

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Radio sebagai medium komunikasi massa berbasis audio masih menjadi pilihan bagi masyarakat pendengar. Alat komunikasi ini, kini semakin banyak dihadang kompetitor. Namun keberadaannya masih memperoleh animo masyarakat di setiap masa dengan tetap menunjukkan citranya. Semodern apapun perkembangan komunikasi, pendengar radio selalu ada dari semua kalangan. Meskipun banyak orang berpikir bahwa radio kalah saing dengan televisi yang karakteristiknya menawarkan audio dan visual. Tetapi radio memiliki daya imajinatif sebagai unggulan yang dapat didengar sambil melakukan aktivitas lain, seperti: memasak, belajar, mengerjakan laporan, menyetir mobil, dan lain-lain. (*Theatre of mind*). Beda halnya dengan televisi (tv), selain mendengarkan audionya juga memaksa audiens harus melihat visualisasinya.

Yogyakarta memiliki banyak stasiun radio. Ada 47 stasiun radio yang terdaftar di Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Daerah Istimewa Yogyakarta (www.kpid.jogjaprovo.go.id). Mulai dari radio publik, radio komersial untuk kalangan remaja, keluarga, ibu-ibu, bahkan untuk kalangan eksekutif, serta radio-radio komunitas yang muncul karena memiliki basis massa dan pendengar yang banyak.

Persaingan industri penyiaran radio yang semakin ketat menuntut pengelola stasiun radio harus semakin jeli membidik serta mengetahui apa yang sedang diinginkan pendengar. Dua komponen kunci yang dipegang stasiun radio adalah target pendengar dan format program. Memilih segmentasi khalayak yang tajam berarti juga memiliki format yang jelas sebagai identitas stasiun radio yang kemudian menjadi pedoman dalam penyusunan program. Format stasiun radio yang telah tersegmentasi tidak cukup hanya dikenal, namun juga harus memiliki *brand image* yang positif dalam benak khalayak pendengar. *Brand image* positif akan meningkatkan penampilan stasiun radio selanjutnya akan berpengaruh pada peningkatan jumlah pendengar. Oleh sebab itu, setiap produksi program radio harus mengacu pada kebutuhan pendengar yang menjadi target sasaran.

Program radio di Indonesia pada umumnya dibagi menjadi empat jenis, yaitu: program informasi, program edukasi, program hiburan, dan program lain-lain (komersial, *public service, announcement*). Salah satu program radio yang dapat memanjakan khalayak pendengar adalah drama radio atau dalam bahasa Jawa disebut sandiwara radio. Drama adalah pertunjukan cerita atau lakon kehidupan manusia yang dipentaskan (Renggani, 2014 : 2). Sedangkan drama radio menurut ensiklopedia, wikipedia, adalah sebuah bentuk penyampaian cerita yang berbasis audio dan disiarkan di radio. Dalam bahasa Jawa drama sering disebut sandiwara. Kata sandi artinya rahasia, dan wara (h) mendapat imbuhan h menjadi warah yang berarti ajaran. Sehingga sandiwara radio dapat

diartikan sebagai drama yang memuat ajaran tentang hidup. Walaupun program drama radio termasuk kategori program hiburan namun pada kenyataannya program ini dapat memuat pesan/*message*, berupa: informasi, pendidikan, hiburan, dan lainnya yang prosentase tiap jenisnya tidak harus sama, tergantung visi dan misi medium yang bersangkutan.

Drama radio merupakan media yang memberikan peluang kepada pendengar untuk berimajinasi dengan daya khayalnya. Mendengarkan drama radio sama halnya membayangkan dinamika dan romantika kehidupan. Karena cerita drama radio tidak jauh dari kehidupan masyarakat yang digarap menjadi sebuah drama penuh daya tarik untuk melukiskan realitas. Sehingga kekhasan drama radio diharapkan mampu mengambil hati pendengarnya dengan sajian konflik dalam alur ceritanya. Drama radio tetap lestari sampai sekarang meskipun minat pendengar berkurang karena tawaran media yang beragam. Selain itu, program acara radio yang beragam dan menarik juga menjadi pesaing bagi program drama radio.

Stasiun radio swasta di Yogyakarta yang hingga kini masih memproduksi drama radio menurut penelitian Herry Mardianto dan Antonius Darmanto adalah stasiun radio Retjo Buntung. Sebagaimana peneliti melakukan observasi peta drama radio di Yogyakarta memang kondisinya demikian. Beberapa stasiun radio yang lain pun pernah memproduksi drama radio tapi bersifat temporer atau tidak rutin, khusus pada peringatan-peringatan hari besar baik itu hari besar keagamaan maupun hari besar nasional. Misal, radio EMC pernah memproduksi

drama radio berkaitan dengan Idul Fitri dan Natal. Sebagian stasiun radio, seperti stasiun radio Geronimo hanya menyiarkan drama radio yang diproduksi oleh *production house* Maksima Radio Net. Stasiun radio Bikima yang sekarang berganti nama menjadi stasiun Radio Sonora pernah menyiarkan drama radio produksi Sanggar Prathivi.

Stasiun radio Retjo Buntung 99,4 FM merupakan radio keluarga yang mengedepankan budaya lokal memiliki program unggulan drama radio yaitu Sandiwara Bahasa Jawa (www.retjobuntungfm.com). Drama radio ini adalah hasil produksi sendiri / *in house* oleh Sanggar RB. Sandiwara Bahasa Jawa ditayangkan seminggu sekali setiap hari Minggu pukul 21.00 WIB. Cerita Sandiwara Bahasa Jawa RB FM ini bukan tentang cerita rakyat dari Jawa atau legenda Jawa melainkan cerita yang sangat dekat dengan dinamika kehidupan sehari-hari yang dikemas dalam bahasa Jawa. Program ini menyuguhkan cerita bersambung dan cerita pendek yang habis dalam waktu sekali siar (mengudara). Program berdurasi 30 menit ini melibatkan tim produksi: produser, penulis naskah, sutradara, pemain, musik ilustrator, dan editor. Produser program drama radio perlu melakukan analisis secara cermat, termasuk pangsa pasar sebelum produksi. Selanjutnya, seorang *director* harus mampu menerjemahkan gagasan itu agar dapat memberikan kepuasan batin dan menambah pengetahuan pendengar. Kemasan drama radio harus mengacu pada segmentasi pasar yang dituju. Sehingga diharapkan laku dijual kepada pihak sponsor / pengiklan.

Sandiwara Bahasa Jawa radio Retjo Buntung 99,4 FM sudah berjalan puluhan tahun sejak tahun 1970 yang menjadi salah satu unggulan disamping drama berbahasa Indonesia dengan nama program Drama Radio – Kisah Religi dan program lainnya. Acara tersebut terus bertahan hingga saat ini karena stasiun radio Retjo Buntung tergolong stasiun radio yang konsisten dan memiliki komitmen yang jelas dalam penyelenggaraan siaran sastra Jawa.

Program ini hadir sebagai wadah untuk mengungkapkan kearifan lokal dan mempertemukan kerinduan para pendengar dengan budaya-budaya Jawa. Pendengar setia drama radio RB FM memberikan *feedback* atau tanggapan terkait sandiwara yang ditayangkan melalui BBM, *Whatsapp*, SMS, maupun media sosial milik RB FM. Anna Media selaku penanggung jawab produksi drama radio di stasiun radio Retjo Buntung mengungkapkan:

“Sangat sulit untuk memastikan jumlah pemiarsa setia drama radio. Tapi kita punya wadah untuk menampung aspirasi, kritik dan saran dari pendengar. Dari sinilah bisa dijadikan tolak ukur bahwa sandiwara ini masih diminati. Selain itu kita juga punya program Lesehan yang khusus menampung aspirasi pemiarsa secara global. Terkadang kami juga mendapati komentar dari pemiarsa tentang drama radio yang diputar minggu ini melalui program lain seperti Pos Rileks. Mereka yang masih terbawa suasana drama justru sering *nylethuk* manggil penyiar dengan nama tokoh yang diperankan di drama kemarin. Nah, dari sinilah kami berasumsi bahwa drama radio khususnya sandiwara Jawa masih diminati pemiarsa.” (Wawancara, 8 Agustus 2016).

Kesetiaan pendengar sebuah program acara juga menjadi faktor yang kuat untuk mempertahankan keberlangsungan program tersebut.

Sehingga dibutuhkan tim kreatif untuk merumuskan strategi yang tepat dalam mempertahankan loyalitas pendengar. Pendengar drama radio juga berperan penting dalam menjaga eksistensi program Sandiwara Bahasa Jawa di RB FM. Selain itu, dengan adanya pendengar setia drama RB menguatkan dan memberi dukungan penuh kepada pihak penyelenggara drama radio RB FM untuk tetap menjaga komitmennya sebagai radio swasta yang mengedepankan kearifan budaya lokal.

Jumlah pendengar stasiun radio Retjo Buntung 99,4 FM mencapai 350.000 dan mendapatkan rangking 2 Nielson (Wawancara, 8 Agustus 2016). Hal ini menunjukkan bahwa RB FM sebagai stasiun radio komersial telah mencapai tujuan untuk mengudarakan sesuatu yang dapat menarik perhatian pendengar. Data pendengar inilah yang digunakan oleh para pengiklan untuk menjadi dasar dalam melakukan promosi, yang selanjutnya pengiklan akan membeli slot penayangan program di stasiun radio tersebut. Pada program acara Sandiwara Bahasa Jawa terdapat tiga slot iklan setelah penayangan.

Pada bulan Februari – April 2016, stasiun radio Retjo Buntung memproduksi dan menyajikan sandiwara radio dengan judul “INDRI”. Sanggar RB menghadirkan sandiwara INDRI sebagai perwujudan dari permintaan pemiarsa (sebutan untuk pendengar RB FM) yang terkesan dengan kisah INDRI pada program Pembacaan Buku Abbas Ch yang ditayangkan pada bulan Januari 2016. Sandiwara yang disajikan dalam 10 episode ini menceritakan tentang kisah seorang perempuan setia yang tergoda asmara karena hati yang hampa (<https://soundcloud.com/retjo->

[buntung/promo-sandiwara-bahasa-jawa-indri](#)). Konflik yang terus dibangun (*up and down*) membuat pendengar semakin penasaran dengan cerita yang disajikan. Hal ini dapat menjadi salah satu strategi untuk mempertahankan pendengar.

Perbedaan Sandiwara Bahasa Jawa dengan Drama Radio – Kisah Religi terletak pada bahasa dan musik yang digunakan. Jika dalam Sandiwara Bahasa Jawa tentu menggunakan bahasa Jawa dengan musik ilustrasi dan musik pengiring yang digunakan adalah gendhing-gendhing Jawa. Sedangkan, Drama Radio – Kisah Religi menggunakan bahasa Indonesia dengan *backsound* lagu-lagu religi, seperti lagu Hidayah pada serial BENINGNYA EMBUNMU.

Drama radio dapat memuat empat bentuk siaran, namun prosentase informasi dan pendidikan lebih dominan dengan tidak mengesampingkan unsur hiburan sebagai daya tarik audiens. Konflik dalam sebuah drama radio merupakan ruh atau nyawa bagi drama radio tersebut.

Tidak semua stasiun radio mampu memproduksi drama radio mengingat keterbatasan sumber daya manusia dan dana. Karena anggaran program drama radio lebih besar daripada program lainnya, meliputi: harga naskah, honor sutradara, honor ilustrator musik dan *sound effect*, honor editor, honor pemain, administrasi, biaya latihan, dan lain-lain. Stasiun radio MBS, stasiun radio Rasio Lima (sekarang JIZ FM) dan stasiun radio EMC pernah memproduksi drama radio, akan tetapi program ini dihentikan karena tidak mendapat dukungan biaya produksi dari manajemen (Mardianto, 2001 : 220). Selain itu, masuknya *trend* drama

radio berbahasa Indonesia ternyata juga mampu mendesak keberadaan sandiwara radio bahasa Jawa.

Stasiun Radio Retjo Buntung 99,4 FM merupakan stasiun radio siaran swasta nasional dengan biaya operasional mandiri, sehingga memerlukan strategi kreatif untuk mempertahankan loyalitas pendengar dan menjaga eksistensi program. Pengelola stasiun radio harus bekerja keras untuk merubah *mindset* pendengar yang tidak hanya sekedar mendengarkan dalam waktu senggang tetapi sampai pada tahap butuh (*need*). Stasiun radio komersial harus pandai-pandai mengemas format acara yang disajikan agar disukai masyarakat. Sehingga, program tersebut dapat menarik minat pengiklan dalam memberikan kontribusi penting bagi operasional stasiun radio komersial. Hal ini menjadi acuan pengelola stasiun radio baik radio komersial maupun radio publik untuk menentukan strategi kreatif program radio yang akan dipilih dan selanjutnya dijadikan sebagai salah satu produk unggulan program stasiun radio yang bersangkutan.

Drama televisi yang disebut sinetron menjadi kompetitor yang kuat bagi program sandiwara radio bahasa Jawa ini. Sebab pada jam ini televisi juga menyuguhkan tayangan sinetron yang menarik, meskipun dalam bahasa nasional (bahasa Indonesia). Hal ini merupakan tantangan bagi stasiun radio, karena untuk menarik minat pendengar dengan program sajian budaya perlu sebuah perjuangan agar tidak ditinggalkan pendengarnya.

Strategi untuk mengangkat budaya lokal masyarakat atau nilai etnik jika diterapkan secara tepat dan benar akan mampu menjaring masyarakat pendengar radio. Keberadaan media penyiaran diharapkan dapat berperan dalam menghidupkan budaya dan kesenian daerah. Meskipun tidak dapat dipungkiri kompetisi program siaran radio didominasi oleh program siaran hiburan dan informasi. Dengan demikian, peneliti memilih stasiun radio Retjo Buntung 99,4 FM karena stasiun radio tersebut memiliki misi mengedukasi masyarakat dengan dilandasi nilai – nilai sosial budaya dan menjadikan program kebudayaan sebagai salah satu upaya untuk melestarikan budaya lokal ditengah arus (budaya) global. Selain itu, sebagai radio komersial juga menarik peneliti untuk mengetahui bagaimana proses kreatif yang berlangsung pada radio tersebut.

Berdasarkan paparan diatas maka, penulis akan melakukan penelitian dengan judul Strategi Kreatif Program Sandiwara Radio Bahasa Jawa di Stasiun Radio Retjo Buntung 99,4 FM Yogyakarta. Adapun dasar pertimbangan penulis untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut: *pertama*, strategi kreatif program merupakan salah satu perwujudan strategi yang dilakukan untuk mempertahankan posisi program agar menarik dan tetap disukai oleh para pendengar. *Kedua*, strategi kreatif program sangat ditentukan untuk menghadapi persaingan dengan stasiun-stasiun radio lain dalam menarik perhatian pendengar dan pemasang iklan. *Ketiga*, stasiun radio tersebut merupakan stasiun radio yang tetap eksis memproduksi program drama radio secara *in house*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

“ Bagaimana strategi kreatif program “Sandiwara Bahasa Jawa” di stasiun radio Retjo Buntung 99.4 FM Yogyakarta dalam mempertahankan loyalitas pendengar? ”.

C. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran yang jelas mengenai Strategi Kreatif Program “Sandiwara Bahasa Jawa” di Stasiun Radio Retjo Buntung 99,4 FM Yogyakarta dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar.
- 2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan Strategi Kreatif Program “Sandiwara Bahasa Jawa” di Stasiun Radio Retjo Buntung 99,4 FM Yogyakarta dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian lain terutama untuk penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif

- b. Penelitian ini diharapkan bisa membuka cakrawala pandang dan gambaran dalam memahami lebih jauh tentang strategi kreatif program sandiwara radio.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat dalam rangka peningkatan citra Stasiun Radio Retjo Buntung 99,4 FM Yogyakarta sebagai lembaga penyiaran yang peduli dan konsisten dalam mempertahankan dan melestarikan budaya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan lembaga yang bersangkutan dalam menentukan prioritas pembenahan mutu pelayanan.

E. Kerangka Teori

Pada sub bab kerangka teori atau kajian teori ini, penulis akan memaparkan teori-teori yang berkaitan dengan judul dari penelitian ini. Teori-teori tersebut dapat menjadi dasar acuan atau pedoman dalam pelaksanaan penelitian maupun dalam hal membahas maupun menyimpulkan hasil penelitian yang dilakukan.

1. Strategi Kreatif Program Radio

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 menghasilkan kesuksesan (Triartanto, 2010 : 46). Keberhasilan sebuah program radio yang dibuat tidak terlepas dari strategi kreatif dan inovatif, seperti yang diungkapkan oleh A. Ius Yudo Triartanto 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, orisinal, 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).

Dalam mempersiapkan strategi dan rencana program, pengelola harus melakukan analisis secara cermat terhadap persaingan stasiun penyiaran dan persaingan program yang ada pada suatu segmen pasar pendengar. Salah satu aspek penting dalam perencanaan strategi program adalah meneliti keuntungan kompetitif, yakni suatu hal khusus yang dimiliki atau dilakukan stasiun penyiaran yang memberikan keunggulan dibandingkan kompetitor (Morissan, 2011 : 279). Keuntungan kompetitif misalnya kemampuan stasiun penyiaran untuk memproduksi program berkualitas dengan ongkos rendah sehingga harga program menjadi murah.

Proses perumusan suatu strategi kreatif menurut Renald Kasali terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

a. Tahapan Pertama

Mengumpulkan dan mempersiapkan informasi pemasaran yang tepat agar orang-orang kreatif dapat segera menemukan strategi kreatif mereka.

b. Tahapan Kedua

Orang-orang kreatif harus mencari informasi-informasi dalam penjualan serta menentukan tujuan kegiatan yang akan dihasilkan. Untuk mengkomunikasikan posisi tersebut dengan suatu pesan yang dapat ditangkap secara efektif oleh konsumen dan kemudian ditanggapi. Pada tahap inilah ide-ide yang merupakan jantung dari seluruh proses perumusan strategi kreatif dicetuskan dan dikembangkan.

Biasanya untuk memperoleh hasil karya optimal dilibatkan pula suatu diskusi yang sangat hati-hati diantara orang-orang kreatif.

c. Tahapan Ketiga

Melakukan presentasi kepada seluruh tim produksi agar mendapat persetujuan sebelum program acara ditayangkan (Kasali, 1994 : 81-82).

Pengelola program harus memperhatikan situasi kompetisi yang selalu berubah. Program dari stasiun kompetitor dapat memberikan dampak bagi program sendiri, sehingga program stasiun pesaing harus terus dianalisis dan dimonitor. Dalam hal persaingan, suatu stasiun radio akan berkompetisi secara langsung dengan stasiun radio lainnya untuk mendapatkan perhatian pendengar yang memiliki ciri demografis yang sama. Strategi yang dapat dipertimbangkan dalam merencanakan program siaran adalah sebagai berikut:

- 1) *Product*, materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audien yang dituju.
- 2) *Price*, biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program sekaligus menentukan tarif iklan bagi pemasang iklan yang berminat pada program tersebut.
- 3) *Place*, waktu siaran yang tepat.
- 4) *Promotion*, memperkenalkan dan kemudian menjual acara sehingga mendatangkan iklan atau sponsor (Pringle, 1991 : 101).

Acara siaran secara kemasan maupun materi isinya terdiri dari banyak hal dan persyaratan. Menurut Temmy Lesanpura, dalam buku *Broadcasting Radio* karya A Ius Yudo Triartanto (2010 : 113) ada beberapa unsur, yaitu:

1) Tema Acara

Suatu acara yang dibuat membutuhkan tema yang jelas. Tema bisa berupa yang terbagi dalam segmen tertentu atau menjadi satu kesatuan acara.

2) Nama atau Judul Acara

Setiap program yang dibuat harus memiliki nama yang unik, yang diselaraskan dengan format stasiunnya.

3) Materi Acara

Materi acara harus menarik, aktual serta sesuai minat dari sasaran pendengarnya. Materi acaranya merupakan sumber utama dari si penyiar agar siarannya tidak hanya sekedar berbicara di depan mikrofon.

4) Waktu Siar

Menempatkan waktu acara secara tepat merupakan salah satu faktor suksesnya suatu acara. Menurut Christoper H. Sterling dalam buku *Manajemen Media Penyiaran* karya Morissan, M.A (2011 : 344) waktu siaran dibagi menjadi beberapa bagian:

a. *Prime Time*, waktu siaran yang paling banyak menarik minat pada jam 19.30 – 23.00

b. *Late Fringe Time*, jam 23.00 – 01.00

- c. *All Other Time*, jam 01.00 – 10.00
- d. *Day Time*, jam 10.00 – 16.30
- e. *Fringe Time*, jam 16.30 – 19.30.

5) Durasi Siar

Setiap acara memiliki alur klimaksnya. Ada acara yang disajikan satu jam, dianggap terlalu pendek tetapi ada pula acara yang berdurasi dua jam bahkan lebih dianggap menjenuhkan. Hal ini disebabkan karena faktor yang beragam, salah satunya kredibilitas penyiar.

6) Kriteria Penyiar

Menentukan penyiar dalam program perlu memperhatikan karakter, kepribadian, dan tingkat intelektual, serta emosional. Sebab, penempatan penyiar yang tepat pada program acara yang tepat tidak mudah. Perlu memahami kemampuan dan bakat penyiar.

7) Jumlah Penyiar

Menentukan jumlah penyiar dalam satu acara merupakan keahlian tersendiri dalam merencanakan siaran. Sebab, masing-masing program memiliki kebutuhan penyiar sendiri. Apabila terlalu banyak maupun kurang penyiar maka pesan program tidak akan efektif. Seorang penyiar harus mampu menghidupkan acara walaupun tampil seorang diri.

8) Format Acara

Suatu acara dibuat berdasarkan sifat dari materi yang akan disajikan.

9) Gaya Siaran

Gaya siaran yang dibawakan secara santai, semi formal, atau formal terkait dari sifat acaranya yang meliputi materi siaran, lagu, dan format programnya.

10) Kriteria Lagu

Memahami lagu-lagu yang akan ditempatkan dalam suatu acara baik sebagai selingan atau materi utama, sebaiknya mengetahui jenis, karakter sound, vokal penyanyi, tahun edar, aransemen, dan tren musik.

Persaingan di dunia radio siaran mengharuskan para pengelola stasiun radio untuk lebih jeli dan kreatif dalam membuat program acara agar dapat mencapai target pendengar yang diinginkan. Programming merupakan faktor yang penting dalam menentukan kesuksesan stasiun radio. Hal yang dapat dilakukan dalam proses perencanaan programming adalah dengan mengembangkan sebanyak-banyaknya citra dan reputasi brand. Apabila pelaksanaannya berhasil, tentu akan berdampak pada sirkulasi pemasangan iklan di radio tersebut. Jika pemasangan dari pemasang iklan berjalan dengan baik, berarti program penyiaran dapat dikatakan berhasil.

Program siaran yang baik memberikan keuntungan finansial dan popularitas medium yang menyajikan. Acara yang baik dapat ditunjukkan dengan lamanya program acara itu berjalan. Menurut

Harley Prayudha, mengelola program stasiun radio perlu memperhatikan beberapa hal, yaitu:

a) Pendengar Radio

Keefektifan media penyiaran radio tergantung pada seberapa banyak pendengar yang menikmati dan mendengarkan program-program radio (Prayudha, 2005 : 119). Pendengar adalah konsumen utama radio. Pendengar atau audiens menjadi penentu pada saat program direncanakan. Tujuan audiens mendengarkan radio adalah karena adanya program. Minat pendengar sangat beragam. Selain itu, pendengar juga menerima ekspos dari tayangan lain seperti iklan, promo program, pengumuman, informecial dan bentuk promosi lainnya, namun tujuan utama mereka adalah untuk mendengarkan isi program yang dapat memuaskan kebutuhan mereka pada waktu tertentu (Morissan, 2011 : 170).

Pendengar radio terbagi menurut beberapa segmen. Mereka menjadi pendengar setia atas format suatu siaran, disamping ada khalayak setia yang sangat loyal terhadap stasiun favorit. Pendengar yang dapat dikatakan benar-benar loyal terhadap sebuah stasiun radio akan cenderung melakukan pilihan sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta selera mereka masing-masing (Prayudha, 2005 : 119).

Setiap penyiaran radio memiliki segmen-segmen yang bisa diidentifikasi dengan mudah. Batasan pendengar radio

dibedakan berdasarkan suka atau tidak suka pada program siaran yang ditawarkan oleh stasiun radio. Program yang baik adalah program yang disukai pendengar baik sesuai dengan segmen maupun diluar segmen yang dapat dibuktikan melalui riset.

b) Keterampilan Penyiar Radio

Pendengar adalah ujung tombak radio. Penyiar adalah eksekutor program siaran sekaligus kru radio terdepan yang berinteraksi langsung dengan pendengar. Program siaran yang baik tidak akan sebaik konsep acara jika dibawakan oleh penyiar yang tidak cocok dengan program yang disusun. Para penyiar menentukan kualitas program dalam pelaksanaan (eksekusi) sekaligus menentukan citra stasiun radio.

Penyiar stasiun radio harus memiliki kemampuan dan bisa berperan dalam banyak hal. Penyiar bisa dikatakan sebagai penyaji musik dan kata-kata. Selain memiliki suara yang bagus, penyiar juga harus mampu memahami tentang penjualan stasiun radio, serta tanggap terhadap hal-hal yang dihadapi dalam melakukan tugas-tugas kepenyiaran (Prayudha, 2005 : 204).

c) Menarik Minat Pengiklan

Iklan adalah penghasilan utama radio. Tanpa iklan, radio tidak mendapatkan pemasukan (pendapatan) untuk menutup biaya operasionalnya, kecuali ada donatur dan bantuan

pemerintah. Banyaknya iklan dalam sebuah program merupakan salah satu ciri sukses sebuah program radio. Sebagus dan sebanyak apa pun pendengar sebuah program siaran radio, jika tidak berhasil mendatangkan pengiklan, maka program tersebut bisa dikatakan "gagal". Pasalnya, program siaran untuk mengundang pendengar dan banyaknya pendengar untuk mengundang pengiklan.

Setiap acara radio harus memiliki daya tarik. Unsur-unsur yang menjadi daya tarik sebuah program menurut Onong Effendy adalah musik, kata-kata, dan efek suara (*sound effect*): (Triartanto, 2010 : 125)

a. Musik

Musik merupakan bagian terbesar dari dunia radio siaran. Kekuatan radio sesungguhnya terletak pada musik-musik atau lagu-lagu yang dikemas dalam suatu program. Dengan kata lain, mendengarkan radio sama dengan mendengarkan musik. Hal ini memungkinkan banyak stasiun radio mengandalkan format musik sebagai ciri khas atau identitas stasiun untuk meraih pendengarnya. Untuk itu program musik yang dirancang bukan hanya sekedar memutar lagu-lagu yang menjadi formatnya, tetapi juga disesuaikan dengan gaya siaran, konsep acara, iklan, dan *station image*, karena hal tersebut berkaitan dengan target sasaran atau segmentasi yang dituju oleh radio yang bersangkutan.

b. Kata – kata

Kata-kata atau bahasa siaran secara standarisasinya mutlak dimiliki oleh sebuah stasiun radio siaran. Sebab, hal itu merupakan identitas sebuah radio dalam membentuk *station image*. Kata-kata yang diucapkan mampu menyulut emosi, perasaan, dan pikiran bagi pendengar. Sehingga mendengarkan radio bukan hanya mendengarkan musik atau lagu yang disajikan.

c. Efek Suara (*Sound Effect*)

Salah satu yang memungkinkan siaran radio yang diperdengarkan “hidup” adalah karena adanya efek suara. Efek suara adalah segala suara atau bunyi yang direkam dalam durasi yang pendek atau menyambung yang biasa dibuat dari hasil pengalaman dengar manusia, agar menimbulkan pengaruh tertentu bagi pendengar. Peran efek suara menimbulkan imajinasi dibenak pendengar, melalui efek suara yang terdengar di radio, pendengar seolah-olah akan merasakan suasana yang digambarkan.

Ketertarikan pendengar pada acara siaran dapat terjadi jika acara tersebut berdampak bagi kehidupan pendengar. Dekat dengan kehidupan mereka, lingkungan atau orang-orang, aktivitas kemanusiaan, atau sesuatu yang emosional sehingga mereka merasa terlibat (Gough, 1999 : 11). Program acara yang baik tentu akan bermanfaat dalam menunjang pembangunan karakter manusia.

2. Drama Radio/ Sandiwara Radio

Drama merupakan suguhan seni yang hidup dan penuh fantasi. Berbagai jenis drama mampu menarik perhatian pendengar, karena masing-masing pendengar memiliki keinginan yang berbeda-beda. Berdasarkan penyajian lakon, drama dapat dibedakan menjadi: (Wiyanto, 2002 : 7 – 10)

1) Tragedi

Drama yang penuh dengan kesedihan. Pelaku utama sejak awal menunjukkan kesedihan dan selalu sia-sia (gagal) dalam memperjuangkan nasibnya yang jelek. Ujung cerita berakhir dengan kedukaan yang mendalam. Penonton seolah-olah ikut menanggung derita yang dialami oleh tokoh utama.

2) Komedi

Drama penggeli hati yang penuh dengan kelucuan. Drama komedi bukanlah lawak sehingga komedi tetap menuntut nilai-nilai drama. Gelak tawa penonton dibangkitkan dengan kata-kata. Kekuatan kata-kata yang dipilih itulah yang membangkitkan kelucuan. Kelucuan itu sering mengandung sindiran dan kritik kepada anggota masyarakat tertentu.

3) Tregekomi

Perpaduan antara drama tragedi dan drama komedi. Isi lakonnya penuh kesedihan akan tetapi juga mengandung hal-hal yang menggelikan hati. Sedih dan gembira silih berganti.

4) Opera

Drama yang dialognya dinyanyikan dengan diiringi musik.

5) Melodrama

Drama yang dialognya diucapkan dengan diiringi melodi/musik.

6) Farce

Drama yang menyerupai dagelan tetapi tidak sepenuhnya dagelan. Ceritanya berpola komedi.

7) Tablo

Jenis drama yang mengutamakan gerak, para pelaku tidak mengucapkan dialog hanya melakukan gerakan dan bunyi-bunyian pengiring (bukan musik) yang menguatkan gerakan.

8) Sendratari

Gabungan antara seni drama dan seni tari. Tidak ada dialog. Rangkaian peristiwanya diwujudkan dalam tarian yang diiringi musik.

Dari delapan jenis drama tersebut, yang paling banyak dipentaskan di radio adalah jenis drama nomor 1 – 6. Hal ini tidak berarti bahwa drama radio tidak melakukan gerakan. Hanya saja gerakan tersebut dimanipulasi lewat suara. Suara menjadi getaran sendiri bagi pendengar. Melalui suara pendengar dapat tergila-gila dan mengimajinasi seseorang pemain. Sehingga drama radio memerlukan teknik montase yang baik agar tetap mendapatkan tempat dihati pendengar.

Drama radio adalah karya sastra pertunjukan cerita atau lakon kehidupan manusia yang dipentaskan tetapi tidak dapat dilihat dan

hanya bisa didengarkan karena bersifat auditif. Dramatisasi program lebih digemari pendengar daripada format yang kaku dan dapat dieksploitasi untuk program informasi dan pendidikan. Informasi lebih mudah ditransfer melalui teknik-teknik drama, untuk mengubah tingkah laku melalui penggunaan dramatisasi cerita (Gough, 1999 : 302).

Karakteristik drama radio berbeda dengan drama televisi maupun drama panggung. Beberapa karakteristik drama radio yaitu:

- 1) Terdapat pengalaman hidup manusia yang dilukiskan secara estetis auditif.
- 2) Dipentaskan melalui siaran khusus, dalam waktu spesial.
- 3) Berbentuk dialog yang kuat, agar menggaet hati pendengar.
- 4) Jumlah pendengar yang tidak terkontrol.
- 5) Mengangkat kehidupan manusia, lingkungan, dan alam sekitar.
- 6) Didengarkan tanpa visual melalui radio atau kaset.
- 7) Adanya ilustrasi musik, sound effect, yang mampu membangkitkan para pendengar untuk mengikuti terus kelanjutan cerita (Renggani, 2014 : 10).

Selain itu, drama radio khususnya sandiwara radio mampu merebut hati masyarakat karena dianggap dekat dengan kehidupannya. Menurut penelitian Mardiyanto dan Darmanto (2001 : 217) sandiwara radio memiliki daya tarik khusus, yaitu:

- 1) Memuat faktor idealisme, masyarakat sering mengidealkan pemain tertentu sehingga ingin mengikuti kelanjutan cerita.

- 2) Banyak menampilkan muatan lokal yang dapat dijadikan sandaran hidup.
- 3) Ada keinginan agar pendengar menghargai budayanya, sehingga kental dengan polesan kearifan hidup.

Program drama radio memuat pesan (message), berupa: informasi, pendidikan, hiburan, dan lainnya yang prosentase tiap jenisnya tidak harus sama, tergantung visi dan misi medium yang bersangkutan. Oleh sebab itu produser program drama radio perlu melakukan analisis secara cermat, termasuk pangsa pasar yang akan dituju sebelum pra produksi. Selanjutnya produser akan menentukan tema cerita, alur cerita (*plotting*), struktur cerita, dan penokohan untuk dikerjakan penulis naskah (*scriptwriter*) yang ditunjuk sesuai dengan format station penyarannya (Gough, 1999: 134).

Sebuah cerita yang baik menuntut adanya:

1. Plotting / Alur Cerita

Plot merupakan jalinan cerita atau kerangka cerita dari awal hingga akhir yang merupakan jalinan konflik antara dua tokoh yang berlawanan (Waluyo, 2003 : 8). Konflik itu berkembang karena adanya pertentangan dari para pelaku yang semakin lama meningkat mencapai titik klimaks. Alur cerita drama radio dapat berbentuk:

- a. Linier: alur cerita yang runtut dan mudah diikuti. Pola ini sesuai untuk audiens menengah ke bawah dan anak-anak.

- b. Mozaik: alur cerita yang tidak runtut dari adegan awal, kedua, dan ketiga. Setelah adegan berikutnya baru tampak korelasi dari adegan-adegan sebelumnya. Pola ini mengarah pada segmen khalayak cerdas dan sifatnya lebih “mengikat” audiens agar lebih intens menyimak.
- c. Circle: alur cerita yang berputar ke belakang (flash back). Pola ini kurang efektif bagi audiens anak-anak.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penyusunan alur cerita:

- a. Memiliki nilai kemanusiaan (human interest / minat insani).
 - b. Terpusat pada pribadi berkarakter kuat, memuat action yakni sesuatu yang mengagumkan, mencekam [suspense], konflik kecil dan utama, termasuk konflik moral/mental.
 - c. Plotting ini dibangun untuk membangkitkan ingatan dan pengalaman seolah audiens dapat memvisualisasikan.
 - d. Membuat kerangka situasi yang dapat membangkitkan imajinasi audiens seolah terlibat ke dalam cerita.
2. Struktur Cerita

Menulis cerita drama radio harus memiliki struktur cerita yang jelas. Audiens dapat memahami keindahan drama melalui struktur drama, yaitu: (Gough, 1999 : 134)

- a. Tidak terlalu banyak adegan agar tidak membingungkan.

Pergantian adegan mengacu pola 8 menit sekali yang memuat klimaks kecil dan *space* untuk *commercial*

break. Pola 8 menit sekali ini diakhiri dengan klimaks utama (Siregar, 2001 : 137).

- b. Setiap adegan menggiring alur yang masuk akal dan menyentuh perasaan.
- c. Setiap adegan membutuhkan satu situasi yang menarik, memuncak, yang menjadi bagian baru dari cerita hingga klimaks.
- d. Jumlah karakter dibatasi, kurang lebih 6 peran. Dalam tiap adegan yang ambil bagian maksimal 4 karakter.

3. Tokoh

Sebuah drama tidak akan lengkap tanpa adanya tokoh dan penokohan cerita. Tokoh utama drama radio harus tampil kontras dalam hal perwatakannya, tuturannya, statement-nya, dan karakter suaranya. Audiens dapat mengenali tokoh utama pertama kali, melalui: (Gough, 1999 : 135)

- a. Suara (*voice*) dan kosakata yang konsisten. Suara harus mencerminkan karakter tokoh tersebut.
- b. Pemanggilan nama tokoh dalam adegan sangat membantu pendengar mengenalinya. Tetapi penyebutannya tidak harus berulang kali di setiap adegan.
- c. Nama-nama tokoh harus beda / tidak cenderung mirip satu sama lain. Hindari misalnya nama: Hardono,

Hartono & Hartomo, Ani & Ami, Agus & Bagus, dan sebagainya, agar tidak membingungkan audiens.

- d. Tokoh harus berkembang sebagai follow up dari action sebelumnya.
- e. Tokoh minor tidak perlu diberi nama tetapi gunakan bentuk sapaan. Misal, tokoh polisi dengan sebutan inspektur, dokter, RT/RW/Lurah, dan sebagainya.

4. Format Dialog

Drama radio akan lebih hidup apabila ada dialog antar tokoh. Pembukaan drama radio merupakan bagian paling penting, sebagai penarik perhatian (*ear catchy*) audiens. Cara membuka drama radio, yaitu (Gough, 1999 : 136)

- a. Menggunakan *sound* atau suara tertentu sebagai penggambaran atmosfer.
- b. Mengangkat konflik kecil.
- c. Tokoh harus mudah dipahami, jangan biarkan audiens menebak terlalu lama.

Menyusun naskah drama radio tidak jauh berbeda dengan menulis drama panggung. Membuat naskah drama radio menuntut kreatifitas yang tinggi bagi pengarang. Sebab, audiens hanya mengandalkan pendengarannya dalam menikmati drama radio. Cara untuk menulis naskah drama adalah (Gough, 1999 : 137)

- a. Menyantumkan judul, tema, latar belakang, tujuan, sinopsis
- b. Mendeskripsikan karakteristik tokoh / peran (demografi dan psikografinya)
- c. Latar belakang, atmosfir, keadaan dalam sebuah cerita drama radio harus dapat dituturkan, dan perlu panduan kepada pemain kapan harus teriak, menangis, mesra, berbisik, dan sebagainya.
- d. Menggunakan kosakata yang sesuai dengan karakteristik tokoh dan segmen pasar yang dituju.
- e. Mengembangkan karakteristik tokoh, bereaksi atas action sebelumnya.
- f. Dialog secara alami, tidak menggurui dan menghindari kalimat: majemuk/bersayap, pasif dan negatif.
- g. Menggunakan narasi untuk menjelaskan informasi yang sulit didialogkan.
- h. Menghindari overlapping dialog antar tokoh (kecuali adegan memotong dialog).
- i. Pemotongan dialog ditandai dengan kode [.....] di belakang kalimat yang dipotong.
- j. Penggunaan musik dan sound effect sebagai penghidup suasana.

Sebuah cerita akan menarik jika terdiri dari konflik-konflik kecil sebagai pendukung dan konflik utama / besar, yang

pembagian wilayahnya disesuaikan dengan durasi dan bentuk cerita (lepas atau bersambung). Klimaks dalam drama radio sebaiknya ada dibagian akhir cerita dan tidak bertele-tele.

5. Musik dan *Sound Effect*

Drama radio memanfaatkan unsur suara yang merupakan media pokok. Efek suara dapat berupa suara-suara tiruan atau sebenarnya yang menampilkan daya imajinasi dan penafsiran pengalaman tentang situasi yang sedang ditampilkan. Dalam naskah drama radio petunjuk mengenai *sound effect* dan jenis musik yang diperlukan harus ditulis secara jelas.

Macam-macam musik siaran adalah:

- a. Jingle: lagu / announcement pendek (maksimal 15") yang berfungsi sebagai tengara / Id's radio dan produk acara.
- b. Tune in: tanda dimulainya sebuah acara, bukan lagu hit atau pernah hit, berupa instrumentalia yang bersifat *ear catchy* dan mudah diingat.
- c. Ilustrasi: tematis sesuai dengan cerita. Jenis, irama, warna dan melodi menyesuaikan content/materi pembicaraan dan suasana yang bersifat *stealing in – stealing out*.
- d. Bridging: penghubung adegan berupa musik pendek 10 – 15".

- e. Smash: stressing untuk dialog / adegan berupa musik pendek sekitar 1 – 3” yang tematis sesuai cerita.
- f. Tune Off: tanda penutup acara bisa sisa sama dengan tune in.
- g. Link: extro music.

Menggunakan musik dalam sebuah drama radio sebaiknya tidak mencampur adukkan antara musik aktualitas dengan musik atmosfer. Untuk mencapai perspektif tertentu audiens memvisualisasikan dengan apa yang dimainkan oleh pemusiknya (Gough, 1999 : 139).

Menulis drama radio mengharuskan adanya efek suara sebagai suara-suara pendukung yang dapat menghidupkan drama radio. Efek suara (sound effect) dapat menciptakan suasana batin, mengantarkan cerita (tindakan tokohnya), menciptakan warna, dan enak didengar (Gough, 1999 : 139). Efek suara yang sederhana mempunyai kekuatan yang luar biasa. Efek suara juga dapat menuntun imajinasi pendengar. Pada dasarnya efek suara dapat dibedakan menjadi (Renggani, 2014 : 181) efek langsung (*spot effect*), *actuality recorded effect* (suara yang direkam dilokasi kejadian), *library recorded effect* (efek suara buatan).

Sebelum disajikan kepada pendengar, drama radio harus melewati proses penggodokan drama mulai dari pemunculan ide dan pembuatan

naskah, proses pembuatan drama, pemberian efek suara hingga siap disiarkan. Bagian dari proses penggodokan drama yaitu:

- 1) Sutradara
- 2) Pemain
- 3) Penulis Naskah
- 4) Bagian Diskoteek

Bagian penting yang bertugas memilih iringan lagu dan sound effect. Teknik dan montase.

- 5) Musik Illustrator
- 6) Sound Man
- 7) Produser
- 8) Dokumentasi
- 9) Arsip
- 10) Teknisi (Operator)

3. Strategi Kreatif Drama Radio

Drama adalah tiruan kehidupan manusia yang disajikan di atas pentas. Potret kehidupan manusia, potret suka duka, pahit manis, hitam putih kehidupan manusia yang terkadang ditafsirkan melebihi aslinya. Sehingga, penikmat drama merasa bahwa konflik yang disajikan dalam drama sama dengan konflik batin mereka sendiri.

Salah satu jenis drama berdasarkan pementasannya adalah drama radio. Drama radio mementingkan dialog yang diucapkan melalui media radio. Jenis drama ini biasanya direkam dalam kaset. Cara menulis drama radio berbeda dengan drama biasa. Banyak petunjuk

teknik yang harus diberikan. Selingan musik, *sound effect*, jenis suara, serta petunjuk lain harus diberikan secara lengkap dan jelas karena sandiwara ini tidak ditonton secara visual melainkan hanya auditif. Kecakapan juru musik dan juru pengatur suara (teknik dan montase) ikut menentukan keberhasilan drama radio (Waluyo, 2003 : 53). Pelaku-pelakunya mengutamakan karakter suara yang dapat dilatih melalui pembinaan karakter secara menyeluruh termasuk latihan *acting*.

Membuat naskah drama sangat memerlukan kreatifitas pengarang. Keunggulan naskah drama terdapat pada konflik yang dibangun. Konflik menentukan penanjakan-penanjakan kearah klimaks. Jawaban dari konflik itu akan melahirkan *suspence* dan kejutan yang dapat dimunculkan dalam setiap babak. Pendengar dapat menikmati dan memahami keindahan drama apabila rangkaian adegan dikelompokkan dalam rentang waktu yang mengandung konflik. Untuk cerita drama radio program satu jam, rangkaian adegan dikelompokkan dalam durasi delapan menit (Siregar, 2001 : 137)

8 menit pertama: Intro – menaik – klimaks. Konflik dibangun.	Break 1
8 menit kedua: Mereda – netral – menaik – klimaks. Konflik terselesaikan, konflik dibangun lagi.	Break 2
8 menit ketiga: Mereda – netral – menaik – klimaks.	Break 3
8 menit keempat: Mereda – netral – menaik – klimaks.	Break 4
8 menit kelima: Mereda – netral – menaik – menaik klimaks.	Break 5
8 menit keenam: Mereda – netral – menaik – klimaks – mereda. Konflik utama, kemudian konflik terselesaikan	
Ending	

Naskah yang kuat jika dipentaskan akan berhasil dan menjadi pementasan yang bermutu apabila sutradara mampu mendukung cerita dan peralatan teknis memadai. Naskah drama merupakan modal utama untuk suatu pementasan drama yang baik, jika dipentaskan oleh sutradara dan aktor yang baik. Disisi lain yang harus diperhatikan yaitu penonton. Jika sebuah pertunjukan drama tidak mendapatkan apresiasi dari penonton maka dapat dikatakan pertunjukan tersebut gagal. Sehingga dalam membuat naskah drama harus memperhatikan hal-hal berikut ini: (Waluyo, 2003 : 32)

- 1) Tema relevan dengan keperluan pementasan.
- 2) Konfliknya cukup tajam ditandai dengan plot yang penuh kejutan dan dialog yang mantap.
- 3) Watak pelakunya mengandung pertentangan yang memungkinkan ketajaman konflik.
- 4) Bahasanya mudah dihayati dan komunikatif.
- 5) Mempunyai kemungkinan pementasan.

4. Pendengar Drama Radio

Radio mampu menggugah imajinasi pendengar yang tak terbatas. Akan tetapi, dalam menyajikan sebuah drama yang disiarkan melalui radio, tentunya memiliki kekurangan dan kelebihan. Karena radio adalah media dengan karakteristik yang hanya mengandalkan suara, imajinasi, dan kata-kata.

Keunggulan radio terkait drama, yaitu:

- 1) Bahasa radio biasanya berakar pada budaya lisan masyarakat. Radio masih cenderung sangat lokal, sehingga drama radio masih sangat efektif dalam menyampaikan pesan.
- 2) Radio memiliki kemampuan tak terbatas dalam menggugah imajinasi pendengar yang dieksplor semaksimal mungkin.
- 3) Radio tidak memiliki keterbatasan dalam mengubah waktu dan setting cerita tinggal menyebutkan situasinya secara lisan, pendengar akan langsung membayangkan situasi tersebut.
- 4) Radio bisa mempelajari semua tempat dan tradisi, bahkan yang belum pernah ada dalam kehidupan.
- 5) Radio adalah media yang sangat personal (Renggani, 2014 : 13).

Sedangkan, kelemahan radio terkait drama yaitu:

- 1) Semua pesan hanya diterima pendengar melalui telinga, sehingga penulis naskah harus mampu menyampaikan pesan se jelas mungkin dan memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi pendengar dalam berimajinasi.
- 2) *Secondary medium*, selama menyimak siaran radio pendengar tetap melakukan aktivitasnya. Sehingga, konsentrasi mendengarkan akan berkurang.
- 3) Radio bisa menawarkan banyak hal, tapi ada beberapa hal yang tidak dapat disampaikan secara detail (Renggani, 2014 : 14).

Radio sebagai media yang sangat personal tentunya memberikan kepuasan bagi para pendengar mengenai kebutuhan pribadinya maupun sosial masyarakat dengan mendengarkan drama radio.

Kesuksesan sebuah program acara radio, khususnya drama radio adalah dengan jumlah pendengar yang mendengarkan drama radio. Jika tidak ada pendengar, rasanya drama tidak hidup.

Pendengar drama radio terdiri dari berbagai latar belakang, baik dari segi pendidikan, ekonomi, kemampuan mengapresiasi, maupun motivasi. Ada tiga iga macam jenis pendengar yaitu:

- 1) Pendengar peminat, pendengar intelektual yang mampu mengapresiasi seni, terutama seni drama.
- 2) Pendengar iseng, pendengar yang tidak memiliki perhatian khusus kepada drama, tetapi menyukai seni lain, terutama seni musik.
- 3) Pendengar penasaran, pendengar yang penasaran dan ingin tahu apa sebenarnya drama radio itu (Renggani, 2014 : 90).

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi (Jalaludin Rakhmat, 2001 : 24). Sedangkan pengertian metode deskriptif menurut Nazir didefinisikan sebagai suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Nazir, 2005 : 54).

Sedangkan tujuan penelitian deskriptif menurut Jalaludin Rakhmat adalah:

- 1) Mengumpulkan informasi aktual secara terperinci yang melukiskan gejala yang ada.
- 2) Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi serta praktek-praktek yang dilakukan.
- 3) Membuat perbandingan atau evaluasi.
- 4) Untuk menentukan apa yang dilakukan oleh pihak lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka dalam menetapkan rencana dan keputusan yang akan datang. (Jalaludin Rakhmat, 2001 : 25).

Sedangkan pengertian dari penelitian kualitatif oleh Hadari Nawawi dan Mimi Martini didefinisikan sebagai suatu konsep keseluruhan untuk mengungkapakan rahasia tertentu, dilakukan dalam menghimpun data dalam keadaan sewajarnya, mempergunakan cara kerja yang sistematis, terarah, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam hal ini, penelitian kualitatif tidak bekerja dengan mempergunakan data atau dalam bentuk yang ditransformasikan menjadi bilangan atau angka, tidak diolah dengan rumus dan tidak ditafsirkan atau diinterpretasikan sesuai ketentuan statistik atau matematik (Koentjaraningrat, 1994 : 175).

Dengan kata lain, penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang memaparkan situasi atau kejadian dan hasilnya tidak didapatkan dari suatu perhitungan melainkan dengan menghimpun data dalam

keadaan sewajarnya. Penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini diperuntukkan untuk memaparkan bagaimana Strategi Kreatif Program Sandiwara Radio Bahasa Jawa di Stasiun Radio Retjo Buntung 99,4 FM Yogyakarta.

2. Objek Penelitian

a. Informan

Informan yang akan dijadikan objek penelitian adalah:

1) Kepala Siaran Stasiun Radio Retjo Buntung Yogyakarta

Kepala Siaran Stasiun Radio Retjo Buntung Yogyakarta dipilih sebagai informan karena kepala siaran bertanggung jawab atas keseluruhan program drama radio.

2) Penanggung Jawab Produksi (Produser) Drama Radio di Stasiun Radio Retjo Buntung Yogyakarta

Penanggung jawab produksi dipilih sebagai informan karena dirasa lebih mengetahui seluk beluk tentang dapur produksi drama radio, mulai dari pra sampai pasca produksi.

3) Bagian Dapur Drama Radio (Sutradara, Penulis Naskah, Pemain, dan Operator Teknik Montase) di Stasiun Radio Retjo Buntung Yogyakarta

Bagian dapur drama radio dipilih sebagai informan karena lebih mengetahui tentang proses penggodokan drama radio, utamanya konten drama yang digarap.

b. Lokasi

Penelitian dilakukan di PT. Retjo Buntung Yogyakarta
Jalan Jagalan No. 36 Yogyakarta

c. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh untuk penelitian ini merupakan hasil dari proses pengambilan informan. Sumber data ini terdiri dari data-data yang berasal dari informasi dan data dokumen yang terkait dengan penelitian.

3. Teknik pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan objek penelitian, maka peneliti menggunakan beberapa metode agar mendapatkan data yang akurat sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pengumpulan data yang dikerjakan agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sekaligus mempermudah penyusunan penelitian tersebut. Beberapa metode yang dilakukan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu:

a. Dokumentasi

Teknik ini merupakan cara mengumpulkan data dari bahan-bahan tertulis seperti agenda, dokumen-dokumen administratif, artikel, laporan hasil penelitian dan evaluasi program.

b. Rekaman Arsip

Pengumpulan data dalam penelitian ini juga memanfaatkan sumber-sumber yang berasal dari arsip perusahaan seperti daftar program acara.

c. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan responden atau informan, dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Atau dengan kata lain, wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* atau panduan wawancara (Nazir, 2005 : 193).

Tujuan umum wawancara adalah untuk mendapatkan pernyataan empiris mengenai keadaan pribadi, peristiwa, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, tanggapan atau persepsi, dan sebagainya, untuk merekonstruksi beragam hal seperti itu sebagai bagian dari pengalaman masa lampau dan memproyeksikan hal-hal itu dikaitkan dengan harapan yang bisa terjadi di masa yang akan datang. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang dianggap kompeten dan berhubungan dengan data yang dicari.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan pihak yang berhubungan dengan pelaksanaan strategi kreatif program sandiwara radio bahasa Jawa pada stasiun radio Retjo Buntung 99,4 FM Yogyakarta. Beberapa pihak yang akan diwawancarai adalah Kepala Siaran dan Bagian Produksi drama radio stasiun radio Retjo Buntung 99,4 FM Yogyakarta. Selain itu wawancara juga dilakukan terhadap pihak-pihak lain yang

berkaitan dengan permasalahan penelitian. Adapun tujuan pokok penelitian ini adalah untuk mencari data pokok tentang strategi kreatif program sandiwara radio bahasa Jawa yang dilakukan stasiun radio Retjo Buntung 99,4 FM Yogyakarta.

Dalam penelitian ini data yang dipergunakan meliputi dua jenis, yaitu:

1) Data Primer

Data yang dikumpulkan dan didapatkan langsung dari sumber di lokasi penelitian melalui metode observasi dan wawancara. Observasi berarti peneliti melihat dan mendengarkan yang dilakukan dan dikatakan atau diperbincangkan para responden dalam aktivitas kehidupan sehari-hari, baik sebelum, menjelang, ketika atau sesudahnya. Aktivitas yang diamati terutama yang berkaitan dengan topik penelitian, tanpa melakukan intervensi pada aktivitas objek penelitian (Hamidi, 2005 : 75). Dalam hal ini peneliti melakukan observasi di Retjo Buntung Yogyakarta, dan drama radio bahasa Jawa sebagai media komunikasinya. Jadi peneliti mengamati program siaran drama radio khususnya drama radio berbahasa Jawa yang digelar pada radio tersebut.

2) Data Sekunder

Berbagai jenis data yang diperoleh dari studi pustaka dan website sebagai penunjang. Data ini diperoleh melalui metode dokumentasi. Metode ini diperlukan guna melengkapi hal-hal

yang dirasa belum cukup dalam data-data yang diperoleh, melalui pengumpulan lewat dokumen atau catatan yang ada dan dianggap relevan dengan masalah yang diteliti. Dokumentasi ini dilakukan sebagai bahan perbandingan. Dalam hal ini peneliti menggunakan dokumen rekaman program siaran drama radio bahasa Jawa dan *website* stasiun radio yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

4. Teknik Validitas Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan melakukan pengecekan atau membandingkan data tersebut. Dalam penelitian ini, teknik validitas data yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Moleong, 2004 : 178).

Metode ini mengarahkan peneliti untuk mengumpulkan data dengan menggunakan beragam sumber data yang tersedia. Hal ini bertujuan agar data yang sama atau sejenis lebih akurat kebenarannya, bila digali dari berbagai sumber yang berbeda. Validitas data diperoleh dengan mengumpulkan sumber data yang berbeda untuk permasalahan yang sama. Sumber data dalam penelitian ini, untuk wawancara berasal dari narasumber dan informasi yang terpilih dan untuk observasi berasal dari catatan peneliti serta untuk dokumen berasal dari *website* dan dokumen penunjang lainnya.

5. Teknik Analisa Data

Analisa data adalah proses mengorganisasikan dan mengarahkan kedalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Salah satu tujuan analisis data adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang utuh dan menarik (Moleong, 2004 : 103).

Proses analisis data dapat dirumuskan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Proses ini dilakukan dengan cara wawancara dan observasi langsung. Peneliti mewawancarai secara langsung (*face to face*) dalam menggali data yang diperlukan serta mengumpulkan rekaman-rekaman yang berkaitan dengan penggalian data.

b. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan selama penelitian berlangsung. Reduksi data merupakan kegiatan analisis yang tajam, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data. Langkah reduksi terdiri dari beberapa tahap, yakni pertama adalah melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan dan meringkas data. Kedua, peneliti menyusun kode-kode dan catatan-catatan mengenai berbagai hal termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok dan pola-pola data. Ketiga,

peneliti menyusun rancangan konsep-konsep serta penjelasan-penjelasan berkenaan dengan tema, pola atau kelompok-kelompok data bersangkutan (Moleong, 2004 : 105-106).

c. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dapat berupa grafik, matrik, maupun teks naratif yang didesain secara sistematis sehingga memudahkan untuk memahaminya. Data yang dipilih dan diorganisasikan akan disajikan dalam bentuk teks naratif. Penyajian data pada umumnya diyakini sangat membantu proses analisis (Moleong, 2004 : 105).

d. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan

Peneliti akan mengambil kesimpulan dari tiga komponen analisis yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Hal ini berarti analisis tidak dilakukan setelah data yang diperlukan secara keseluruhan terkumpul.

Dalam penarikan dan pengujian kesimpulan kadang kesimpulan telah tergambar sejak awal tetapi kesimpulan final tidak pernah dapat dirumuskan secara memadai tanpa peneliti menyelesaikan analisis seluruh data yang ada. Peneliti mengkonfirmasi, mempertajam atau mungkin merevisi kesimpulan yang telah dibuat untuk sampai pada kesimpulan final berupa

proposisi-proposisi ilmiah tentang gejala atau realitas yang diteliti
(Moleong, 2004 : 106).