

STRATEGI PROGRAM RADIO DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA

Tresna Yumiana Rahayu¹
Kartini Rosmalah Dewi Katili²

¹Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam '45' Bekasi
Email: tresnamira19@gmail.com

²Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam '45' Bekasi
Email: kr.ilkom@gmail.com

Abstract

In general, radio entertainment programs seem to be more interesting and popular among listeners. Therefore, it seems difficult so it is not easy for radio stations with a special format to broadcast religious programs to be received well. Kajian Tematik is one of the da'wah (Islamic preaching) programs that has been on air since 2005. It takes several strategies to maintain its existence on Rodja 756 AM Radio. The aim of this research is to investigate the strategy of Kajian Tematik to maintain the existence by using concept of Pringle program's strategy consisting of planning, production and purchasing, execution, and monitoring and evaluation. The present research used qualitative descriptive method. Based on the research results, there are six main points in the program's strategy Kajian Tematik to maintain the existences. First, the existence of science or religious information in every theme. Second, the competent interviewers in the field. Third, gathering ideas through questionnaires, social media, and discussions. Fourth, innovation by organizing off-air activities, promotion through social media, word of mouth promotion, creating broadcast schedules, and maximizing potential. Fifth, consistent in title and packaging of the program. Sixth, expansion program distribution through analog radio, streaming, satellite, and relay. The researcher recommends for further research into media existence using niche theory (media ecology).

Keywords: *Strategy of the Program, Management Strategic, Radio, and Existence*

Abstrak

Umumnya, program hiburan lebih banyak disajikan radio dan disukai oleh pendengar. Maka tidaklah mudah bagi stasiun radio dengan format khusus untuk menyiarkan program keagamaan agar dapat diterima dengan baik. Kajian Tematik adalah salah satu program dakwah yang mampu bertahan sejak 2005 hingga sekarang. Dalam hal ini, tentunya dibutuhkan strategi yang tepat bagi program tersebut untuk mempertahankan eksistensinya di Radio Rodja 756 AM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi program Kajian Tematik dalam mempertahankan eksistensinya dengan menggunakan konsep strategi program Peter Pringle yang terdiri dari perencanaan, produksi dan pembelian, eksekusi, serta pengawasan dan evaluasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian, ada enam hal pokok dalam strategi program Kajian Tematik untuk mempertahankan eksistensinya. Pertama, adanya ilmu atau informasi keagamaan dalam setiap tema yang dihadirkan secara aktual. Kedua, narasumber yang berkompeten dalam bidangnya. Ketiga, mengumpulkan ide melalui angket, media sosial, dan diskusi. Keempat, melakukan inovasi dengan menyelenggarakan kegiatan *off air*, promosi melalui media sosial dan secara *word of mouth*, membuat jadwal siaran, dan memaksimalkan potensi. Kelima, konsisten dalam ciri khas, yaitu nama dan kemasan program. Keenam, perluasan distribusi program melalui radio analog, *streaming*, satelit, dan *relay*. Penulis merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya mengenai eksistensi media menggunakan teori *niche* (ekologi media).

Kata Kunci: Strategi Program, Manajemen Strategi, Radio, Eksistensi

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di Kalimantan Selatan, radio swasta lebih banyak menyajikan program hiburan atau musik dengan persentase sekira 45% dibandingkan dengan program lain yang persentasenya lebih kecil, seperti program acara dakwah atau keagamaan yang hanya menunjukkan 2 – 15% dari totalitas 100% program acara yang disajikan setiap harinya (Surianor, 2016, hal.27).

Melihat kenyataan bahwa program hiburan lebih banyak disajikan dan disukai, maka tidaklah mudah bagi stasiun radio dengan format khusus untuk menyiarkan program keagamaan agar dapat diterima dengan baik oleh pendengar. Salah satu

radio yang termasuk ke dalam jenis format khusus adalah Radio Rodja 756 AM yang terletak di Cileungsi, Bogor. Ciri khas radio ini yakni menyajikan program keagamaan atau program dakwah setiap hari tanpa musik. Radio Rodja 756 AM memiliki program Kajian Tematik yang mulai mengudara pada tahun 2005 lalu. Hingga kini, program Kajian Tematik masih masuk ke dalam kategori program unggulan di Radio Rodja 756 AM dan terus bertahan dengan konsep dialog interaktif yang melibatkan interaksi antara narasumber, penyiar, dan pendengar.

Mengelola program keagamaan tidak jauh berbeda dengan program hiburan. Bagian terpenting dalam menyusun

program keagamaan yang akan disiarkan adalah bagaimana program tidak monoton, sehingga akan menarik minat pendengar untuk mendengarkan.

Menurut Vane-Gross menentukan jenis program berarti menentukan atau memilih daya tarik dari suatu program (Morissan, 2011, hal.218). Daya tarik yang dimaksud di sini adalah bagaimana suatu program mampu menarik perhatian pendengar dan mempertahankan eksistensi program tersebut.

Jika ditinjau dari segi media penyiaran, pengertian eksistensi pada program radio adalah kemampuan sebuah program radio untuk bertahan dalam waktu yang cukup lama.

Pada dasarnya setiap stasiun radio tidaklah sulit dalam membuat sebuah program siaran, tetapi hal yang terjadi setelah membuat program siaran adalah bagaimana cara membuat programnya terus bertahan dan tetap dinikmati juga disukai oleh pendengarnya, sehingga program tersebut dapat mempertahankan eksistensinya. Oleh sebab itu, dalam menyusun program siaran, apalagi jenis program keagamaan diperlukan sebuah strategi dengan harapan program tersebut dapat disukai pendengar juga menjadi sarana pendidikan, informasi, dan memengaruhi kepada kebaikan bagi pendengar.

Strategi diperlukan agar pengelola media penyiaran dapat menciptakan

program dengan kualitas yang baik, sehingga mampu menarik perhatian audien. Dalam pengelolaan sebuah program radio, salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan strategi program.

Oleh karena itu, untuk membuat program yang baik, diperlukan perencanaan yang matang, proses produksi dan eksekusi yang tepat, dan juga mengawasi jalannya program untuk kemudian melakukan evaluasi terhadap program agar semakin berkualitas dan memperoleh lebih banyak pendengar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai strategi yang diterapkan oleh Radio Rodja 756 AM dalam mempertahankan eksistensi program Kajian Tematik. Ketika pengelola radio menerapkan strategi program yang baik, tentunya akan berpengaruh pada keberhasilan media tersebut dalam menciptakan program untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama.

Dalam penelitian ini, penulis meneliti terkait bagaimana strategi program radio dalam mempertahankan eksistensi karena sebuah program diukur sejauhmana program tersebut dapat mempertahankan keberadaannya pada stasiun radio. Dan sebuah program dengan strategi yang tepat akan tetap mampu bertahan meski tidak sedikit program radio dengan format yang sama ataupun berbeda semakin banyak.

KAJIAN LITERATUR

Media Penyiaran Radio

Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya (Masduki, 2001, hal.9).

Undang-Undang Penyiaran (UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran) di Indonesia membagi jenis stasiun penyiaran ke dalam empat jenis. Keempat jenis stasiun penyiaran ini berlaku baik untuk stasiun penyiaran televisi maupun radio. Keempat jenis stasiun penyiaran itu adalah stasiun penyiaran swasta, stasiun penyiaran berlangganan, stasiun penyiaran publik, dan stasiun penyiaran komunitas (Morissan, 2011, hal.88).

Program Radio

Program siaran radio terdiri dari program reguler atau harian (*daily program*) dan program khusus atau mingguan (*special program*, *weekly program*). Program reguler disiarkan setiap hari dengan penyiar tetap ataupun bergantian pada jam-jam tertentu. Sedangkan program khusus disiarkan seminggu sekali, umumnya dijadwalkan malam hari dan akhir pekan (Romli, 2009, hal.74). Umumnya, program radio terdiri dari acara pemutaran lagu (*music program*), obrolan atau bincang-bincang (*talkshow*),

dan program berita (*news program*) (Romli, 2009, hal.28).

Strategi Program Radio

Peter Pringle menjelaskan strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen atau sering juga disebut dengan manajemen strategis (*management strategic*) program siaran terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program (Morissan, 2011, hal.273).

a. Perencanaan Program

Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. Pada stasiun radio, perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu. Perencanaan program radio juga mencakup mencari penyiar yang memiliki kepribadian dan gaya yang sesuai dengan format yang sudah dipilih stasiun bersangkutan.

b. Produksi dan Pembelian Program

Kata kunci untuk memproduksi program adalah ide atau gagasan. Dengan demikian setiap program selalu dimulai dari ide atau gagasan. Ide atau gagasan inilah yang

kemudian diwujudkan melalui produksi. Suatu program yang dibuat sendiri oleh media penyiaran disebut dengan istilah *in-house production* atau produksi sendiri (Morissan, 2008, hal. 267).

Menurut Ningsih (2016, hal.20), pada proses siaran ada dua cara yang bisa digunakan, yaitu:

1. *Live* atau siaran langsung: *on air*, produksi dilakukan secara langsung dari ruang siaran tanpa melalui tahapan pengeditan dan penggabungan materi secara mekanis.
2. *Tapping* atau rekaman: siaran rekaman merupakan siaran yang proses produksinya dilakukan dahulu baru kemudian pada hari berikutnya disiarkan.

c. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Bagian program harus menganalisis dan memilah-milah setiap bagian waktu siaran untuk mendapatkan berbagai audiens yang diinginkan karena jam yang berbeda akan mendapatkan audiens yang berbeda pula. Pengelola program harus menyusun atau menata program sebaik mungkin, untuk itu ia harus memiliki strategi menata acara, yakni pembagian waktu siaran (Morissan, 2011, hal. 343).

d. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Jika kedua kinerja tersebut tidak sama, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan.

Strategi STP

Strategi merebut pasar audien terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan yang menurut Kotler terdiri atas tiga tahap, diantaranya segmentasi, *targeting*, dan *positioning* (Morissan, 2011, hal.174).

1. Segmentasi

Menurut Morissan (2011, hal.178), segmentasi audien pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur audien. Jika ditinjau dari perspektif audien penyiaran, maka segmentasi pasar adalah suatu kegiatan untuk membagi-bagi atau mengelompokkan audien ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen.

2. Targeting

Targeting atau target audien adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau audien sasaran. Target audien adalah memilih satu atau beberapa segmen audien yang akan menjadi fokus kegiatan-kegiatan pemasaran program dan promosi.

3. Positioning

Hiebing & Cooper mendefinisikan *positioning* sebagai “membangun persepsi produk di dalam pasar sasaran relatif terhadap persaingan”. Suatu produk harus memiliki pernyataan *positioning* berupa kata-kata yang diolah dalam bentuk rangkaian kalimat menarik yang disampaikan dengan manis. Kata-kata itu adalah atribut yang menunjukkan segi-segi keunggulan suatu produk atau perusahaan terhadap para pesaingnya. Pernyataan yang dihasilkan harus cukup singkat, mudah diulang-ulang dalam iklan atau dalam bentuk-bentuk promosi lainnya, dan harus memiliki dampak yang kuat terhadap pasar sasaran.

Eksistensi

Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu menjadi atau mengada. Ini sesuai asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existence* yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya

kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya (Abidin, 2007, hal. 16).

Sedangkan menurut Purwodarminto, eksistensi bukan merupakan tempat dimana suatu benda berada, akan tetapi eksistensi mengandung pengertian tentang keberadaan suatu kegiatan yang secara terus-menerus dilakukan, sehingga kegiatan terus berjalan dengan lancar (Purwodarminto, 2002, hal. 756). Jika ditinjau dari segi media penyiaran, pengertian eksistensi pada program radio adalah kemampuan sebuah program radio untuk bertahan dalam waktu yang cukup lama. Sehingga maksud dari eksistensi dalam penelitian ini adalah keberadaan program yang masih bertahan pada sebuah stasiun radio, yaitu program Kajian Tematik di Radio Rodja 756 AM.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian dengan desain penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi (Moleong, 2005, hal.3). Dalam penelitian ini penulis akan melihat bagaimana strategi program yang diterapkan pada program Kajian Tematik

dalam mempertahankan eksistensinya di Radio Rodja 756 AM.

Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diriset. Menurut Sugiyono, populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan (Kriyantono, 2006, hal. 153). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dan pendengar Radio Rodja 756 AM.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian, maka dibutuhkan sebuah teknik sampling. Teknik sampling adalah teknik yang digunakan untuk meriset sebagian tertentu dari anggota populasi, dapat diartikan juga sebagai prosedur pemilihan sampel (Kriyantono, 2006, hal. 153).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis adalah sampel bertujuan (*purposive sampling*). Teknik sampel bertujuan (*sampling purposif*) merupakan teknik yang mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset (Kriyantono, 2006, hal. 158). Dalam pengambilan sampel dengan teknik

sampling purposif, penulis memilih lima orang yang terdiri dari dua orang karyawan Radio Rodja 756 AM dan tiga orang pendengar program Kajian Tematik yang dapat memberikan informasi dan data secara lengkap.

Unit Analisis

Unit analisis adalah suatu yang berkaitan dengan fokus komponen yang diteliti. Unit analisis suatu penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahannya. Unit analisis yang dijadikan bahan kajian dalam penelitian ini adalah program Kajian Tematik di Radio Rodja 756 AM.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagaimana cara data yang akan diteliti tersebut dikumpulkan sehingga hasil akhir penelitian mampu menyajikan informasi yang valid dan *reliable* (Bungin, 2003, hal. 42). Dalam teknik pengumpulan data, penulis menggunakan dua sumber data. Adapun yang menjadi sumber data tersebut berupa data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari wawancara mendalam dan observasi nonpartisipan. Sedangkan data sekunder terdiri dari dokumentasi dan sumber tertulis.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis selama di lapangan Model Miles and

Huberman. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2014, hal. 404).

Keabsahan Data

Penilaian kesahihan atau keabsahan riset penelitian kualitatif biasanya terjadi sewaktu proses pengumpulan data dan analisis-interpretasi data. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis triangulasi, yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah dan Perkembangan Radio Rodja 756 AM

Radio Rodja 756 AM dirintis oleh Ustadz Badrusalam sejak awal tahun 2005 dan mulai mengudara untuk uji coba pada bulan Maret 2005. Pada awal berdirinya, Radio Rodja 756 AM merupakan sebuah radio komunitas yang menggunakan saluran FM dengan daya jangkau seluas 2,5 kilometer sebagaimana ketentuan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, sehingga jangkauan pendengar hanya mencakup wilayah Cileungsi dan sekitarnya.

Mengetahui keberadaan Radio Rodja 756 AM, para pendengar kaum muslimin yang tinggal di luar Cileungsi banyak menyampaikan keinginan untuk memperluas jangkauan siaran. Sebagai alternatif dari besarnya animo masyarakat, sehingga pada tahun 2007 Radio Rodja 756 AM secara resmi memulai siarannya di saluran 756 kHz (AM). Tepatnya pada Mei 2007, Radio Rodja 756 AM menguji coba siarannya melalui saluran 756 AM, sehingga daya jangkauannya lebih luas mencakup wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek) dan sekitarnya.

Radio Rodja 756 AM yang didirikan Ustadz Badrusalam menyajikan siaran tilawah Al-Qur'an Al-Karim, hadits-hadits Nabi, kajian Islam Ahlus Sunnah wal Jama'ah, juga nasihat para ulama Ahlus Sunnah yang sesuai dengan pemahaman para sahabat Nabi.

Hasil Penelitian

Kemampuan sebuah program radio untuk mempertahankan eksistensinya dapat diraih karena sumber daya manusia yang mengelola program tersebut dapat mengaktualisasikan dan memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki dengan menerapkan sebuah strategi. Salah satu strategi yang dinilai mampu untuk membuat program radio dapat menarik perhatian pendengar, sehingga program tersebut bisa bertahan lama adalah dengan menerapkan strategi program, yakni serangkaian tahapan

yang digunakan dalam menyusun dan mempersiapkan program acara. Adapun strategi program yang diterapkan pada program Kajian Tematik terdiri dari perencanaan program, produksi program, eksekusi program, dan evaluasi program.

1) Perencanaan Program Kajian Tematik

Dalam melakukan proses perencanaan program, Radio Rodja 756 AM menyelenggarakan berbagai rapat yang melibatkan direktur operasional dan seluruh divisi yang bertugas. Proses perencanaan program ini terbagi menjadi tiga, yaitu jangka panjang, menengah, dan jangka pendek.

Perencanaan jangka panjang merupakan perencanaan yang dilakukan melalui rapat berskala tahunan. Sedangkan perencanaan jangka menengah dilaksanakan melalui rapat berskala bulanan dan perencanaan jangka pendek dilakukan melalui rapat berskala mingguan. Rapat mempersiapkan rencana jangka panjang ini biasanya merencanakan jadwal program Kajian Tematik berupa tabligh akbar yang diadakan setiap satu atau dua kali dalam satu tahun. Program ini dilaksanakan secara *off air* yang diselenggarakan di masjid-masjid besar di Indonesia dengan menghadirkan narasumber asli dari Timur Tengah, seperti Syaikh Abdurrazzaq. Walaupun *off air*, kajian ini biasanya juga dihubungkan ke

studio untuk disiarkan secara langsung melalui radio.

Kemudian rapat mempersiapkan rencana jangka menengah biasanya membuat penjadwalan program Kajian Tematik selama satu bulan ke depan.

Sedangkan rapat mempersiapkan rencana jangka pendek biasanya membuat jadwal siaran program Kajian Tematik untuk satu minggu ke depan dengan dibuatkan *rundown* acara per jadwal siarannya. Dalam perencanaan jangka pendek ini harus dibuat perincian berdasarkan skala prioritas, mana yang harus dikerjakan terlebih dahulu dan secara bertahap serta terencana melaksanakan tahapan berikutnya sampai rencana ini dapat tercapai sepenuhnya.

2) Produksi Program Kajian Tematik

Produksi merupakan kegiatan siaran yang dilakukan di dalam ataupun di luar studio. Proses produksi juga ada yang dilaksanakan secara *off air* atau rekaman suara siaran, selain itu ada juga yang dilakukan secara *relay*. Radio Rodja 756 AM menempatkan diri sebagai stasiun radio yang memproduksi programnya sendiri. Seluruh program yang disiarkan Radio Rodja 756 AM merupakan hasil produksi sendiri.

Dalam tahap produksi program, kesalahan teknis ataupun nonteknis perlu dihindari karena kesalahan ini dapat

memengaruhi kualitas produksi siaran. Pada program Kajian Tematik, proses produksi di dalam studio melibatkan seorang direktur operasional, operator produksi, penyiar, dan narasumber. Sedangkan ketika proses produksi dilakukan di luar studio, maka tim program Kajian Tematik melibatkan orang-orang yang bersedia secara sukarela untuk membantu kesuksesan produksi program ini.

3) Eksekusi Program Kajian Tematik

Pengeksekusian program Kajian Tematik disesuaikan dengan perencanaan sebelumnya. Pada tahap ini, direktur operasional berwenang memutuskan jadwal siar program Kajian Tematik dengan memperhatikan beberapa kondisi, diantaranya mempertimbangkan kebiasaan masyarakat pada waktu-waktu tertentu. Pada hari Sabtu malam biasanya orang memiliki kebiasaan untuk keluar rumah dan cenderung bebas dalam menggunakan waktunya karena hari libur dengan mencari hiburan, maka program Kajian Tematik hadir untuk mengubah kebiasaan masyarakat agar kembali kepada hal-hal yang baik. Sedangkan pemilihan hari Minggu pagi karena kebiasaan masyarakat pada hari ini adalah tidak ada aktivitas seperti hari biasanya, sehingga untuk mengisi waktu luangnya dapat digunakan untuk mendengarkan program Kajian Tematik.

Kemudian selain pemilihan hari, pemilihan waktu juga didasarkan pada ketersediaan pendengar. Program Kajian Tematik biasanya disiarkan pada pagi hari pukul 10.00 – 11.00, ini merupakan *day time* dan pendengar yang tersedia adalah ibu rumah tangga. Untuk siaran pada malam hari pukul 18.00 – 19.00 merupakan *fringe time* dan pendengar yang tersedia adalah hampir sebagian besar pendengar yang sudah berada di rumah, jam siaran ini merupakan awal malam menuju jelang waktu utama (*prime time*) yang tersedia seluruh pendengar pada waktu ini.

4) Evaluasi Program Kajian Tematik

Terdapat dua cara dalam mengevaluasi program Kajian Tematik, yaitu evaluasi langsung dan evaluasi secara keseluruhan setiap pekannya. Evaluasi langsung dilakukan ketika terjadi kesalahan pada saat siaran langsung, biasanya masalah yang terjadi adalah penataan volume suara dan kualitas suara yang dihasilkan di radio. Sedangkan evaluasi keseluruhan, yaitu dengan membahas permasalahan dan kesalahan pada saat siaran setiap pekannya.

Pembahasan

Salah satu program dakwah yang mampu bertahan sejak tahun 2005 hingga kini adalah program Kajian Tematik di radio Rodja 756 AM dan masih ada

pendengar yang bersedia untuk mendengarkan program ini. Untuk bisa mendapatkan perhatian pendengar dan mempertahankan eksistensinya, maka program Kajian Tematik melakukan strategi yang tepat. Strategi yang dilakukan oleh program Kajian Tematik adalah dengan menerapkan strategi program. Terdapat enam hal pokok yang amat sangat penting dalam strategi program yang diterapkan program Kajian Tematik, diantaranya:

a. Tema Aktual

Seorang pengelola program harus betul-betul cermat melihat tren atau fenomena yang sedang berkembang, sehingga bisa meminimalisir kegagalan program. Berbagai macam cara dilakukan oleh tim produksi program Kajian Tematik untuk tetap dapat mempertahankan daya tarik yang dimiliki. Cara ini dilakukan dengan berupaya mengambil tema aktual berdasarkan isu-isu atau peristiwa yang sedang berkembang.

Tidak hanya melihat perkembangan tren dan fenomena, tema-tema aktual juga dicari berdasarkan materi keilmuan yang dibutuhkan dan sangat penting untuk diketahui oleh pendengar. Pemilihan tema ini menentukan daya tarik pendengar, sehingga jika temanya sesuai, mereka bersedia mendengarkan. Pendengar biasanya sangat antusias mendengarkan karena tema-tema kajian yang menurutnya sudah sesuai dengan kehidupan sehari-hari

mereka. Pendengar menilai bahwa tema-tema tersebut menarik bagi mereka karena momennya sangat pas dengan peristiwa yang sedang terjadi atau dialami.

b. Kompetensi Narasumber

Program Kajian Tematik merupakan program dakwah, oleh karena itu narasumbernya memang harus berkompeten dalam bidang dakwah. Tim produksi berupaya mencari narasumber yang kredibel dalam bidangnya. Narasumber harus memiliki keahlian dalam bidang dakwah, seperti bidang akidah, fikih, ushul fikih, hadits, dan lainnya. Narasumber yang berkompeten dan dapat dipercaya merupakan orang yang memiliki keahlian khusus dan aktif menjadi penulis.

c. Pengumpulan Ide

Semenjak memiliki media sosial, banyak saran dan kritikan dari para pendengar yang datang melalui kolom media-media sosial resmi radio Rodja 756 AM. Media sosial yang dimiliki radio Rodja 756 AM diantaranya *facebook*, *twitter*, *google plus*, dan *website*. Melalui media-media tersebut, Radio Rodja 756 AM mendapatkan saran dari pendengar mengenai materi yang mereka butuhkan.

Dari sinilah pendengar terlibat dalam memproduksi ide-ide melalui kritikan dan saran yang disampaikan. Menurut Masduki, melibatkan pendengar serta menempatkan pendengar bukan sekadar konsumen

melainkan sebagai produsen acara siaran merupakan hal yang mampu meningkatkan kualitas siaran. Hal ini sama seperti yang dilakukan dalam memproduksi program Kajian Tematik. Untuk menentukan tema dalam setiap siarannya, tim produksi melibatkan pendengar untuk ikut berpartisipasi menyampaikan keinginan mereka melalui komentar di beberapa media sosial yang dimiliki radio Rodja 756 AM.

Selain memutuskan untuk mengambil tema berdasarkan komentar dan respon pendengar, tim produksi juga membuat angket untuk disebar kepada pendengar yang berisi poin-poin pilihan yang bisa mereka pilih mengenai materi-materi menarik dan diminati oleh pendengar. Di dalam angket juga memuat beberapa pertanyaan mengenai kebutuhan mereka yang belum terpenuhi oleh program Kajian Tematik.

d. Melakukan Inovasi

Program *off air* menjadi salah satu inovasi bagi program Kajian Tematik untuk semakin dikenal oleh masyarakat luas. Program ini diselenggarakan setiap satu atau dua kali dalam setahun dan lokasinya dipilih pada masjid-masjid besar di Indonesia. Narasumbernya biasanya berasal dari Arab Saudi yang berprofesi sebagai ulama Timur Tengah.

e. Konsisten Dalam Ciri Khas

Konsisten dalam ciri khas ini dengan cara tetap menyiarkan program dengan nama dan kemasan yang sama selamanya. Nama program yang tidak berubah membuat pendengar tidak bingung saat ingin mendengarkan, karena nama program menentukan isi dari programnya, sehingga pendengar dapat mengenal karakteristik programnya, selain itu pendengar juga biasanya akan mengingat waktu siaran, dan bersedia mendengarkan pada saat program tersebut disiarkan. Ciri khas program Kajian Tematik adalah program ini disiarkan dengan membahas tema-tema yang berbeda setiap tayangnya.

Kemudian kemasan program juga berperan penting. Program Kajian Tematik dikemas dengan ceramah dan dialog interaktif. Pendengar sangat membutuhkan interaksi, inilah mengapa format program Kajian Tematik dibuat secara dialog interaktif. Kesimpulan ini diambil setelah tim produksi melihat jawaban-jawaban yang tertera pada angket yang disebar kepada pendengar.

f. Perluasan Distribusi Program

Selain disiarkan melalui radio analog dengan gelombang AM, program Kajian Tematik juga disiarkan melalui radio *streaming*, radio satelit, dan radio *relay*. Distribusi program Kajian Tematik utamanya adalah dengan menyebarluaskan program tersebut melalui radio analog pada

saluran 756 AM. Tetapi seiring dengan perkembangan radio Rodja 756 AM, maka dibuat perencanaan juga untuk menyebarkannya melalui radio *streaming* yang dapat diakses pada situs resmi dan juga bekerjasama dengan stasiun *relay* radio Rodja di berbagai daerah di Indonesia. Selain itu, program Kajian Tematik dapat juga didengarkan melalui parabola yang terkoneksi dengan satelit Palapa D juga melalui aplikasi berbasis Symbian dan Android.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mengambil kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan program Kajian Tematik di Radio Rodja 756 AM dalam mempertahankan eksistensinya telah sesuai dengan konsep strategi program yang dikemukakan Peter Pringle yang terdiri dari perencanaan program, produksi program, eksekusi program, serta pengawasan dan evaluasi program.

Selain keempat tahapan dalam strategi program, ada enam hal pokok yang menjadi faktor penting dalam strategi program Kajian Tematik untuk mempertahankan eksistensinya. Keenam hal ini berfungsi sebagai faktor-faktor yang dapat menarik lebih banyak pendengar, diantaranya:

a. Adanya ilmu atau informasi keagamaan dalam setiap tema yang dihadirkan secara aktual.

b. Menghadirkan narasumber yang berkompeten dalam bidangnya, sehingga menarik basis massa yang lebih banyak dan menumbuhkan kesetiaan pendengar.

c. Mengumpulkan ide melalui angket, media sosial, dan diskusi.

d. Melakukan inovasi dengan menyelenggarakan kegiatan *off-air*, promosi melalui media sosial dan secara *word of mouth*, membuat jadwal tetap dan tidak tetap, serta memaksimalkan potensi dengan terhubung melalui studio mini di beberapa daerah dan struktur pengelola program dibuat *multi job*.

e. Konsisten dalam ciri khas, yakni tidak mengubah konsep dasar program berupa nama dan kemasan program.

f. Perluasan distribusi program melalui radio analog, *streaming*, satelit, dan *relay*.

REFERENSI

- Abidin, Z. (2007). *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ardianto, E. *et. al.* (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Agustina, E. (2016). *Manajemen Media Dakwah (Studi Eksistensial Majalah Hidmah Muslimat NU Pimpinan Wilayah Muslimat NU Jawa Timur)*. Diambil dari : <http://digilib.uinsby.ac.id/1185/>. (29 Mei 2017)

- Biografi Syaikh Prof. Dr. 'Abdur Razzaq Al-Badr*. Diambil dari : <http://rodja.tv/4859>. (15 Juli 2017)
- Bungin, B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Cangara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press
- Djamal, H. & Fachrudin, A. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana
- Djuroto, T. (2007). *Mengelola Radio Siaran*. Semarang: Effhar Offset
- Echols, J. M & Shadily, H. (1996). *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta : Gramedia
- Eka, D. & Maulin, E. (2013). *Eksistensi Cyber Unikom Sebagai Media Informasi* Diambil dari : <http://jurnal.unikom.ac.id/jurnal/> (29 Mei 2017)
- Junaedi, F. (2014). *Manajemen Media Massa: Teori, Aplikasi, dan Riset*. Yogyakarta: Buku Litera
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. (2008). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kamus Bahasa Indonesia Online* Diambil dari: <http://kamusbahasaindonesia.org/mempertahankan>. (15 Maret 2017)
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Kurnia, D. (2015). *Strategi Program Tayangan 'Ini Talkshow' di Stasiun Televisi Net*. Diambil dari : <http://repository.unisba.ac.id/handle/123456789/4686> (29 Mei 2017)
- Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta : LKIS
- Meditarian, N.P. (2016). *Manajemen Produksi Program "Akai Bang Rusli" dalam Menjaga Eksistensi pada Stasiun Televisi Lokal AcehTV*. Diambil dari : <http://etd.unsyiah.ac.id/baca/index.php?id=22719&page=1> (25 Januari 2017)
- _____. (2004). *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta : Pustaka Populer
- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- _____. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- _____. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Musfiroh, S. (2014). *Strategi Program Suara (Salam Ukhuwah Erdamah) Sebagai Media Dakwah di Radio Erdamah 107.7 FM*. Diambil dari:

- <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/26834> (25 Januari 2017)
- Nielsen: *Konsumsi Media Lebih Tinggi di Luar Jawa*. Diambil dari: <http://nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>. (29 Mei 2017)
- Ningsih, T. A. (2016). *Proses Produksi Program Siaran ‘Salam Karimun’ pada Radio Azam 103,5 FM Kabupaten Karimun Kepulauan Riau*. Diambil dari: <http://repository.uin-suska.ac.id/2664> (29 Mei 2017)
- _____. (2011). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi Cetakan Ke-3*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Profil Radio Rodja dan RodjaTV. Diambil dari : <http://radiatorja.com>. (10 Januari 2017)
- Purwodarminto. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Romli, A.S.M. (2009). *Basic Announcing: Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa
- _____. (2009). *Broadcast Journalism*. Bandung : Nuansa
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta : Media Pressindo
- Surianor. (2016). *Analisis Program Dakwah pada Radio-Radio Siaran Swasta Niaga di Kalimantan Selatan*. Diambil dari : <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/1012> (01 Juli 2017)
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan & Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka
- Wati, C. Y. (2012). *Strategi Kreatif Program Golden n Legend yang Dilakukan Oleh PT Radio Voice of Hijra Karanganyar Untuk Menarik Minat Pendengar di Karanganyar*. Diambil dari : <http://eprints.ums.ac.id/22083> (25 Januari 2017)