banyak

didengarkan, RRI juga merupakan stasiun radio yang paling memiliki kepercayaan yang tinggi oleh responden. Sebanyak 40,6% hasil survei tersebut memiliki kepercayaan yang tinggi kepada RRI. Di sisi lain, angka yang lain menunjukkan tingkat kepercayaan responden kepada radio selain RRI berada di angka di bawah 6% (Ahdiat, 2022). Data tersebut didapatkan dari 514 kabupaten/kota, 34 provinsi di negara Indonesia, melibatkan anggota rumah tangga dengan umur 13 sampai dengan 70 tahun dan juga pernah mengakses internet, sebagai responden selama tiga minggu terakhir selama survei berlangsung.

Berdasarkan data tersebut, siaran milik RRI terbukti cukup baik mengambil kepercayaan pendengarnya. Tingkat kepercayaan yang tinggi tersebut bisa tercapai bukan tanpa usaha. Dengan angka tersebut, RRI bisa dibilang memiliki *value* atau manfaat bagi para pendengarnya sehingga para pendengarnya bisa bertahan mendengarkan RRI. Dengan begitu maka bisa ada data capaian tingkat kepercayaan tersebut. Selain memiliki kepercayaan yang tinggi, menurut data responden Katadata juga mengatakan RRI juga merupakan radio yang cukup sering diakses yaitu 35,7% (Ahdiat, 2022). Keberadaan RRI sendiri pasti tidak sekedar ada saja, namun juga memiliki tujuan yang manfaatnya dapat dirasakan oleh para pendengarnya sehingga dapat ditemukan data tersebut.

Karena sesungguhnya semua yang ada di dunia ini pasti memiliki tujuan dan manfaat. Sebagaimana yang dijelaskan di dalam Quran surat Ali Imran ayat

191 mengenai segala sesuatu yang diciptakan oleh Allah SWT tidak ada yang sia-sia.

مَا رَبَّنَا ۖ وَالْأَرْضَ السَّمَوَاتِ خَلَقَ فِيَّ وَيَتَفَكَّرُونَ جُنُوبِهِمْ وَعَلَىٰ وَقُعُودًا قِيَامًا اللَّهُ يَذْكُرُونَ الَّذِينَ
النَّارِ عَذَابٍ فَبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ ۚ بَاطِلًا هَذَا خَلَقْتِ

Dengan arti; “(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk atau dalam keadaan berbaring, dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), "Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia; Mahasuci Engkau, lindungilah kami dari azab neraka.”(Kemenag RI, 2018).

Tafsir Ibn Kathir berbunyi, “*The faithful believers praise Allah and deny that He does anything in jest and without purpose, ...*” (Abdul-Rahman, 2011). Dikatakan pada ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah SWT tidak menciptakan ciptaannya tanpa tujuan. Selain itu ayat tersebut juga dijelaskan oleh Malik Ghulam Farid melalui bukunya *The Holy Qur'an English Translation & Commentary* sebagai berikut,

“*The grand system to which an allusion has been made in the previous verse could certainly not have been brought into being without a definite purpose. The whole universe having been created to serve man, the creation of man himself must have a great purpose. When man ponders over the spiritual implication of the physical phenomenon of the creation of the universe and the consummate order that pervades it, he is deeply impressed by the great wisdom of the creator, and from the inmost depths of his being rises the cry: Our Lord, thou hast not created this universe in vain.*” (Farid, 1969)

Pada ayat tersebut terdapat kalimat mengenai Allah SWT menciptakan semua ciptaannya tidak secara sia-sia. Maka dari itu semua diciptakan dengan tujuan dan manfaatnya masing-masing. Begitu pula dengan RRI Pro 2 Yogyakarta yang memiliki manfaat sehingga bisa menjadi salah satu radio dengan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi dari radio lainnya. Hal tersebut sejalan juga dengan makna eksistensi. Sebagaimana yang dijelaskan bahwa

eksistensi tidak hanya sebuah keberadaan saja, namun eksistensi juga memiliki nilai-nilai seperti berubah secara dinamis, pemberian makna, dan berada di dalam dunianya (Abidin, 2007).

RRI Pro 2 Yogyakarta sendiri yang merupakan lembaga penyiaran publik dan sebagaimana fungsinya, RRI Pro 2 Yogyakarta berfungsi sebagai pelayanan publik, keberadaannya saja belum dapat dikatakan eksis. Perlu dilakukan analisis eksistensial guna mengkaji eksistensi dari RRI Pro 2 Yogyakarta. Sehingga penelitian ini penting guna mengkaji dan mendeskripsikan bagaimana strategi program milik RRI Pro 2 Yogyakarta guna mempertahankan eksistensinya di era transformasi digital ini.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi program RRI Pro 2 Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensinya di era transformasi digital?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan guna menganalisis mengenai bagaimana strategi program radio RRI Pro 2 Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensinya di era transformasi digital.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat berguna sekaligus memiliki manfaat bagi bidang akademis di Yogyakarta maupun di masyarakat luas untuk menambah referensi serta wawasan pada bidang studi Ilmu Komunikasi khususnya di bidang strategi program.

2. Manfaat Praktis

a. Industri Penyiaran

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat berguna dan memiliki manfaat untuk dijadikan acuan evaluasi atau acuan strategi bagi RRI Pro 2 Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensinya, dan juga radio-radio lain khususnya di Yogyakarta.

b. Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau bahan bacaan bagi masyarakat yang ingin membuat media penyiaran dan menggunakan teori strategi program dalam perencanaannya.

c. Negara

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi Lembaga Penyiaran Publik milik Negara agar menjadi lebih baik lagi guna mempertahankan eksistensinya di era transformasi digital ini.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian pertama yang dijadikan tinjauan pustaka adalah jurnal dengan judul “Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya”, Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya Vol.4 No.1 Universitas Islam ‘45’ Bekasi milik Tresna Yumiana Rahayu dan Kartini Rosmalah Dewi Katili, 2019 (Rahayu & Katili, 2019). Pada jurnal tersebut meneliti mengenai bagaimana strategi program Radio Rodja 756 AM dalam mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini menemukan hasil bahwa terdapat enam faktor penting strategi

program Kajian Tematik dalam mempertahankan eksistensinya. Yang pertama yaitu terdapatnya ilmu atau informasi berupa kajian keagamaan dalam setiap tema yang dihadirkan secara aktual. Lalu yang kedua yaitu membawa narasumber yang berkompeten dalam bidangnya. Ketiga, mengikutsertakan pihak ke-tiga dalam mengumpulkan ide melalui angket, media sosial, dan diskusi. Keempat adalah melakukan inovasi dengan menyelenggarakan beberapa kegiatan *off air*, promosi melalui media sosial dan secara *word of mouth*, membuat jadwal siaran, dan juga memaksimalkan potensi. Selanjutnya yang kelima, adanya konsistensi identitas, yaitu nama dan kemasan program. Keenam, perluasan distribusi program dengan melalui radio analog, *streaming*, satelit, dan *relay*. Lalu untuk persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah keduanya mengambil topik strategi program radio dalam mempertahankan eksistensinya dengan teori strategi program milik Peter Pringle. Sedangkan perbedaannya terdapat pada subjek dan tempat atau lokasi penelitiannya.

Penelitian kedua yang dijadikan tinjauan pustaka adalah jurnal dengan judul “Proses Produksi Program Siaran Kumpulan Inspirasi Sahabat di RRI Pro 2 Yogyakarta”, dari Solidaritas Jurnal Ilmu-ilmu Sosial Vol.2 No.1 tahun 2018 Universitas Slamet Riyadi Surakarta, milik Mitha Rizkyta Saraswati et al. (Rizkyta, Nurati, & Riyanto, 2018). Pada jurnal ini penulis meneliti tentang bagaimana jalannya produksi program siaran dengan judul “Kumpulan Inspirasi Sahabat” (Kisah) milik stasiun RRI 102,5 FM Pro 2 Yogyakarta. Penulis menemukan hasil dari penelitian tersebut bahwa program Kisah berjalan dengan baik dari proses pra-produksi, produksi bahkan hingga pasca produksi.

Dikatakan berhasil tersebut didapatkan dari proses *editing* dan *mixing* yang baik. Dalam proses *editing* dan *mixing* tersebut dilakukan secara teliti dan baik sehingga mengurangi *noise* dan hambatan yang ditemukan dari proses rekaman yang dilakukan dengan narasumber, sehingga hasil rekaman tersebut menjadi lebih menarik dan berhasil menggaet pendengar. Lalu jalannya produksi yang sudah sesuai dengan teori, sehingga mampu menginspirasi para pendengar radio tersebut. Persamaan yang ditemukan pada penelitian ini yaitu terdapat pada subjeknya, yang di mana subjek yang diteliti yaitu stasiun RRI Pro 2 Yogyakarta. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terdapat pada objek yang diteliti, penulis mengangkat topik proses produksi program siaran sebagai objek penelitiannya.

Penelitian ketiga yang dijadikan tinjauan pustaka adalah jurnal dengan judul "*Management Strategy of Online Radio: Post COVID-19 Pandemic*" dari penerbit Atlantis Press Vol. *Proceedings of the 3rd Jogjakarta Communication Conference (JCC 2021)* oleh Corry Novrica AP Sinaga et al. (Sinaga, Nasution, & Elvita, 2021). Pada jurnal ini penulis bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen suatu stasiun radio pasca pandemi Covid-19 dengan subjek Move Online Radio. Ditemukan hasil bahwa strategi manajemen yang Move Online Radio lakukan adalah meningkatkan jumlah siaran musik dikarenakan program ini dapat terbilang cukup murah. Sejak awal, Move Online Radio telah berkolaborasi dengan label musik yang memasok banyak lagu hingga cukup untuk disiarkan selama 24 jam sehari. Memodifikasi program siaran radio dengan siaran langsung di media sosial, khususnya Instagram.

Mengampanyekan tren radio *online*, hal tersebut merupakan pilihan terbaik untuk sosialisasi dan promosi, karena dianggap efektif mengandung makna kekinian, tidak terbatas dan dapat mengurangi frekuensi interaksi langsung. Sangat cocok untuk program kesehatan selama pandemi COVID-19 yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia. Selain itu juga melakukan kerja sama dengan media massa lokal dan nasional untuk promosi setelah pandemi COVID-19. Persamaan yang ditemukan pada jurnal ini adalah topik utama pembahasannya di mana pada jurnal ini masih membahas tentang strategi sebuah stasiun radio. Sedangkan perbedaan pada jurnal ini yaitu objek pada penelitian ini lebih berfokus pada strategi manajemen stasiun radio, dan subjek yang dipilih adalah stasiun radio Move Online Radio.

F. Landasan Teori

1. Media Penyiaran Radio

Masduki dalam Rahayu & Katili (2019) mengatakan radio mempunyai modal kuat yaitu sebagai media imajinasi, karena di sini radio sendiri merupakan media yang tidak memiliki visual, radio hanya mengandalkan suara, dan bertujuan memvisualkan penyiar dan juga pesan yang disampaikan kepada para audiens.

Undang-Undang Penyiaran di Indonesia, UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002, Pasal 13 (Komisi Penyiaran Indonesia, 2002) mengotakkan jenis-jenis stasiun siaran kepada empat jenis stasiun. Empat jenis stasiun siaran menurut UU tersebut mencakup stasiun penyiaran televisi maupun radio. Jenis-jenis stasiun siaran di sini di antaranya yaitu, stasiun siaran swasta, stasiun siaran berlangganan, stasiun siaran publik, dan juga stasiun

siaran komunitas. Jenis-jenis stasiun siaran tadi merupakan bagian penting stasiun penyiaran di Indonesia dengan fungsinya masing-masing. Jenis stasiun siaran swasta dan stasiun siaran berlangganan memiliki tujuan mencari keuntungan atau komersial. Sedangkan kedua yang lainnya memiliki tujuan non-komersial yang di antaranya adalah stasiun siaran publik dan stasiun siaran komunitas (Morissan, 2008).

Dari pemaparan mengenai media penyiaran radio di atas, stasiun dibagi menjadi empat jenis stasiun penyiaran. Subjek pada penelitian ini yang merupakan RRI Pro 2 Yogyakarta masuk ke dalam jenis stasiun penyiaran publik. Sesuai dengan yang ada di Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 12 Tahun 2005 mengenai Lembaga Penyiaran Layanan Publik, Pasal 1 dengan jelas menyebut bahwa RRI adalah Lembaga Penyiaran Publik (BPK RI, 2005).

2. Program Radio

“Program” diambil dari bahasa Inggris dan memiliki arti acara dan juga rencana yang mana kata tersebut melekat pada istilah siaran di Indonesia. Istilah “siaran” diambil oleh Undang-undang Penyiaran Indonesia untuk mendefinisikan rangkaian pesan yang disajikan menjadi bermacam-macam bentuk (Komisi Penyiaran Indonesia, 2002). Akan tetapi “siaran” jarang dipakai pada penyiaran di Indonesia melainkan kata “program” guna menerangkan sebuah acara. Program merupakan semua sajian stasiun siaran dengan tujuan guna memuaskan kepentingan audiensnya. Dengan begitu, program mempunyai arti yang luas.

Program dan materi yang diberikan merupakan inti yang menentukan menarik atau tidak guna disaksikan. Acara juga bisa diibaratkan menjadi *goods* dan pelayanan *services* yang ditawarkan dan ditujukan pada pihak lain, pada konteks di sini yaitu ditujukan kepada audiens dan juga para pemegang iklan. Maka dari itu, acara merupakan *goods* yang diinginkan *stakeholder* guna mau untuk diikuti. Konteks di sini memiliki satu formula pada dunia siaran yang mana acara bagus bisa meraih audiens yang cukup banyak, dan di lain hal program yang kurang menarik atau kurang bagus juga pasti mendapatkan audiens yang sebanding (Morissan, 2008).

Pringle Starr McCavitt dalam (Morissan, 2008) menggambarkan mengenai mayoritas acara suatu radio dipengaruhi dengan suatu elemen isi utama dan biasa disebut sebagai format. Ia pula yang mengotakkan mayoritas format radio menjadi tiga kotak, yang mana di antaranya: format musik, format informasi, dan format khusus (*specialty*). Setiap acara atau program siaran harus mengikut kepada pemilihan format siaran tertentu sejalan dengan semakin maraknya stasiun siaran dan juga terbaginya pendengar radio. Format program ada guna gagasan awal mengenai apa, kepada siapa, dan bagaimana tahapan pengelolaan satu program agar bisa sampai kepada pendengar.

3. Strategi Program

Peter Pringle dalam (Morissan, 2008) menerangkan strategi program dilihat dari lingkup manajerial yang biasa diibaratkan pula menjadi

manajemen strategis (*management strategic*) program acara dan di antaranya yaitu dari perencanaan program, dilanjut dengan produksi dan pembelian program, hingga eksekusi program, terakhir yaitu pengawasan dan evaluasi program, yang menjadi tanggung jawab dari departemen program.

a. Perencanaan Program

Pada perencanaan program meliputi tahapan seperti persiapan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang agar stasiun siaran meraih target program selain itu juga target penjualan program tersebut. Dalam stasiun siaran khususnya radio, perencanaan program meliputi penentuan format dan esensi acara yang bisa menggaet dan memenuhi keinginan pendengar yang ada di antara satu segmen pendengar yang didasari oleh demografi yang berbeda. Perencanaan program radio meliputi pula pencarian *host* yang mempunyai pembawaan dan *style* yang cocok dengan format acara yang ditentukan stasiun radio. Dalam buku Morissan (2008) perencanaan program mencakup **Analisis dan Strategi Program, Bauran Program, Membuat Perencanaan, Tujuan Program, dan Faktor Program.**

i. Analisis dan Strategi Program

Pada dasarnya perencanaan program merancang program yang bisa ditawarkan kepada calon audiens. Maka dari itu penting menganalisis pasarnya terlebih dahulu sebelum menawarkan program tersebut kepada calon audiens-nya. Proses menganalisis ini disebut

sebagai rencana pemasaran strategis atau juga disebut sebagai *strategic marketing plan* strategi ini bertujuan mempelajari audiens agar program yang direncanakan berhasil menarik audiens. Hal tersebut merupakan analisis situasi yang dibutuhkan guna memahami pasar audiens yang menjadi target program tersebut. Analisis situasi ini terdiri dari analisis peluang dan analisis kompetitif.

ii. Bauran Program

Bauran program atau juga disebut sebagai *programming mix* merupakan strategi program yang mana berguna untuk menempatkan atau menyesuaikan program yang dibuat dengan target pasar yang sudah dilakukan analisis situasi pada tahap sebelumnya. Bauran program atau *programming mix* merupakan serapan ilmu dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Pada tahap ini setelah melakukan analisis situasi, seharusnya sudah mendapatkan data mengenai target audiens yang dituju dan menjadi fokus programnya. Bauran program ini terdiri dari 4 aspek, yaitu produk program, harga program, distribusi program, dan promosi program.

iii. Membuat Perencanaan

Pada tahap ini terdapat pentingnya sebuah stasiun dalam menetapkan rencana program. Rencana di sini adalah target yang menjadi fokus sasaran program tersebut. Target di sini di antaranya adalah target audiens dan target pendapatan.

iv. Tujuan Program

Setiap program memiliki tujuannya masing-masing. Namun dalam konteks ini, pada umumnya program memiliki tujuan menggapai sebanyak mungkin audiens. Tapi faktanya banyak pula tujuan-tujuan lain yang ingin digapai oleh beberapa program. Seperti lembaga penyiaran publik pemerintah contohnya yang memiliki tujuan kepentingan publik. Menurut Edwin T Vane dan Lynne S Gross melalui buku Morissan (2008), terdapat lima tujuan program yaitu mendapatkan sebanyak mungkin audiens, target audiens tertentu, prestise, penghargaan, dan kepentingan publik.

v. Faktor Program

Faktor program merupakan beberapa faktor yang harus dipertimbangkan oleh stasiun siaran dalam membuat sebuah program. Pada tahap ini, stasiun siaran harus mengetahui dan memahami terlebih dahulu sebelum membuat keputusan perencanaan program. Peter Pringle dalam Morissan (2008) mengemukakan beberapa faktor seperti persaingan, ketersediaan audiens, anggaran, dan beberapa faktor lainnya yang harus dipertimbangkan oleh stasiun radio.

b. Produksi dan Pembelian Program

Ide dan gagasan adalah inti dari proses pembuatan program. Jadi setiap program harus dimulai dengan ide atau gagasan. Ide atau gagasan tersebut diwujudkan melalui proses produksi. Program yang diproduksi oleh media atau penyiar disebut *in-house* production atau produksi

sendiri (Morissan, 2008). Saat memproduksi acara radio dalam format apa pun, departemen stasiun radio mencakup *Music Director*, Manajer Produksi, Penyiar, *News Director*, dan *Reporter*.

Ningsih dalam (Rahayu & Katili, 2019) menyebutkan bahwa ada dua cara yang dapat digunakan dalam produksi siaran, yaitu:

- *Live* atau siaran langsung: *on air*, produksi dilakukan secara langsung di ruang siaran tanpa melalui proses pengeditan dan penyatuan materi secara mekanis.
- *Tapping* atau rekaman: siaran rekaman merupakan siaran yang tahapan produksinya dieksekusi dahulu dan direkam, lalu kemudian selanjutnya disiarkan sesuai kebutuhan.

c. Eksekusi Program

Eksekusi program meliputi tahapan menyiarkan dan harus dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Bagian program harus menganalisis dan mengklasifikasikan setiap waktu siaran untuk menemukan audiens yang dibutuhkan, karena waktu yang berbeda pasti memiliki audiens yang berbeda. Pengelola program harus mengelompokkan atau mengatur program sebanyak mungkin, sehingga ia harus memiliki strategi dan pembagian waktu siaran yang tepat (Morissan, 2008).

d. Pengawasan dan Evaluasi Program

Dalam (Morissan, 2008) diterangkan mengenai tahapan media penyiaran, departemen, dan tim operasi departemen menerapkan

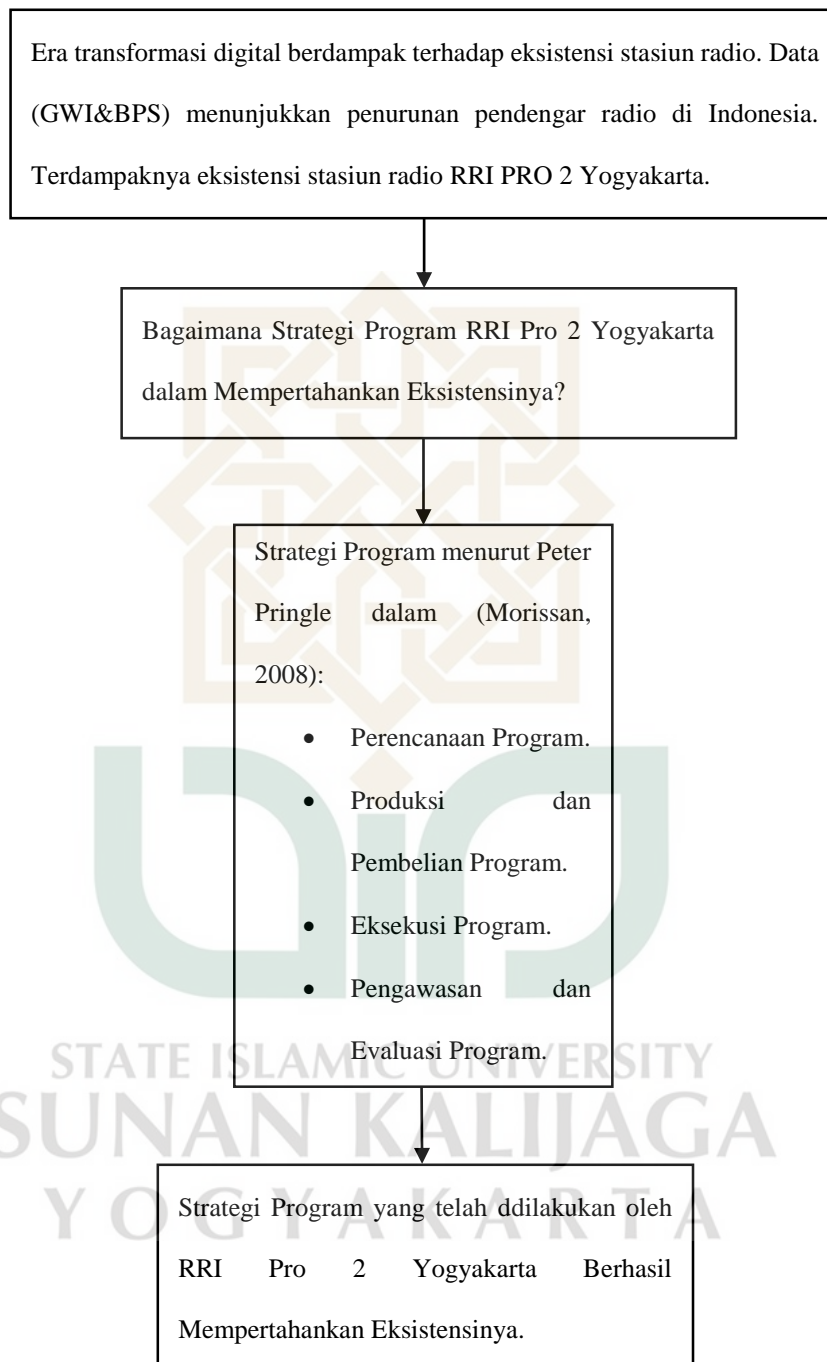
kebijakan dan tujuan, dan sampai mananya dipantau oleh metode pengawasan dan evaluasi program. Tahapan pengawasan mencakup hasil atau langkah-langkah tindakan yang harus diukur untuk memastikan keberhasilan berjalan secara efektif. Kegiatan evaluasi rutin untuk setiap individu dan program memungkinkan pihak manajemen untuk membandingkan kinerja aktual dengan kinerja yang direncanakan semula. Jika terdapat perbedaan, maka harus mengambil tindakan guna memperbaiki kinerjanya.

4. Eksistensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata eksistensi adalah adanya sebuah keberadaan (Depdikbud, 2005). Definisi eksistensi di sini juga dijelaskan sebagai ada dan berkembang. Sedangkan definisi lainnya menjelaskan bahwa eksistensi merupakan dikenal dan mendapatkan perhatian dari banyak orang atau tenar dan populer.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

G. Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif sendiri yaitu cara yang dapat diaplikasikan guna mencari solusi rumusan masalah penelitian yang berhubungan dengan data naratif deskriptif yang diambil dari proses wawancara, pengamatan, dan dokumentasi (Wahidmurni, 2017). Tidak hanya itu saja, Corbin dan Strauss juga menerangkan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian di mana peneliti dalam pengumpulan dan proses analisis data menjadi bagian dari jalannya penelitian sebagai partisipan berbarengan dengan informan yang menyajikan data (Wahidmurni, 2017).

Seperti yang sudah disebut di atas, pada penelitian ini bersifat deskriptif pula. Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang di mana berusaha menjabarkan atau menggambarkan objek dan subjek yang dikaji bersifat objektif, dan memiliki tujuan guna menggambarkan fakta dengan cara sistematis dan penggambaran objek serta yang diteliti secara akurat. Hasilnya pasti ditemukan penjabaran yang dalam, luas, dan terperinci (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Melalui pendekatan tersebut, peneliti berusaha menguraikan dan mendeskripsikan serta menjelaskan secara dalam mengenai bagaimana strategi program yang dilaksanakan RRI Pro 2 Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensinya di kalangan pendengar radio.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Moleong (Nugrahani, 2014) menjelaskan mengenai subjek penelitian yang dapat diartikan sebagai orang dalam di penelitian, di antara lain merupakan orang yang dipergunakan guna menjadi sumber data atau informasi mengenai keadaan pada masalah penelitian. Dari pemaparan di atas, peneliti memilih RRI Pro 2 Yogyakarta sebagai subjek penelitian ini. Peneliti memilih subjek penelitian yaitu karyawan RRI khususnya RRI Pro 2 Yogyakarta, yang di antaranya adalah penanggung jawab siaran, penyiar, MD dari stasiun RRI Pro 2 Yogyakarta serta bagian-bagian lain yang bersangkutan.

b. Objek Penelitian

Sugiyono menjelaskan objek penelitian juga dapat diartikan sebagai situasi sosial yang di antaranya terdapat tempat, pelaku, dan kegiatannya (Sugiyono, 2013). Dapat dikatakan pula bahwa objek penelitian merupakan situasi sosial yang dibahas. Penelitian ini mengangkat sebuah topik strategi program milik RRI Pro 2 Yogyakarta sebagai objek penelitian ini.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Sumber data di penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis yang di antaranya merupakan data primer dan sekunder.

1) Data Primer

Data primer di sini adalah penjabaran yang peneliti dapatkan secara langsung dari lapangan atau lokasi penelitian. Pada penelitian ini, sumber data primer peneliti didapatkan dengan proses observasi yang dilakukan pada lokasi penelitian yaitu RRI Pro 2 Yogyakarta. Dan peneliti juga menjalankan wawancara kepada subjek penelitian yaitu karyawan RRI Pro 2 Yogyakarta yang ditujukan kepada penanggung jawab siaran, pengarah acara, *music director*, penyiar, dan beberapa tim lain yang terlibat secara langsung.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung untuk memperkuat data-data yang sudah ada. Pada penelitian ini, data sekunder peneliti adalah dokumentasi. Data dokumentasi yang diambil seperti dokumen-dokumen program siaran milik RRI Pro 2 Yogyakarta terdahulu dan dokumentasi lainnya yang diperlukan untuk data penelitian.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses yang dijalankan peneliti guna mendapatkan data yang dibutuhkan untuk penelitian. Pada pembahasan ini, peneliti melakukan tahapan-tahapan guna mengumpulkan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1) Observasi

Nasution dalam (Sugiyono, 2013) menjelaskan tentang observasi sebagai titik tumpu segala ilmu pengetahuan. Para peneliti hanya bisa bekerja berdasarkan data, yang merupakan fakta tentang dunia nyata yang didapatkan dari tahapan observasi. Data tersebut dikumpulkan dan juga dengan bantuan beragam alat yang canggih, dengan begitu hal-hal terkecil hingga terjauh sekali pun bisa diobservasi dengan maksimal.

Faisal dalam (Sugiyono, 2013) mengklarifikasi observasi menjadi tiga yang di antaranya adalah observasi berpartisipasi, observasi yang secara terang-terangan dan tersamar, dan juga observasi yang tak berstruktur. Selanjutnya, Spradley dalam Sugiyono (2013) memecah observasi berpartisipasi jadi empat, yaitu *passive participation*, *moderate participation*, *active participation*, dan *complete participation*.

Penelitian ini memakai observasi partisipatif, partisipasi moderat. Dalam teknik ini memerlukan keseimbangan antara peneliti menjadi bagian dari orang dalam sekaligus juga orang luar. Peneliti dalam mengumpulkan data observasi partisipatif ikut serta dalam beberapa kegiatan, walaupun tidak semua kegiatan.

2) Wawancara

Esterberg mengartikan wawancara adalah kegiatan antara dua insan guna berbagi informasi menggunakan tanya jawab, agar

dapat kesimpulan makna pada suatu masalah atau topik tertentu (Sugiyono, 2013). Esterberg juga membagi wawancara menjadi wawancara terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur. Penelitian ini memakai wawancara semi-terstruktur.

Wawancara semi-terstruktur bertujuan guna mengkaji permasalahan dengan lebih terbuka, di mana pihak yang diwawancarai dimintai gagasan dan pendapatnya. Wawancara yang dilakukan di pembahasan ini ditujukan pada karyawan RRI Pro 2 Yogyakarta yang dipilih dengan *purposive sampling* dengan kriteria di antaranya: 1) subjek tersebut sudah ada dari lama dan juga intensif menyatu dengan bidang yang dibahas di penelitian, 2) orang tersebut ikut serta secara penuh di bidang tersebut, dan 3) orang tersebut mempunyai waktu yang cukup guna dimintai informasi demi kebutuhan penelitian. Hasil dari wawancara ini ditujukan guna meraih data yang mendalam.

3) Dokumentasi

Dokumentasi atau dokumen di antaranya adalah berupa catatan kejadian yang sudah terjadi. Dokumen pula berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari subjek. Studi dokumen merupakan pelengkap data dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara bisa lebih kredibel apabila ditambahkan dengan dokumentasi (Sugiyono, 2013). Dokumen-dokumen yang

digunakan pada penelitian ini di antaranya seperti dokumen program-program yang sudah berjalan, sedang berjalan, bahkan yang masih direncanakan, selain itu juga dokumen pendukung lainnya.

4. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan mengkaji dan menjabarkan dengan sistematis data yang didapatkan dari proses wawancara, nota lapangan, dan dokumen, dengan membagi data yang didapatkan dengan kategori-kategori, menyusun menjadi unit-unit, membagi ke dalam pola, menentukan mana yang penting dan bisa dikaji, juga mencari rangkuman sehingga tidak sulit dipahami oleh peneliti atau penulis maupun orang lain (Sugiyono, 2013). Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2013) menerangkan mengenai aktivitas dalam analisis data kualitatif dikaji dengan cara interaktif dan dilakukan secara lanjut sampai akhir, sehingga data yang didapatkan sudah jenuh. Aktivitas pada analisis data, yaitu di antaranya adalah *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

a. *Data Reduction* (reduksi data)

Reduksi data merupakan proses mengurangi, menyimpulkan, atau memilah data-data yang penting, dan hanya berfokus ke data yang penting-penting saja. Maka dari itu, datanya setelah direduksi bisa lebih mudah dipahami dan terlihat terang, dan juga mempermudah para peneliti dalam langkah pengumpulan data untuk proses selanjutnya.

Proses reduksi data bisa dilakukan dengan diskusi bersama orang lain yang lebih ahli di bidangnya.

b. *Data Display* (penyajian data)

Setelah data sudah direduksi, maka tahapan selanjutnya yaitu menyajikan datanya. Di penelitian kualitatif, penyajian data dapat dijalankan dengan bentuk simpulan singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Sedangkan menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2013), penyajian data yang paling banyak dipakai pada penelitian kualitatif yaitu dalam bentuk teks naratif.

c. *Conclusion drawing/verification*

Langkah selanjutnya dalam menganalisis data pada penelitian kualitatif bagi Miles dan Huberman yaitu pengambilan kesimpulan atau verifikasi. Dengan demikian kesimpulan tersebut bisa saja dapat memberikan jawaban dari pertanyaan pada rumusan masalah yang peneliti rumuskan pada awal penelitian, tetapi tidak menutup kemungkinan juga ternyata tidak dapat menjawab, dikarenakan rumusan masalah pada penelitian kualitatif sifatnya sementara dan biasanya berkembang setelah berlangsungnya penelitian. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya belum jelas, menjadi jelas. Kesimpulan tersebut bisa berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2013).

5. Metode Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, hasil atau data bisa dikatakan valid jika tidak ditemukan perbedaan antara yang dicatat peneliti dengan apa yang terjadi sebenarnya pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2013). Dari sekian banyak teknik uji keabsahan data, di antaranya yaitu teknik triangulasi data. William Wiersma dalam Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa triangulasi dalam pengujian keabsahan ini didefinisikan dengan pengecekan data dari bermacam sumber dengan bermacam cara, dan bermacam waktu pula. Maka dari itu, teknik triangulasi menjadi tiga, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan juga triangulasi waktu. Triangulasi sumber dijalankan secara pengecekan data yang telah didapatkan dari berbagai sumber. Data yang didapatkan dari berbagai sumber tersebut dikaji hingga didapatkan suatu kesimpulan, lalu dimintai kesepakatan dari para sumber-sumber data tersebut (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini peneliti melibatkan masyarakat, khususnya pendengar radio RRI Pro 2 Yogyakarta dengan tujuan memvalidasi apakah data strategi program yang didapatkan pada proses penelitian sesuai dengan penerapan selama siarannya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan melalui penelitian ini adalah strategi program merupakan hal penting bagi stasiun atau departemen siaran dalam membuat atau merancang sebuah program. Menurut Peter Pringle, strategi program di antaranya adalah perencanaan program, pembelian dan produksi program, eksekusi program, lalu yang terakhir pengawasan dan evaluasi program. Sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Peter Pringle mengenai strategi program, RRI Pro 2 Yogyakarta sudah melakukan strategi program yang sesuai dengan teori tersebut (Morissan, 2008).

Dalam perencanaan program melalui buku Morissan (2008) terdiri dari analisis dan strategi program, bauran program, membuat perencanaan, dan tujuan program. Tahapan-tahapan tersebut juga telah dilakukan oleh RRI Pro 2 Yogyakarta sebagaimana yang sudah dijelaskan pada bab pembahasan di atas, walaupun terdapat kekurangan pada poin bauran program mengenai promosi program RRI Pro 2 Yogyakarta terbilang masih kurang maksimal jika dibandingkan dengan kompetitornya, promosi RRI Pro 2 Yogyakarta masih perlu ditingkatkan dengan cara menggunakan *platform* sosial media yang lain. Lalu dalam produksi program mengenai bagian-bagian penting dari produksi program radio juga sudah ada di RRI Pro 2 Yogyakarta walaupun terdapat satu bagian penting yang belum ada yaitu adalah manajer produksi yang berfungsi memproduksi kebutuhan program siaran RRI Pro 2 Yogyakarta. Dan dalam eksekusi program mengenai pembagian waktu siaran juga sudah diterapkan di

siaran RRI Pro 2 Yogyakarta sesuai dengan apa yang dikatakan oleh George (Rodman, 2006). Lalu yang terakhir di dalam pengawasan dan evaluasi program mengenai fungsi-fungsi manajer program yang penting dalam melakukan pengawasan dan evaluasi program guna mengukur sejauh mana tujuan-tujuan program yang sudah ditetapkan di dalam perencanaan program sudah dijalankan oleh bagian DIRPP dan RRI Yogyakarta itu sendiri.

B. Saran

1. Dari hasil penelitian di atas, teori Strategi Program menurut Peter Pringle cukup berguna untuk diterapkan sebagai strategi dalam membuat sebuah program. Maka disarankan kepada media-media penyiaran dalam membuat sebuah program menjadikan teori Strategi Program milik Peter Pringle sebagai acuan.
2. Dari hasil data mengenai faktor-faktor turunnya jumlah pendengar RRI Pro 2 Yogyakarta melalui aplikasi RRI PLAY GO pada bulan Juni, maka disarankan melakukan beberapa langkah yang di antaranya adalah; (1) dalam perencanaan program pada poin bauran program mengenai promosi program RRI Pro 2 Yogyakarta yang masih kurang maksimal jika dibandingkan dengan kompetitornya, maka perlu dilakukan peningkatan dengan cara melakukan promosi di *platform* sosial media lain seperti Tiktok, dan (2) dalam produksi programnya perlu ditambahkan sumber daya bagian Manajer Produksi yang berfungsi memproduksi kebutuhan-kebutuhan program siaran RRI Pro 2 Yogyakarta.
3. Dikarenakan terdapat beberapa keterbatasan RRI Pro 2 Yogyakarta yang merupakan radio non-komersial sebagai subjek penelitian. Maka disarankan

kepada penelitian selanjutnya mengenai teori Strategi Program milik Peter Pringle, memilih subjek penelitian yang merupakan media yang bersifat komersial.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul-Rahman, M. S. (2011). *Tafsir Ibn Kathir Juz' 4 (Part 4): Al-i-Imran 93 to An-Nisaa 23 2nd Edition* (2nd ed.). London: MSA Publication Limited.
- Abidin, Z. (2007). *Analisis Eksistensial*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ahdiat, A. (2022). Ini Radio yang Paling Banyak Didengar di Indonesia. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/14/ini-radio-yang-paling-banyak-didengar-di-indonesia>
- Badan Pusat Statistik. (2014). Proporsi Penduduk Berumur 10 Tahun ke Atas yang Mendengarkan Siaran Radio Selama Seminggu Terakhir menurut Provinsi, Tipe Daerah dan Jenis Kelamin. Retrieved from <https://www.bps.go.id/statictable/2014/08/20/1518/proporsi-penduduk-berumur-10-tahun-ke-atas-yang-mendengarkan-siaran-radio-selama-seminggu-terakhir-menurut-provinsi-tipe-daerah-dan-jenis-kelamin-2012.html>
- Badan Pusat Statistik. (2019). Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Mendengarkan Siaran Radio Selama Seminggu Terakhir menurut Provinsi, Tipe Daerah dan Jenis Kelamin. Retrieved from <https://www.bps.go.id/statictable/2019/10/17/2078/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mendengarkan-siaran-radio-selama-seminggu-terakhir-menurut-provinsi-tipe-daerah-dan-jenis-kelamin-2018.html>
- BPK RI. (2005). Peraturan Pemerintah (PP) tentang Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia.
- Depdikbud. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- DIRPP LPP RRI. (2022). *Pedoman Siaran LPP RRI*. Jakarta: LPP RRI.
- Farid, M. G. (1969). *THE HOLY QUR'AN English Translation & Commentary*. Rabwah: Religious Publishing Corporation Ltd.
- Kemenag RI. (2018). *AL-QUR'AN TAJWID WARNA TERJEMAH & TRANSLITERASI AL-KARIM*. Jakarta: Beras Alfath.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2002). UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Retrieved June 9, 2023, from <https://www.kpi.go.id/download/regulasi/UU>

No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.pdf

Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran* (Revisi). Jakarta: Kencana.

Nielsen. (2020). Radio is 'Comfort Food' as Media Consumption Rises Amid Covid-19 Pandemic. Retrieved November 25, 2022, from <https://www.nielsen.com/id/insights/2020/radio-is-comfort-food-as-media-consumption-rises-amid-covid-19-pandemic/>

Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books.

PPID Yogyakarta. (2023). Sejarah RRI Yogyakarta.

Pusparisa, Y. (2021). Media Konvensional di Indonesia Menuju Senjakala. Retrieved June 9, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/01/media-konvensional-di-indonesia-menuju-senjakala>

Rahayu, T. Y., & Katili, K. R. D. (2019). Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya*, 4(1). Retrieved from <https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/makna/article/download/1677/1447>

Ramadhani, M. M., Hasbi, I., Riyanto, E., Praditasari, W. A. A., Purwaningrum, J. P., Muzid, S., ... Purnamawati, N. (2022). *TEKNOLOGI PENGEMBANGAN MEDIA*. (E. Damayanti, Ed.). Bandung: CV WIDINA MEDIA UTAMA.

Rizkyta, S., Nurati, D. E., & Riyanto, B. (2018). Proses Produksi Program Siaran Kumpulan Inspirasi Sahabat di RRI Pro 2 Yogyakarta. Retrieved from <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/2333>

Rodman, G. R. (2006). *Mass Media in a Changing World: History Industry Controversy*. New York: McGraw Hill.

Sinaga, C. N. A., Nasution, N., & Elvita, Y. (2021). Management Strategy of Online Radio: Post COVID-19 Pandemic. *Atlantis Press, Proceeding*. Retrieved from <https://www.atlantis-press.com/proceedings/jcc-21/125964715>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Wahidmurni, W. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif. Retrieved from

<http://repository.uin-malang.ac.id/1984/2/1984.pdf>

Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). The Type of Descriptive Research in Communication Study. *Diakom*, Vol. 1 No.

