

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting

Guruh Prasetya Putra

20120530152

STRATEGI KREATIF PROGRAM GOOD MORNING YOUNGSTER RADIO GERONIMO YOGYAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN PENDENGAR PADA TAHUN 2016

Tahun Skripsi: 2016 + 106

Daftar Kepustakaan: 13 Buku + 2 Jurnal + 2 Sumber Internet + 3 Sumber Skripsi

Penelitian ini membahas mengenai strategi kreatif program good morning youngster radio geronimo Yogyakarta dalam mempertahankan pendengar pada tahun 2016. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi kreatif program good morning youngster di Radio Geronimo Yogyakarta dalam mempertahankan pendengar pada tahun 2016 dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan strategi kreatif program good morning youngster di Radio Geronimo Yogyakarta dalam mempertahankan pendengarnya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dimana data yang dikumpulkan berupa gambar atau dokumen yang berkaitan. Langkah-langkah untuk pengumpulan data yang dilakukan melalui teknik wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan oleh dua narasumber yang pertama Produser good morning youngster itu sendiri yaitu Tio Andito dan yang kedua adalah penyiar good morning youngster yaitu Tio Andito dan Wipti Eta. Kemudian langkah-langkah yang ditempuh untuk menganalisis data dengan cara pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan didukung dokumen yang berhubungan dengan strategi kreatif program good morning youngster. Tahap analisis selanjutnya adalah proses reduksi hasil dari wawancara. Setelah itu dilakukan penyajian data dengan cara menyusun, mengumpulkan, dan menyederhanakan informasi sehingga penyajian data mudah dipahami. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa untuk membuat program yang mempertahankan pendengar dibutuhkan cara yang kreatif dan inovatif agar pendengar dapat terus memenuhi kebutuhannya.

Kata kunci : Strategi Kreatif, Metode Penelitian, Analisis Data, Tujuan Strategi kreatif program Good Morning Youngster.

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Department of Communication Science

Concentration of Broadcasting

Guruh Prasetya Putra

20120530152

THE CREATIVE STRATEGY OF RADIO GERONIMO YOGYAKARTA GOOD MORNING YOUNGSTER PROGRAM IN MAINTAINING ITS RADIO LISTENERS IN 2016

Year of Thesis: 2016 +106

Bibliography: 13 Books + 2 Journal +2 Internet Sources + 3 Thesis Sources

This study discusses a creative strategy of Radio Geronimo Yogyakarta Good Morning Youngster Program in maintaining its radio listeners in 2016. The purpose of this study is to find out the implementation of the creative strategy of Radio Geronimo Yogyakarta Good Morning Youngster Program in maintaining its radio listeners in 2016 and to find out the factors influencing the implementation of the creative strategy of Radio Geronimo Yogyakarta Good Morning Youngster Program in maintaining its radio listeners. This study was a qualitative descriptive research, in which the collected data were in the form of pictures or related document. Data collecting procedure was conducted through interview and documentation technique. The interview was carried out by involving two informants; the first one was Tio Andito as the producer of Good Morning Youngster. The second informants were two radio announcers of Good Morning Youngster, Tio Andito and Wipti Eta. The procedure of data analysis involved data collecting. Data collecting was conducted through interview and was supported by document related to the creative strategy of Good Morning Youngster Program. The next analysis procedure was the process of interview result reduction. After that, data presentation was conducted through information compilation, collection and simplification so that the data would be understandable. From this study, it can be concluded that to create a program that is able to maintain the radio listeners, creative and innovative ways need to be made to fulfill the necessities of the listeners.

Key Words: Creative Strategy, Research Methods, Data Analysis, Objective Creative Program Good Morning Youngster.

Pendahuluan

Pada masa sekarang ini perkembangan media massa di Indonesia sangat pesat. Dimana media merupakan salah satu sarana yang saraf akan informasi. Sehingga banyak kelompok usaha yang kemudian mengisi dan memanfaatkan peluang tersebut, hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah media massa baru dengan pesat seperti surat kabar, tabloid, majalah, televisi termasuk radio. Media tersebut menawarkan banyak informasi dengan ciri khas masing-masing. Keadaan ini menyebabkan persaingan yang ketat di antara media massa, salah satunya yaitu radio. Media radio sebagai salah satu bentuk media massa akan berhadapan dengan sejumlah media alternatif yang lebih beragam. Dalam kondisi seperti ini pengolahan media massa akan berebut peran dan pengaruhnya. Disamping memperebutkan lahan keuntungan. Radio sebagai salah satu bentuk media massa lainnya seperti surat kabar dan televisi. Di samping itu stasiun radio juga akan bersaing dengan stasiun radio lainnya untuk menarik pendengar.

Menjamurnya stasiun radio mengakibatkan adanya persaingan yang ketat antar stasiun radio mengakibatkan adanya persaingan yang ketat antar stasiun radio. Di Yogyakarta sendiri frekuensi radio sudah semakin padat dengan bermunculnya radio-radio swasta baru. Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) telah berdiri 38 stasiun radio swasta dan 39 stasiun radio komunitas yang bermunculan saat ini. Ditambah munculnya radio berjaring nasional yang mulai memasuki wilayah Yogyakarta. Sehingga frekuensi yang tersedia semakin sempit ([http://kpid.jogja\[rov\].go.id/lembaga-penyiaran/lembaga-penyiaran-swasta/](http://kpid.jogja[rov].go.id/lembaga-penyiaran/lembaga-penyiaran-swasta/) diakses tanggal 27/09/16, pukul 13:30). Hal ini menyebabkan frekuensi yang tersedia semakin sesak dan pendengar radio memiliki banyak pilihan stasiun radio. Banyaknya stasiun radio yang ada membuat pendengar radio memiliki beragam pilihan program acara

dari masing-masing stasiun radio. Ketika jumlahnya terus bertambah, pendengar memiliki otoritas memilih program yang digemarinya. Hal ini membuat para pengelola stasiun berpikir bagaimana membuat strategi untuk bersaing. Salah satu strategi yang diterapkan adalah dengan memfokuskan pada segmentasi tertentu dan tidak lagi menjangkau seluruh kelompok pendengar. Selain itu juga dengan menetapkan format stasiun masing-masing radio karena format stasiun merupakan kartu identitas diri atau ciri khas sebuah stasiun radio. Dengan perkembangan industri radio yang semakin ter-segmentasi untuk meraih simpati dan pendengar, pihak stasiun radio kemudian mengkhususkan diri dengan format program tertentu sesuai dengan segmentasi yang mereka tuju. Hal ini dimaksudkan untuk lebih fokus dalam mengejar kebutuhan pendengar yang memiliki selera berbeda-beda. Sehingga dalam pelaksanaannya, stasiun radio mempunyai dua sistem untuk menjangkau pendengar, yaitu dengan menentukan format program siaran dan target pendengar yang dituju. Penentuan format program siaran harus diimbangi dengan pemahaman yang mendalam akan kebutuhan pendengar, agar dapat menemukan formula yang sesuai dalam penyusunan program.

Oleh karena itu diperlukan adanya strategi kreatif program dalam menentukan program siarannya. Strategi Kreatif Program merupakan salah satu unsur penting dalam proses produksi siaran radio yang nantinya juga akan dinikmati oleh pendengar. Strategi kreatif adalah merupakan suatu istilah yang memiliki beberapa arti sangat tergantung dari mana dan siapa yang melihatnya. Kreatif program sendiri terbagi menjadi 3 bagian, yaitu perencanaan siaran, pembagian bahan siaran dan pembagian waktu siaran. Hal tersebut merupakan hal terpenting dalam penataan sebuah acara siaran, karena pihak pengelola radio dapat menyesuaikan acara apa yang akan disiarkan dengan kebiasaan dan kebutuhan pendengar (Effendi,1990:112). Radio

Geronimo adalah salah satu radio swasta yang digemari anak muda. Radio Geronimo menjadi radio swasta pada tahun 1968 yang berdiri dengan nama “Gembel Rapi” radio ini mengudara pada gelombang 56 meter dan sekarang berubah menjadi 106,1 FM. Untuk streaming (www.jogjastreamers.com/geronimo-106,1-fm.html). Berdasarkan data yang diambil dari Company profil Radio Geronimo, radio geronimo mempunyai segmentasi 18-30 tahun yakni pelajar, mahasiswa, fresh graduate, dan eksekutif muda. Format siaran yang digunakan adalah *cut to cut* yaitu penyampaian info dengan singkat, padat dan jelas. Slogan Radio Geronimo adalah *The Real Sound of Yogya, Love Yogya and You* dengan sapaan pendengarnya adalah Kanca Muda. Dari sekian banyak program yang disuguhkan oleh Radio Geronimo, ada salah satu program yang menarik perhatian peneliti yaitu program acara *Good Morning Youngster*.

Strategi Kreatif Program

Radio adalah media yang memiliki kekuatan dan keunikan yang tidak dimiliki oleh media lain. Radio memberikan ruang imajinasi tanpa batas bagi pendengar. Untuk membangun citra stasiun radio tidak pernah lepas dari format, maksudnya nilai keselarasan, keserasian antara program yang disajikan dengan karakter dari target pendengar. Stasiun radio harus mengenali siapa, apa, dan bagaimana pendengar. Suatu penyelenggaraan penyiaran radio membutuhkan pengelolaan yang matang dengan ditangani secara terarah dan lebih baik, sehingga diharapkan menghasikan kesuksesan (Triantanto, 2010 : 46). Keberhasilan sebuah program radio yang tidak terlepas dari strategi kreatif dan inovatif, seperti yang diungkapkan oleh A. Lus Yudo Triantanto dalam bukunya *Broadcasting Radio*, setiap stasiun radio, khususnya dibagian produksi siaran, sangat membutuhkan kreator atau orang yang kreatif

sekaligus inovatif dalam mengemas produksi program yang hendak disiarkannya. Strategi dapat juga didefinisikan sebagai pola tanggapan organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Definisi ini mengandung arti setiap organisasi selalu mempunyai strategi walaupun tidak pernah secara eksplisit dirumuskan. Penyajian program radio siaran menuntut perlu adanya suatu yang isinya baru, aktual, orsinil, unik, dinamis, menghibur, informatif, edukatif, trendi serta komunikatif. Suatu program tidak akan pernah sama ketika disiarkan, walau judul nama programnya sama. Dipastikan akan ada perbedaannya pada materi isi siarannya (Triartanto, 2010 : 72).

Sebuah ide atau pemikiran bisa datang dari mana saja terdapat tahapan-tahapan dalam membuat suatu strategi kreatif. Dunia radio pada dasarnya adalah dunia kreatif. Kemampuan kreatif akan menentukan eksistensi sebuah stasiun radio. Kreatifitas dapat dilakukan dengan berbagai macam cara misalnya dengan membuat suatu program acara yang menarik pada gaya siaran yang ringan dan musik yang *easy listening*. Selain itu suatu tim produksi program radio juga tidak boleh melewatkan untuk selalu melihat kompetitor mereka sebagai komparasi dan acuan dalam mengembangkan program. Maka, dibutuhkan strategi untuk meraih dan mempertahankan pendengarnya. Pengertian strategi adalah keputusan utama atau secara garis besar yang memiliki pengaruh terhadap rencana-rencana yang lebih terperinci yang terdapat didalamnya (Smith, Berry, & Pulford, 1990:69). Seperti halnya sebuah strategi dalam mengembangkan acara kreativitas juga menjadi bagian yang tidak boleh diabaikan. Tim kreatif suatu program dituntut memiliki kemampuan untuk memberikan hal-hal yang baru dari sebuah program. Untuk itu, mereka diharuskan memiliki kepekaan terhadap isu-isu atau fenomena

disekitarnya. Berfikir kreatif diperlukan mulai dari komunikator yang harus mendesain pesannya, atau pemimpin masyarakat yang harus memberikan perspektif baru dalam mengatasi masalah sosial. Menurut Mackinnon seperti dikutip oleh Rakhmat, berfikir kreatif harus memenuhi tiga syarat yaitu :

- a) Kreatifitas harus melibatkan respons atau gagasan yang baru, atau secara statistik sangat jarang terjadi.
- b) Kreatifitas adalah memecahkan masalah secara realistis.
- c) Kreatifitas merupakan usaha untuk mempertahankan insight yang orisinal, menilai dan mengembangkannya sebaik mungkin (Rakhmat, 1996:75).

Menurut Rhenald Kasali, strategi kreatif adalah hasil dari terjemahan dari berbagai informasi mengenai produk, pasar, dan konsumen sasaran dalam suatu posisi tertentu didalam komunikasi yang kemudian dapat dipakai untuk merumuskan tujuan. Selain beberapa hal diatas, proses perumusan suatu strategi kreatif terdiri atas tiga tahapan yaitu:

Tahap Pertama : mengumpulkan dan mempersiapkan informasi pemasaran yang tepat agar orang-orang kreatif dapat dengan segera merumuskan strategi mereka

Tahap Kedua : orang-orang kreatif harus menanamkan diri mereka kedalam informasi-informasi tersebut untuk menetapkan suatu posisi serta menentukan tujuan yang akan dihasilkan.

Tahap Ketiga : melakukan presentasi dihadapan pihak yang berwenang untuk memberi persetujuan dari apa yang telah direncanakan sebelumnya oleh tim kreatif (Kasali, 1995:81).

Program Radio Geronimo

Senin

No	Nama Program	Jam siaran
1	Good Morning Youngster	05:00 - 10:00
2	Indiana Zone	10:00 – 14:00
3	Play Ground	14:00 – 19:00
4	Andrawina	19:00 - 21:00
5	Angkringan Gayam	21:00 - 22:00
6	Relaxation	22:00 - 00:00
7	Hot Request	00:00 - 05:00

Selasa

No	Nama Program	Jam Siaran
1	Good Morning Youngster	05:00 -10:00
2	Indiana Zone	10:00 – 14:00
3	Play Ground	14:00 – 19:00
4	Kobis (Kongkow Bisnis)	19:00 – 21:00
5	Radio Gelap	21:00 – 22:00
6	Relaxation	22:00 – 00:00
7	Hot Request	00:00 – 05:00

Rabu

No	Nama Program	Jadwal Siaran
1	Good Morning Youngster	05:00 – 10:00

2	Indiana Zone	10:00 – 14:00
3	Play Ground	14:00 – 19:00
4	Andrawina	19:00 – 21:00
5	Apresiasi Musik	21:00 – 22:00
6	Ngalor Ngidul	22:00 – 00:00
7	Hot Request	00:00 – 05:00

Kamis

No	Nama Program	Jam Siaran
1	Good Morning Youngster	05:00 – 10:00
2	Indiana Zone	10:00 – 14:00
3	Play Ground	14:00 – 19:00
4	Andrawina	19:00 – 21:00
5	Kos-kosan Gayam	21:00 – 22:00
6	Kedai 24	22:00 – 00:00
7	Hot Request	00:00 – 05:00

Jum,at

No	Nama Program	Jadwal Siaran
1	Good Morning Youngster	05:00 – 10:00
2	Indiana Zone	10:00 – 14:00
3	Yogyakarta Top Hitz	14:00 – 14 :30
4	Musik Ngaso	14:30 – 16:00

5	Sasisoma	16:00 – 17:00
6	Gita Pertiwi	17:00 – 19:00
7	Andrawina	19:00 – 21:00
8	Bluesesion	21:00 – 22:00
9	Slow Rock Alternative	22:00 – 02:00
10	Spinnin' session	02:00 – 03:00
11	Edible beats	03:00 – 04:00
12	Kingdom by Gorgon city	04:00 – 05:00

Sabtu

No	Nama Program	Jam Siaran
1	Hello Wekkend	05:00 – 10:00
2	Indiana Zone	10:00 – 14:00
3	Musik Ngaso	14:00 – 16:00
4	Rockin School	16:00 – 17:00
5	Gita pertiwi	17:00 – 19:00
6	Hip-hop Fanatic	19:00 – 21:00
7	Flight 1061	21:00 – 22:00
8	Hardwell on air	22:00 – 23:00
9	Identity	23:00 – 00:00

Minggu

1	ASOT (A State of Trance)	00:00 – 02:00
2	Club life by tiesto	02:00 – 04:00

3	Chillout	04:00 – 05:00
4	Hello Weekend	05:00 – 10:00
5	GTWT40	10:00 – 13:00
6	Dasa Tembang Nusantara	13:00 – 14:00
7	G-Screen	14:00 – 15:00
8	Recycle jam	15:00 – 16:00
9	Klinik 24	16:00 – 17:00
10	Gita Pertiwi	17:00 – 19:00
11	Reggae Special	19:00 – 21:00
12	Ajang Musikal	21:00 – 22:00
13	Terbaik-terbaik	22:00 – 02:00
14	Hot Request	02:00 – 05:00

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi kreatif program Good Morning Youngster Radio Geronimo Yogyakarta dalam mempertahankan pendengar pada tahun 2016, dapat ditarik kesimpulan dengan tujuan :

1. Penerapan strategi kreatif yaitu selalu mempertahankan pendengar adanya dengan membuat segmen dengan konten yang variatif, interaktif, kreatif, dan selalu menyesuaikan sasaran dikalangan umur 15-30 tahun dan disamping itu selalu *up to date*.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi program Good Morning Youngster adalah selalu bermain dengan segmen yaitu melalui media sosial seperti Whatsaap, Instagram, Twitter dan selalu berinteraksi dengan kanca muda agar program *Good Morning Youngster* selalu diminati oleh pendengar.

Sebagai sebuah radio siaran swasta yang mempunyai visi-misi yaitu menggagas kehidupan anak muda yang dinamis, santun, bertindak, dan selalu mengingatkan pada dasar pijakan budayanya untuk sadar pada dinamika perubahan, dalam wujud program radio siaran, Program *Good Morning Youngster* juga merupakan program *variety, fun*, dan selalu memberikan sisi positif kepada pendengarnya, untuk melakukan aktivitas di pagi hari. Peran Radio Geronimo dalam programnya *Good Morning Youngster* yaitu memberikan kesan baru kepada pendengar setia program *Good Morning Youngster* yaitu salah satu program morning show yang kreatif, *variety*, dan *fun*. Proses produksi *Good Morning Youngster* melalui tiga tahapan yaitu tahap pra produksi, tahap produksi, dan pasca produksi. Ketiga tahapan ini membutuhkan kerja sama tim yang solid agar menciptakan program *morning show* yang banak pendengarnya. Pada proses perumusan strategi kreatif dimulai dari awal perencanaan ide dan melalui tiga tahapan yaitu ide yang muncul melalui program, penulisan *script*, maupun pendengar kemudian mencari dan mengumpulkan informasi. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam strategi kreatif program yaitu adanya pembuatan segmen agar program tersebut pada siaran tidak terasa sepih dan pendengar selalu mendengarkan program tersebut. Tema yang diangkat pada waktu siaran membahas tentang berita-berita yang lagi *booming*. Evaluasi juga dilakukan pada program *Good Morning Youngster* untuk memperbaiki kekurangan dan meningkatkan kualitas program baik dari sisi materi maupun kemasan karena selain bertujuan untuk memberikan informasi, program *Good Morning Youngster* juga memberikan semangat baru untuk menjalankan aktivitas di pagi hari.

Daftar Pustaka

- Asep Syamsul M. Romli, 1999, *Jurnalistik Praktis*, Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Bogdan, Robert and Steven J. Taylor 1975 *Introduction To Qualitative Research Method*, New York: John Willey Sons.
- Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Edisi Kedua, Yogyakarta.
- Hermawan Kartajaya, 2007, *Hermawan Kartajaya On Positioning*.
- Kasali, rhenald, 2003, *Membidik Pasar Indonesia Targetting Segmentasi Positioning*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Morrisan, MA. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Stratetgi Mengelols Radio dan TV*. Jakarta:Kencana.
- Patton. Michael Quinn, 2006, *Metode Evaluasi Kualitatif*, Yogyakarta Pustaka Pelajar.
- Pawito. (2001). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS.
- Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, MA. 1991 *Radio Siaran Teori & Praktek*.
- Prayuda, Harlay , 2005, *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, Malang, Banyumedia.
- Rakhmat, Jalaludin, 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Siregar, Pasaribu, 2000, *Bagaimana Mengelola Media Korporasi Organisasi*, Yogyakarta: Kanisius.
- Triantanto, A lus, 2010, *Broadcasting Radio Yogyakarta*: Pustaka Book Publisher.

Tinjauan Pustaka

1. Rizky Ardhiana Putra mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2013 yang berjudul **Strategi Kreatif Program “Your In The Morning” di Radio Swaragama FM Yogyakarta dalam menarik Pendengar.**
2. Lilik Sujanti mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2012 yang berjudul **Strategi Kreatif Program Acara “ Tika and Friends In The Morning” di Radio Swaragama FM dalam Meraih Pendengar.**

diakses 17 Juli 2017

Sumber Internet

<http://kpid.jogjaprovo.go.id/lembaga-penyiaran/lembaga-penyiaran-swasta/>, diakses pada tanggal 27/09/16 pukul 13:30)

<https://www.geronimo.fm> diakses pada tanggal 22 Oktober 2016 pukul 10:00 WIB

Sumber Skripsi

1. Annisa Mutya Rakhmawati mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2015 yang berjudul **Peran Program Director dalam Mempertahankan Positioning Radio Geronimo 106,1 FM sebagai Radio Anak Muda.**
2. Rizky Ardhiana Putra mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2013 yang berjudul **Strategi Kreatif Program “Your In The Morning” di Radio Swaragama FM Yogyakarta dalam menarik Pendengar.**

3. Lilik Sujanti mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2012 yang berjudul **Strategi Kreatif Program Acara “ Tika and Friends In The Morning” di Radio Swaragama FM dalam Meraih Pendengar.**

LEMBAR PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah publikasi dengan judul :

**STRATEGI KREATIF PROGRAM GOOD MORNING YOUNGSTER DI
RADIO GERONIMO YOGYAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN
PENDENGAR PADA TAHUN 2016**

Guruh Prasetya Putra

20120530152

Yang Disetujui

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'K' followed by a horizontal line and a wavy tail.

Krisna Mulawarman, Sos, M.Sn