

Strategi Pengelolaan Siaran Radio di Era Perkembangan Teknologi Internet

Winda Kustiawan,¹Ahmad Ramadhani²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

windakustiawan@gmail.com¹, ahmdrmdhny@gmail.com²

ABSTRACT

The advancement of communication technology demands that radio broadcast management have a strategy that can overcome tight competition in the computer era. The presence of radio broadcasts through online internet-based platforms is meant to stimulate conventional radio broadcasts to meet the needs of its listeners. Radio broadcast strategies follow technological trends through research to meet listener needs as the basis for broadcast format planning, program scheduling based on segments, and timely delivery to meet listener needs. Online radio broadcasts create new broadcast programs with the aim of expanding the global reach of listeners as a consequence of radio broadcasts in the era of technology. The ability of online radio broadcasting to explore the entire universe globally means that radio broadcast management is still sought after by listeners if it can overcome technological determinism. This radio broadcast management strategy will continue to evolve in line with technological advancements. No matter how much communication technology advances, if a radio broadcast is managed well, it will never be abandoned by its listeners.

Keywords: management, radio broadcasts, internet-based, listener

ABSTRAK

Kemajuan teknologi komunikasi menuntut manajemen radio siaran memiliki strategi yang mampu mengatasi persaingan yang ketat di era komputer. Kehadiran siaran radio melalui platform berbasis internet *online* dimaksudkan untuk merangsang radio siaran konvensional harus dikemas untuk memacu memenuhi kebutuhan pendengarnya. Strategi siaran radio yang dilakukan mengikuti tren teknologi melalui siaran radio yang dilakukan dengan melakukan penelitian untuk memenuhi kebutuhan pendengar sebagai dasar perencanaan format penyiaran, penjadwalan program berdasarkan segmen dan ketepatan waktu untuk memenuhi kebutuhan pendengar. Siaran radio *online* membentuk program siaran baru dengan maksud memperluas jangkauan pendengar secara global sebagai konsekuensi dari siaran radio di era teknologi. Kemampuan penyiaran radio *online* mampu menjelajahi seluruh jagat raya secara global, maka pengelolaannya siaran radio masih dicari pendengarnya jika mampu mengatasi determinasi teknologi. Manajemen radio siaran strategi ini akan terus berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi. Secanggih apapun kemajuan teknologi komunikasi, apabila suatu siaran radio dikelola dengan baik maka siaran radio tersebut tidak akan pernah ditinggalkan pendengarnya.

Kata Kunci: manajemen, siaran radio, berbasis internet, pendengar

PENDAHULUAN

Beraneka pesan yang disampaikan media massa (koran, majalah, radio, siaran televisi, film, dan internet) dapat dijadikan sebagai alternatif bagi masyarakat untuk memperoleh berbagai informasi. Sumber informasi yang akan diperoleh

masyarakat dengan kondisi tidak mampu dan tidak suka membaca, maka radio dijadikan sumber.

Sumber informasi yang akan diperoleh masyarakat dengan kondisi tidak mampu dan tidak suka membaca, maka radio dijadikan sumber informasi sementara. Dengan kehadiran teknologi mutakhir komunikasi, seperti internet, akan lebih banyak memperoleh informasi secara luas tanpa batas waktu dan ruang.

Kondisi masyarakat saat ini tidak akan lagi mampu membendung arus informasi. Radio merupakan salah satu media massa elektronik tertua yang masih efektif digunakan masyarakat dalam memperoleh informasi dalam arti luas hingga saat ini meskipun harus berkompetitif secara ketat dengan media lain, terutama media televisi. Seiring dengan kemajuan teknologi terutama dengan kehadiran internet, maka siaran radio juga berbenah diri agar tidak ditinggalkan oleh pendengarnya. Di Indonesia sebelum tahun 1950-an, ketika televisi menyedot banyak perhatian pendengar siaran radio, banyak orang yang memperkirakan bahwa siaran radio berada diambang kematian. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan bersifat komplementer dengan media lainnya. Namun di sekitar tahun 1980-an, dengan kebijakan pemerintah Orde Baru bahwa program iklan di televisi dilarang maka siaran radio kembali bangkit bahkan mengalami *boom* bagi siaran radio dengan banyaknya perusahaan yang memasang iklan di radio.

Bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Maka siaran radio di Indonesia sebagai media massa pun akhirnya mengalami perubahan sesuai dengan kondisi saat itu, yaitu kondisi yang berada di tengah-tengah kemajuan teknologi internet yang semakin kompleks dengan segala konsekuensinya. Di masa transisi akibat perubahan politik dengan ditandai dengan berakhirnya jaman Orde Baru berpindah ke jaman Reformasi. Siaran radio melalui internet menjadi sangat penting mengingat kondisi siaran radio secara umum yang terjadi saat ini. Reformasi siaran radio diartikan sebagai perubahan secara mendasar dari struktur kepemilikan, visi, misi, orientasi, dan format siaran radio. Hal ini berarti perlunya pengelolaan ditengah-tengah arus informasi yang sangat deras untuk menjadikan siaran radio sebagai medium pemberdayaan sosial, ekonomi, dan politik melalui pengelolaan siaran radio, dengan program siaran yang lebih berkarakter, kritis, dan edukatif. Siaran radio melalui internet dan warga saat ini berdiri bagaikan jamur di musim hujan, hal ini jika tidak segera dikelola secara baik maka ke depan akan banyak menimbulkan persoalan. Untuk itu perlu dikaji segala problemnya dan disiapkan antisipasi pengelolaan siaran radio sehingga nantinya tidak terjadi benturan-benturan kepentingan dari berbagai pihak seperti pihak pemerintah sebagai penanggung jawab isi siaran radio, pengusaha sebagai industri primer dalam masyarakat informasi, bukan lagi industri yang dikelola oleh pihak tertentu yang mempunyai kekuasaan dan kepentingan tolongan semata. Siaran radio mempunyai kedudukan yang sama dan memiliki kekuatan hukum yang setara dalam jenis siaran yang lain, sesuai dengan UU Penyiaran No. 32 tahun 2002 terdapat tiga jenis radio siaran, yaitu: Radio Publik, Radio Komersial, dan Radio Komunitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengetahui bagaimana pengelolaan siaran radio di era perkembangan teknologi internet. Pendekatan kuantitatif bertujuan menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga hasil penelitian dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Membuat Format Stasiun Siaran Radio

Format siaran radio menjadi tolak ukur keberhasilan dalam pengelolaan radio siaran di mana pun. Format stasiun didefinisikan sebagai formulasi seluruh aktivitas siaran dalam kerangka pelayanan pendengar. Format stasiun mempunyai kajian yang cukup luas, artinya bahwa dalam format siaran tidak hanya pada *programming* semata melainkan termasuk *marketing* juga. Seperti yang dikatakan oleh Lewis B. O'Donnell, bahwa format siaran radio lebih dari sekadar musik atau hiburan.

Pada format stasiun bertujuan untuk menentukan dan memenuhi sasaran khalayak secara segmentasi agar ada kesiapan berkompetisi dengan radio dan televisi di suatu wilayah siaran. Pada sasaran *marketing* ditujukan untuk memperoleh *positioning* dengan target pada segmen tertentu dengan melakukan promosi secara besar-besaran dan dilakukan secara terus-menerus sehingga program atau acara yang direncanakan berdasarkan riset dapat terpatrit di memori pendengar dan terbentuk perilaku dari pendengar yang sesuai dengan program yang ditayangkan.

Poin penting dalam strategi pengelolaan siaran radio adalah merencanakan format siaran dengan lingkup: (1) Produksi siaran, (2) Personalitas siaran, (3) Program siaran dalam perspektif pemasaran yang digunakan untuk membidik pendengar. Pesan siaran radio harus disusun secara singkat dan jelas (*concise and clear*) atau menurut istilah Mark W. Hall pesan siaran radio itu harus *crystal clear*.

B. Menyiapkan Perencanaan Siaran Radio

Segala sesuatu yang menyangkut kegiatan yang berkaitan dengan produksi diperlukan perencanaan yang masak termasuk dalam pengelolaan siaran radio. Perencanaan merupakan bagian yang harus dilakukan dari manajemen radio. Dalam pengelolaan siaran radio, perencanaan dimaksudkan untuk meramu konsep-konsep acara atau program yang akan disuguhkan untuk pendengar bukan untuk perencana atau penyiar. Mengetahui secara persisi apa kebutuhan pendengar merupakan hal yang penting sehingga tidak hanya sekadar memberikan informasi seadanya tanpa memperhatikan kondisi secara sosiologi-psikologis pendengar. Bagi *broadcaster* dalam mengelola siaran radio, perencanaan juga merupakan *guiding* dalam pelaksanaan operasional setiap harinya, maka perlu dibuat secara detail dan jelas baik dari segi ketepatan waktu maupun ketepatan program yang sesuai dengan

kebutuhan pendengar. Kebutuhan *Standar Operational Procedure (SOP)* menjadi sangat penting agar tidak terjadi kesalahan informasi bagi stasiun penyiaran radio pada saat *on air* dan harus selalu dipatuhi. SOP tersebut meliputi:

1. *Planning*: Perencanaan produksi program acara secara menyeluruh dari kegiatan operasional penyiaran di stasiun siaran radio. Perencanaan dilakukan melalui diskusi kelompok dari tim kreatif dengan para pelaksana kegiatan. *Planning* diwujudkan dalam dokumen yang berisi tentang tujuan dan target, biaya produksi, durasi, promosi, sumber materi dan musik, target pendengar, dan penempatan siar termasuk para kru yang akan terlibat.
2. *Collecting*: Pengumpulan materi yang dibutuhkan dalam pelaksanaan siaran, seperti menentukan calon narasumber, bahan materi yang berasal dari pustaka media massa atau siaran langsung dilapangan dengan melakukan wawancara. Pada prinsipnya, *collecting* menghasilkan materi yang siap diolah untuk produksi acara.
3. *Writting*: Penulisan naskah yang siap untuk dibacakan dalam siaran yang berasal dari klasifikasi materi yang telah diterima dan dirangkai menjadi naskah dari pembuka sampai penutup, terketik secara rapi dilengkapi dengan tanda baca yang jelas dan siap dibaca.
4. *Vocal Recording*: Perekaman suara penyiar yang membacakan naskah hasil dari naskah yang telah dibuat di ruang perekaman.
5. *Mixing*: Penggabungan materi suara dari penyiar dengan berbagai pendukung dan musik termasuk juga *sound effect* oleh *mixerman* dengan menggunakan perangkat yang berupa digital maupun analog untuk menghasilkan paket acara yang siap siar. Standar acara dalam proses ini sangat perlu diperhatikan, karena setiap kemasan selalu berbeda jenis musik maupun lagunya.
6. *On Air*: Penayang acara sesuai dengan random yang telah direncanakan. *Vocal Recording* tidak diperlukan apabila acaranya bersifat produksi siaran langsung (*live*).
7. *Evaluation*: Proses evaluasi dilakukan se usai siaran untuk menemukan apakah ada yang tidak sesuai dengan rencana sehingga dapat dilakukan koreksi, apakah hasil siarannya sesuai dengan ekspektasi atau tidak. Hasil evaluasi bertujuan untuk melakukan perbaikan yang lebih sempurna untuk siaran ke depan.

C. Pembuatan Jadwal dalam Acara Siaran Radio

Keberhasilan stasiun radio dalam mengelola acara dan pengaturan jadwal siaran menjadi tujuan utama dari penyelenggaraan siaran radio. Namun tidaklah mudah untuk menyusun acara dan penjadwalan siaran ditengah-tengah persaingan yang sangat kompetitif saat ini. Kemajuan teknologi komunikasi seperti komputer tidak terbendung lagi, suka tidak suka kehadiran komputer harus disikapi secara profesional.

Dalam pembuatan jadwal dan acara pada siaran radio membutuhkan

penanganan yang serius. program yang berkaitan dengan jadwal dan acara harus disesuaikan kondisi wilayah yang terbatas. Radio lazimnya melayani segmen pendengar yang terbatas, dan dengan jangkauan siaran yang terbatas pula.

D. Memperluas Pengelolaan Siaran Radio dengan Berbasis Komputer

Perkembangan siaran radio sekarang ini tidak hanya menggunakan dua frekuensi yang selama ini ada di Indonesia, yaitu jalur frekuensi *AM (Amplitudo Modulation)* untuk jangkauan geografi yang lebih luas dan struktur yang berbukit, sedangkan *FM (frequency modulation)* datar, namun perkembangan sekarang menuntut untuk penanganan siaran radio yang lebih jernih dan dapat diterima di mana pun dengan keadaan geografis apapun. Tuntutan semacam itu mampu dijawab dengan perkembangan teknologi siaran radio saat ini dengan munculnya siaran radio digital yang berbasis komputer.

Penyiaran siaran radio bersistem digital (*digital audio broadcasting*), DAB dengan berbasis komputer merupakan teknologi terkini yang berkembang dalam industri siaran radio. Teknologi siaran radio saat ini ada dua bentuk yang bisa berjalan seiringan, yaitu penyiaran radio lewat internet (*online radio*) dan penyiaran melalui satelit. Dalam pengembangan siaran radio melalui *online* bentuk pelayanannya berbeda dengan penyiaran melalui satelit, perbedaan yang ada terletak pada daya jangkauan untuk pendengar. Ada dua bentuk pelayanan pada radio *online*, yaitu (1) *On demand*, bentuk penyiarnya melalui file audio yang telah direkam sebelumnya, misalnya BBC melalui situs www.bbc.uk/indonesia. (2) *Live (live casting)*, menyiarkan acara pada saat bersamaan bisa disimak *user* melalui situs radio setempat (*real time*) seperti situs www.elshinta atau indosat.net.id/lve.r.a.

Proses dari pelayanan siaran radio melalui *online* secara teknis dilakukan dengan menampilkan dua jenis proses, yaitu pertama, *uncasting* untuk *on demand*, yaitu pengiriman data dari satu titik ke titik lain (dari e-mail personal ke personal lain) secara berulang melalui fasilitas *streaming server*. Kedua, *multicasting* untuk *real time/live*, yaitu pengiriman data dari satu titik ke banyak titik yang merupakan kesatuan (e-mail personal ke milis), *user* tinggal mengklik *software real time* di *front page*. Penyiaran siaran radio saat ini dalam rangka pengembangan jangkauan siaran dituntut bahkan diwajibkan untuk membuka siarannya melalui *online* demi untuk memperoleh pendengar sebanyak mungkin, bahkan siaran radio yang hanya bertahan pada pola pengelolaan secara konvensional maka tinggal menunggu waktu saja untuk berhenti beroperasi. Kondisi saat ini pendengar menuntut kecepatan informasi tanpa harus menunggu terlalu lama dan informasi yang selalu *up to date*.

KESIMPULAN

Pengelolaan siaran radio agar dapat eksis ditengah-tengah kemajuan teknologi komunikasi harus betul-betul cermat dalam melayani pendengar. Perencanaan siaran menjadi dasar utama sebagai pedoman pelaksanaan siaran. Perencanaan dalam format siaran yang didasarkan pada segmentasi pendengar akan mampu mendongkrak hasrat pendengar untuk terus mendengarkan secara terus-menerus, karena perencanaan format siaran yang tepat akan menampilkan

kepribadian bagi penyiar dan *reporter*, pilihan lagu dan musik yang sesuai dengan karakter siaran radio dan kebutuhan pendengar, pilihan materi dan gaya bertutur secara benar sesuai kaidah bahasa resmi maupun bahasa gaul sehingga dapat diterima di kalangan pendengar dalam berbagai umur dan kelas, spot atau kemasan iklan, jinggel dan bentuk-bentuk promosi radio lainnya, sehingga mampu bersaing secara sehat dengan kompetitor dan mampu menghidupi operasional siaran radio. Bagaimanapun juga siaran radio tetap membutuhkan biaya operasional yang besar. Kehidupan siaran radio tidak bisa terlepas dari pendengar namun juga tidak bisa mengabaikan pembiayaan, dengan perencanaan format yang tepat akan mampu menarik simpati pendengar yang berarti juga mengundang iklan.

Program siaran dalam merumuskan acara dan penjadwalan juga tidak kalah pentingnya dalam strategi pengelolaan siaran radio. Strategi dalam merumuskan program acara siaran radio adalah materi yang disusun harus sesuai dengan kebutuhan pendengar dan selalu bersifat aktual, kemasan dalam acara disusun secara interaktif dan memikat pendengar baik dari segi pengaturan waktu maupun segmen pada jam siar utama, memadukan hal yang kreatif dengan melibatkan orang-orang yang populer, mampu meningkatkan partisipasi pendengar untuk melakukan seperti apa yang peneglola inginkan.

Strategi lain yang perlu dilakukan dalam pengelolaan siaran radio adalah pengaturan judul sebuah acara. Dalam pengaturan judul acara perlu diperhatikan hal-hal yang menyangkut prinsip, bahasa, dan sifat siaran yang akan disampaikan ke pendengar. Di samping itu, perlu juga diperhatikan pembuatan jadwal yang bersifat bulanan dan harian. Program acara siaran bulanan dijadikan pedoman dalam pelaksanaan program acara siaran harian, jadi program acara bulanan di *breakdown* ke program acara harian.

Dengan adanya kemajuan teknologi komunikasi, maka tugas siaran radio menjadi lebih berat karena perlu modifikasi dan kolaborasi program-program acara siaran radio, sehingga perlu juga menambah program melalui *online* yang berbasis komputer, karena kehadiran radio melalui *streaming* internet tidak bisa ditolak bahkan dicegah oleh siaran radio yang ada, maka suka tidak suka, mau tidak mau pengelolaan siaran radio harus mengikuti tren masyarakat, jika ingin siaran radio tetap eksis dan mampu memperluas pendengar. Kemampuan siaran radio *online* mampu menjelajah seantero jagad raya secara global, maka pengelolaan siaran radio masih tetap dicari pendengar jika mampu mengatasi kemajuan teknologi. Strategi pengelolaan siaran radio akan selalu berkembang sejajar dengan kemajuan teknologi. Apapun kemajuan teknologi komunikasi terjadi, jika radio siaran dikelola secara baik maka siaran radio sampai kapanpun tidak akan pernah ditinggalkan pendengarnya.

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 4 No 2 (2024) 549-555 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v4i2.516

DAFTAR PUSTAKA

Bittner, John R. (1991). *Broadcasting & Telecommunication, An Introduction*, Third Edition. a New Jersey. Prentice Hall.

Dominick, Yoseph S., dkk. (1988). *Broadcasting, Cable, Internet and Beyond, An Introduction to Modern Electronic Media*, McGraw Hill Company.

Keith, Michael C. (1987). *Radio Programming, Consultancy and Formats*. Focal Press.

Masduki. (2005). *Menjadi Broadcaster Profesional*. LKIS.

Sudiby, Agus. (2004). *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. LKIS.