BAB III

PENYAJIAN DATA

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

A. Deskripsi Obyek, Subyek dan Lokasi Penelitian

1. Deskripsi Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan yang sesuai dengan fokus penelitian sebagai sumber data penelitian. Adapun nama-nama informannya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Daftar Nama Informan

Nama	Jabatan	Lama Bekerja
1. Erick Kusuma	Manager Gita FM	7 Tahun
2. Dina Eliza	Administrasi Iklan & Penyiar	5 Tahun
3. Ali Joharta	Manajer Kartika FM	10 Tahun
4. Nani Puji Lestari	Marketing Executive Kartika FM	8 Tahun
5. Anny Wahyuni	Penyiar Kartika FM	3 Tahun
6. Norma Fitria	Masyarakat	
7. Lilis Syarifah	Masyarakat	
8. Suratmi	Masyarakat	
9. Suyanto	Masyarakat	

Alasan peneliti memilih informan tersebut karena informan tersebut dibutuhkan peneliti untuk menggali data atau informasi dalam penelitian ini. Informan-informan di atas ini sangat dipercaya dan dapat dipertanggung

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

jawabkan semua hasil wawancaranya, karena mereka adalah orang yang bekerja di radio tersebut, jadi mereka tau benar situasi dan kondisi apa saja yang terjadi di dalam radio Gita FM dan radio Kartika FM. Disamping itu masyarakat yang menyukai kedua radio tersebut. Karena itulah peneliti yakin dengan keabsahan dan kevalitan data yang penelitian yang diperoleh.

Peneliti sengaja mengambil informan-informan yang mempunyai peran atau jabatan yang penting di radio Gita FM dan Kartika FM, karena peneliti biar jelas dan faham dengan apa yang akan diteliti dengan bantuan informan diatas serta informan dari masyarakat yang memperkuat dengan adanya radio Gita Fm dan kartika FM .

2. Deskripsi Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah bidang yang terkait dengan keilmuan peneliti yaitu ilmu komunikasi dengan fokus manajemen komunikasi dan strategi komunikasi. Penelitian ini menitikberatkan pada teori *Agenda Setting dan Jarum Hipodermik*, maka peneliti akan lebih menekankan pada pembahasan tentang manajemen komunikasi dan strategi komunikasi dalam kompetisi di radio GITA FM dan KARTIKA FM desa Cukir dan Sambong kabupaten Jombang.

Melihat dari konsep teori *Agenda Setting*, pentingnya sebuah media massa dengan memberikan perhatian pada issue tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum. Orang akan cenderung mengetahui tentang hal-hal yang diberitakan media massa dan menerima susunan prioritas yang diberikan media massa terhadap isu-isu yang berbeda.

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.a

Dalam hal berkompetisi, pengelolaan industri di sebuah media khususnya radio manajemen komunikasi sangat diperlukan dan juga membentuk strategi komunikasi media agar menjadi kompetisi yang sehat. Sehingga penggunaan *Agenda setting* memberikan deskripsi dinamis tentang khalayak untuk mengetahui bagaimana cara pengelolaan industri radio menjadi berkembang pesat.

Peneliti juga menggunakan teori *Jarum Hipodermik* karena model ini banyak ditemukan pada riset mengenai pengaruh efek media terhadap khalayak. Media dianggap mempunyai pengaruh yang tidak terbatas *(unlimited effect)* atau pengaruh yang kuat *(powerful effect)*. Model ini juga berasumsi bahwa komponen-komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) mempunyai pengaruh yang luar biasa dalam mengibah sikap dan perilaku khalayak.

3. Deskripsi Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini terletak di dua tempat yang berbeda yaitu radio Gita FM terletak dekat makam gus dur, Jl. Irian Jaya 1V No.10 Tebuireng Jombang 61471. Sedangkan radio Kartika FM di daerah desa Sambong, Jl. Brigjend Kretarto No. 5A Jombang Jawa Timur 61414.

a. Radio GITA FM

1) Gambaran Umum Radio GITA FM

GITA FM adalah salah satu Radio di Jombang yang digemari oleh masyarakat penggemar radio, akan hiburan dan informasinya. GITA FM kedepan akan lebih bagus penyajiannya, kelemahan dan kekurangannya

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

yang ada pada radio tersebut akan diperbaiki, team pemasaran, manajemen dan yang terkait didalamnya akan terus ditingkatkan.

Menjadi bagian dari Mercury Group adalah upaya GITA Manajemen untuk lebih maju dan professional dalam menyuguhkan sajian-sajian acara berkualitas serta membangun manajemen yang mampu memberikan yang terbaik kepada klien dengan tetap mengedepankan prinsip-prinsip *broadcast*, yang berorientasi untuk kemajuan Klien (Pengusaha) dan membentuk opini massa.

GITA FM merupakan perusahaan media yang bekerja demi kemajuan bersama untuk menjadi *market leader* yang mampu memberikan kepuasan bagi *stake holder & share holder* melalui kinerja professional yang berkomitmen pada pengembangan berkelanjutan. GITA FM merupakan radio swasta yang memberikan pelayanan dan informasi terbaik kepada pendengar pada umumnya dan kepada Klien (Pengusaha) pada khususnya, ditinjau dari jangkauan pancaran maupun *management broadcast.*

2) Maksud dan Tujuan Radio GITA FM

Maksud pendirian radio Gita FM adalah Berangkat dari sifat dasar manusia bahwa kebutuhan hidup seseorang terdiri dari empat macam kebutuhan yaitu nilai hidup (*instinc value)*, Pengetahuan (*knowledge),* mental dan faktor kebutuhan fisik (makanan, sandang dan perumahan) yang bersumber dari berputarnya roda ekonomi. Dari keempat faktor tersebut, dua faktor yang paling dominan bisa dibantu langsung dengan media adalah pengetahuan dan ekonomi. Meskipun dalam prakteknya dua faktor lain

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

(Nilai dan mental) akan terpegaruh dan tidak bisa dilakukan dikotomi kebutuhan hidup dasar. Apabila seseorang menerima informasi dengan benar tanpa terpengaruh sifat kosumerisme dan nilai kapitalisme (*barat dan timur)*, akan terbentuk sikap dan mental masyarakat seperti harapan dan cita-cita pendiri bangsa. Dengan kata lain radio Gita FM akan menyajikan acara dengan kandungan materi yang berlandaskan pada budaya dan nilai asli bangsa indonesia. Secara garis besar radio Gita FM akan berusaha memenuhi kebutuhan dasar informasi masyarakat dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dan membantu pemerintah di dalam usaha pemerataan informasi.

Radio Gita FM tidak menempatkan *audiens* sebagai konsumen informasi pasif tapi akan menyuguhkan informasi yang bisa mendorong *audiens* berfikir dan mengembangan informasi yang diterima. Dalam prakteknya sehari-hari informasi yang disampaikan *(meski dikemas dalam bentuk entertaiment)* oleh radio Gita FM adalah informasi yang memang diperlukan oleh audiens. Dalam pengemasannya radio Gita FM menyuguhkan berbagai program diantaranya adalah musik Indonesia 100%.

Seadangkan tujuan Radio Gita FM salah satu radio yang sejak awal menyebut dirinya Lembaga penyiaran komersil. Sehingga dalam melakukan aktifitas penyiaran selalu menggunakan landasan nilai dan budaya meskipun dikemas dalam bentuk hiburan. Sehingga dengan hadirnya Gita FM di tengah-tengah masyarakat akan terbentuk kelompok masyarakat yang mempunyai kemauan untuk terus belajar demi peningkatan dan

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

percepatan ekonomi yang berazaskan kebersamaan. Sehingga ada kelompok-kelompok kecil yang terus berfikir untuk kebaikan dirinya dan sumbangan berfikir untuk kebaikan dilingkungannya masing-masing sebagai bentuk berbakti kepada bangsa dan negara.

Radio Gita FM selalu mengedepankan para pendengarnya dengan hiburan dan informasi yang dikemas dengan baik,serta menambah wawasan bagi masyarakat khususnya kota Jombang. Disamping itu pula sebagai wadah mempererat persaudaraan masayarakat pendengar, untuk meningkatkan taraf hidup dan melestarikan budaya bangsa yang ada. Pada dasarnya radio Gita FM meningkatkan omzet dan rating bagi para pendengarnya.

3) Visi dan Misi Radio GITA FM

a) Visi GITA FM

Radio Gita FM mempunyai visi yang sangat jelas, Masyarakat sebagai subyek sekaligus obyek informasi. Subyek informasi artinya, masyarakat harus mampu mencari sekaligus menyampaikan informasi yang benar dan sesuai dengan yang dibutuhkan audiens Gita FM. Selain itu, Gita FM diharapkan bisa menghimpun kearifan-kearifan lokal yang menjadi identitas yang menjadi sumber inspirasi dalam menata kehidupan sosial kebutuhan masyarakat dan menjadi radio terdepan di kota Jombang dalam memberikan hiburan yang bersifat edukatif, religi, dan sebagai sentral informasi.

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

b) Misi GITA FM

Sedangkan misi yang di buat oleh radio Gita FM adalah universal dan mempunyai landasan etika dan nilai hidup, yaitu:

(1) Menyajikan produk siaran informasi bagi masyarakat Jombang dan sekitarnya.

(2) Menyajikan program-program religi dan edukatif.

(3) Menyajikan hiburan yang sehat dan bermutu tanpa meningkatkan nilai sosial dan budaya yang ada.

(4) Menjalin hubungan kemitraan yang akrab dan bermanfaat antara pihak radio dan pendengar ataupun pihak pendengar dengan pendengar.

(5) Menjalin kemitraan yang sehat dan saling menguntungkan antara pihak radio dan pendukung yang lain (klien).

4) Struktur Organisasi Radio GITA FM

Struktur organisasi pada dasarnya bertujuan untuk mengkoordinir suatu kelompok atau badan yang terdiri dari berbagai personalia serta mendayagunakan kemampuan yang ada secara keseluruhan untuk diarahkan kepada tujuan tertentu. Selain itu dapat menggambarkan suatu rangkaian atau proses yang harus dilalui dalam perumusan tujuan. Pengambilan keputusan dan di lain pihak struktur ini merupakan perincian kegiatan yang harus dikerjakan masing-masing pegawai sesuai dengan bidang serta wewenangnya. Adapun pentingnya pembagian tugas dalam suatu organisasi akan mendatangkan keuntungan perusahaan yakni:

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

a) Memperjelas antara tuagas, wewenang, kewajiban dan tanggung jawab.

b) Menghindari terjadinya ketidakharmonisan dalam pelaksanaan tugas.

c) Spesialisasi penempatan tenaga kerja menurut keahlian yang dimiliki tenaga kerja tersebut.

d) Memperlancar koordinasi antara unit dan perusahaan.

Pada umumnya dikenal tiga bentuk struktur organisasi yaitu:

a) Struktur Organisasi Garis.

b) Struktur Organisasi Garis dan Staff.

c) Struktur Organisasi Fungsional dan Staff.

PT. Radio GITANADA EKASAPTA adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang kepenyiaran yang mempunyai struktur organisasi garis. Hal ini dapat dilihat dari tanggung jawab divisi yang ada dalam perusahaan.

Setiap divisi mempunyai satu atasan. Dari format struktur organisasi yang ada pada PT. Radio GITANADA EKASAPTA saat ini dipimpin oleh Direktur Utama yang membawahi lima direktorat, yakni sebagai berikut:

a) Bidang pemberitaan.

b) Bidang siaran.

c) Bidang tehnik.

d) Bidang keuangan.

e) Bidang usaha.

5) Deskripsi Perusahaan dan Kepemilikan Perusahaan

a) Deskripsi Perusahaan

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

Nama Badan Hukum	: PT. Radio Gitanada Ekasapta
Nama Stasiun Radio	: Gitanada Ekasapta
Call Stasiun	: Gita FM
Frekuensi	: 97,4 FM
Output Power	: 10.000 watt
Pemancar Merk	: DB KA 10.000 Italy
Alamat Kantor	: Jl. Irian Jaya IV No. 10 Tebuireng, Jombang
Telp	: 0321 864145, 863189
Fax	: 0321 864145
E-mail	: radiogita@ yahoo.com
Contact Person	: Nur Aini
No. HP	: 08155223642
No Anggota PRSSNI	: 634-11 / 1993
Izin Stasiun Radio	: 01169142-000 SU / 19972008
Izin Penyelenggaraan Radio	: 112 / KEP / KOMINFO / 04 / 2007
Slogan Radio / Positioning	: 100 % Indonesia Banget
Format Siaran :	
(1) Format Siaran Kata	: Tips Dunia Wanita, Talk Show
(2) Format Siaran Musik	: Musik dan Informasi
Radius Jangkauan Siaran	: 80 KM

Jombang, Pare, Kediri,

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

Mojokerto, Nganjuk,

Lamongan dan sekitarnya

Segmentasi : Middle Up

b) Kepemilikan Perusahaan

Sesuai dengan yang ada pada Akte Pendirian Perusahaan PT. RADIO GITANADA EKASAPTA Jln. Irian Jaya IV/ 10 Tebuireng Jombang, sepakat mendirikan sebuah Perseroan Terbatas. Pendirian PT tersebut terdiri atas:

(1) Nama : Bambang Suyarman

Alamat : Ds. Tebel, Bareng, Jombang

Pekerjaan : Swasta

(2) Nama : Dra. Nur Aini

Alamat : Tebuireng IV/ 10 Cukir Jombang

Pekerjaan : Swasta

Pendirian PT tersebut di sahkan oleh Notaris Soeharto, SH I Surabaya.

Data Akte Perubahan Anggaran Dasar Perseroan (Pasal 15 ayat 2) undang-undang no. 1 Tahun 1995) Pendiri PT kami sahkan oleh Notaris Wiwiek Hidajati, SH Jombang.

(1) Permodalan Perusahaan

Modal dasar Perseroan berjumlah Rp. 35.000.000,-

Terbagi atas : 350 Saham, masing-masing saham bernilai nominal Rp. 1000.000,-

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

Pendiri I :

Bambang Suryaman, tersebut sebanyak 135 lembar saham dengan nilai nominal seluruhnya sebesar Rp. 13.500.000,-

Pendiri II :

Dra. Nur Aini tersebut sebanyak 15 lembar saham dengan nominal seluruhnya sebesar Rp. 1.500.000,-

Atau seluruhnya sebanyak 150 lembar saham dengan nilai seluruhnya sebesar Rp. 15.000.000,-

Ketentuan-ketentuan yang ada, sudah kami sepakati bersama sesuai dengan Akte Pendirian.

(2) Nomor Pokok Wajib Pajak

Nama : PT. RADIO GITANADA EKASAPTA

Alamat : Ds. Cukir, Kec. Diwek, Jombang 61461

(3) Kode Cabang :

No. NPWP : 1.568-178.6-602

6) Segmentasi Pendengar

Radio Gita FM adalah jasa penyiaran komersil yang didirikan oleh PT Radio Gitanada Ekasapta, secara otomatis yang menjadi target utama adalah pendengar setia Gita FM. Sedangkan mayoritas pendengar Gita FM ditilik dari status sosialnya 90 % adalah kalangan menengah – bawah. Sementara, profesi yang dilakukan adalah 60 % karyawan, ibu rumah tangga, wiraswasta, dan pelajar. Secara umum segmentasi yang dibidik oleh radio Gita FM adalah kalangan pelajar atau remaja karena acara yang

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

dikemas oleh radio Gita FM adalah acara musik Indonesia. Bila dikelompokan dalam strata pendidikan yang dibidik oleh radio Gita FM adalah kalangan berpendidikan menengah ke atas. Sehingga dalam menyampaikan substansi isi siaran radio Gita FM selalu berpegang pada rumus ketepatan bersiaran.

a. Jenis Kelamin : - Perempuan 45%
- Laki-laki 55 %

a) Usia : - < 20 tahun 15 %
- 20 – 29 tahun 20 %
- 30 – 39 tahun 30 %
- 40 – 49 tahun 25 %
- > 50 tahun 10 %

b. Status Ekonomi Sosial : - > 700.000 30%
- 400.000 – 750.000 25%
- 200.000 – 400.000 20%
- 150.000 – 200.000 15%
- < 150.000 10%

c. Pekerjaan : - Karyawan 20%
- Wiraswasta 75%
- Profesional 13%
- Ibu rumah tangga 15%
- Pelajar / Mahasiswa 25%

d. Tingkat Pendidikan : - SMP 25%
- SMA 55%
- Sarjana 15 %

7) Format Siaran

a) Slogan Radio

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

Radio Gita FM mempunyai simbol bagi Indonesia khususnya para remaja " 100% Indonesia banget"

b) Format Siaran

Radio Gita FM memperkuat informasi dengan mengedepankan pengetahuan yang bermanfaat melalui program yang telah disediakan seperti acara tips dua wanita, talk show, musik dan informasi. Radio Gita FM juga sebagai sarana pencerahan bagi masyarakat, mengupas berbagai permasalahan yang dapat memperkuat semangat kebangsaan dengan landasan nilai-nilai kemanusiaan dan sosial demi terangkatnya martabat bangsa.

c) Format musik

Sajian musik baik program maupun selingan terdiri dari lagu-lagu musik hit pop Indonesia, dangdut, campursari dan Islami untuk mengisi sajian hiburan dengan tetap berlandaskan pada nilai-nilai sosial dan kultural yang berlaku di lingkungan pendengar.

8) Inovasi Program Siaran Gita FM

Jam program siaran radio Gita FM selama 12 jam perhari, diantaranya sebagai berikut:

Waktu	Acara	Deskripsi
04.00 - 06.00	Bingkai Nostalgia	Sajian Musik Indonesia Lama Dekade 70, 80, S.D Medio 90. Request via telepon online & sms. Kesan dibalik lagu kenangan.
06.00 - 08.00	Gita Inspirasi Pagi	Sajian Musik Hits (adult contemporary), Inspiration Story, Headline News Koran Nasional, Info Seputar Jombang, Info Olahraga, Dibawakan Oleh Dua Penyiar (Duet), gaya dinamis dan berwawasan.

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

08.00 -10.00	Jendela Keluarga	Sajian Musik pop Indonesia slow (dewasa) dan tips keluarga. Atensi (SMS) kata bijak, tips (08.30). inspirational strory (09.00), Request on memory (09.00-09.30),senin: karier, selasa: info sehat, rabu: keluarga (ibu & anak, psikologi dll), kamis: fashion,jum'at: kecantikan, sabtu: talkshow kesehatan (medis),minggu: dapur (termasuk tips memasak) khusus Minggu: Idol Action (09.00 – 09.30) selebihnya baca atensi.
10.00 - 12.00	Gita Idola	Sajian musik pop Indo hits dan bursa lagu new entry, request via telepon dan sms. Aneka infotainment.
12.00 -15.00	Kampung Joged Gita	Sajian aneka musik dangdut lama dan baru, dangdut etnic, info kriminal, dan request via telepon dan sms. Salam persahabatan & pesan berkesan.
15.00 -18.00	Gita Milis (Musik Pilihan Sobat)	Sajian Musik Pop Indo Masa Kini. Request exprest via telp tanpa salam sedangkan salam via sms.
18.00 - 21.00	Beranda Remaja	Sajian Musik Pop Indo top 40 dan New Entry, infotainment. Topik bahasan seputar dunia remaja opini dan Request pendengar melalui telepon & sms. Dibawakan oleh 2 orang penyiar (duet). Sepesial hari Sabtu "SATURDAY I'M IN LOVE". Sepesial hari Mingggu "WEEKLY CHART". Spesial Jum'at indie on your mind
21.00 - 24.00	Gita Malam	Wahana curahan hati, puisi dan apresiasi musik bertema cinta, request lagu-lagu bertema cinta. Konsultasi & solusi problema cinta kawula muda.
24.00 - 04.00	Gita Puri Nada	Sajian Aneka Musik dangdut, dangdut etnic, langgam dan campursari, Request via telepon & sms. Wahana pantun & parikan.

9) Filosofi Logo Radio GITA FM

Sejalan dengan perubahan Stasion Call, maka dalam rangka membangun image dan pencitraan, maka diluncurkan logo baru yang mana mempunyai makna khusus bagi perusahaannya. Pada logo radio Gita FM tersebut terdapat gambar not balok, artinya dimana radio Gita FM bisa

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

memberikan hiburan kepada masyarakat berupa musik. Pasword radio Gita FM itu sendiri adalah musik Indonesia,100% Indonesia banget.

Disamping itu pula logo Gita FM menjadi icon bagi pendengar khususnya arek Jombang (radionya anak Jombang), sehingga logo tersebut di desain semenarik mungkin dan disesuaikan dengan perusahaannya. Tidak ketinggalan radio Gita FM memiliki daya jangkauan dengan frekuensi 97,4 FM. Maka, di logo tersebut tertulis sebagaimana yang telah di cantumkan dalam logo radio Gita FM "Gita FM 97,4".

b. Radio KARTIKA FM

1) Gambaran Umum Kartika FM

Kabupaten Jombang merupakan daerah penting di Jawa Timur yang memiliki berbagai potensi ekonomi karena Jombang merupakan salah satu daerah penyangga kota Surabaya (ibu kota Jawa Timur). Dengan potensi ekonomi yang ada, ditambah kondisi sosial budaya yang relatif kondusif Jombang menjadi peluang berkenbangnya media radio. Apalagi pada saat Kartika FM berdiri di Jombang belum ada radio yang memiliki positioning kuat. Hal ini yang mendorong para pendiri dan pemegang saham Kartika FM mendirikan radio di kota ini. Dan sejak berdiri tahun 2011 Kartika FM berupaya keras menjadi media yang memenuhi kebutuhan masyarakat Jombang dalam hiburan dan informasi.

Untuk mencapai harapan ini, Kartika FM harus menjadi perusahaan yang sehat, disukai dan di cintai masyarakat, bahkan pada akhirnya menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat. Mula-mula radio ini harus sehat agar

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Melebihi kebutuhan dasar untuk dapat kelangsungan hidup perusahaan, radio ini juga harus dapat menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat.

Target pendengar pria dan wanita berusia 15 tahun keatas, khususnya pada kelompok status ekonomi (SES), menjadi bidikan utama radio ini. Program-program siaran radio ini isinya menekankan pada keseimbangan kehidupan rohani dan jasmani manusia, baik dalam berfikir maupun bertindak.

2) Maksud dan Tujuan Radio Kartika FM

Adapum maksud didirikannya radio Kartika FM hadir ditengah masyarakat Jombang, untuk memberikan hiburan dan informasi bagi masyarakat. Sebelum berdirinya radio Kartika FM, mayoritas radio di Jombang saat itu di jalur AM. Dengan hadirnya Kartika FM di tengah-tengah masyarakat Jombang, ternyata mendapat sambutan luar biasa, studio kartika FM tidak pernah sepi dari kunjungan pendengar hingga saat ini. Selain itu menurut pengakuan masyarakat Kartika FM dianggap dapat mengobati kerinduang Jombang terhadap hiburan baik On Air maupun event Off Air yang digelar. Fakta ini sekaligus didukung oleh berbagai faktor, diantaranya faktor kondisi ekonomi dan kondisi sosial politik.

Sedangkan tujuan Kartika FM itu sendiri adalah menjadi saran hiburan bagi pendengar setia Kartika FM dan menjadi sarana pencerahan masyarakat agar lebih cepat mengetahui perkembangan sosial. Disamping

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

itu pula, radio Kartika FM menjadi media Mark bagi Jombang. Sehingga meraih keuntungan dan memberikan kesejahteraan bagi semua pihak.

3) Visi dan Misi Radio Kartika FM

a) Visi Kartika FM

"Menjadi radio yang mampu memberikan hiburan dan informasi, pendidikan dan pengetahuan, sehingga masyarakat mampu berfikir rasional".

b) Misi Kartika FM

Adapun misi radio kartika FM adalah sebagai berikut:

(1) Mencerdaskan kehidupan masyarakat.

(2) Memberikan kesejahteraan bagi seluruh karyawan dan perusahaan.

(3) Mengembangkan teknologi penyiaran guna menumbuhkan dinamika masyarakat luas.

4) Struktur Organisasi Kartika FM

Dalam upaya operasional radio, maka pihak pengelola Kartika FM membuat susunan kepengurusan Radio, hal tersebut dilakukan agar tercipta susanan kerja yang professional dan menghindari adanya tumpang tindih dalm melaksanakan tugas yang telah dibagikn kepada masing-masing crew yang ada di Kartika FM Uraian kerja :

(1) Direktur Radio Kartika FM : Lazuardi Ardiman

(a) Bertanggung jawab atas ketenaga kerjaan dan pegawai Kartika FM

(b) Mengatur segala sesuatu tentang tata usaha Kartika FM

(c) Bertanggung jawab atas keseluruhan manajemen Kartika FM

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.a

(2) Manajer : Ali Joharta

(a) Memberikan arah atau tujuan dari perencanaan program radio

(b) Mengimpertasi visi dan misi dari Kartika FM

(c) Bertanggung jawab atas keseluruhan penyiaran di radio Kartika FM

(3) Bidang Usaha : Nani Puji Lestari

(a) Melakukan pengeditan bahan bahan yang didapat untuk siaran

(b) Mendistribusi logistik yang berkenaan dengan bahan siar

(c) Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berkenaan dengan bahan siaran

(4) Keuangan : Fitria Ningrum

(a) Bertanggung jawab atas keuangan dan perbendaharaan Kartika FM

(b) Bertanggung jawab atas *logistic* yang dibutuhkan Kartika FM

(c) Mengkoordinir iuran dan keuangan dari fans

(5) Koord Penyiar : Fuad Abdillah

(a) Bertanggung jawab atas isi siaran beserta bahan penyiaran Kartika FM kepada manajer

(b) Mengkoordinir para penyiar Kartika FM

(c) Mencari, menyaring bahan siaran

(6) Koord Teknik : Andri Nehru

(a) Bertanggung jawab atas perawatan dan peralatan dari Kartika FM

(b) Memantau kinerja peralatan Kartika FM

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.a

5) Deskripsi Perusahaan

Nama Badan Usaha	: PT. Radio Suara Jombang Nawa Kartika
Nama Sebutan	: Radio Kartika FM
Alamat	: Jl. Brigjend Kretarto No. 5 A Jombang Jawa Timur 61414
Frekuensi	: 90,7 Mhz
E-mail	: kartikajombang@yahoo.co.id

Manajement

Direktur	: Lazuardi Ardiman, SH, MSc.
Radio Manajer	: Ali Joharta
Marketing Executive	: Nani Puji Lestari S.P
Administrasi Iklan	: Yunita Ariani
	: Novi Wulandari

Positioning

Motto	: "Ancene Joss"
Sebutan Pendengar	: Sobat Kartika
Format Siaran	: General
Format Musik	: Dangdut : 40%
	Pop Indonesia : 40%
	Campursari : 10%
	Gending Jawa (etnik) : 5%
	Religious : 5%

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

Radius Jangkauan : Kab. Jombang, Kab. Kediri, Kab. Mojokerto, Kab. Malang, Kab. Nganjuk, Lamongan.

6) Segmentasi Pendengar

Radio komersil Kartika FM adalah jasa penyiaran komersil yang didirikan oleh PT. Radio Suara Jombang Nawa Kartika. Jadi secara umum yang sasaran utama adalah seluruh anggota pendengar Kartika fans club khususnya, dan pada umumnya adalah anggota komunitas dari sudut sosialnya 60% kebanyakan dari kalangan menengah keatas sementara 40% anggota pendengar Kartika FM yang berwirausaha sebagai, pedagang, pengrajin tas, dan koper. Secara mutlak segmentasi yang di incar radio komersil Kartika FM adalah kalangan pelaku usaha kecil dan mikro yang memerlukan bantuan pengembangan dalam bentuk promosi dan juga memberikan informasi mengenai cara-cara pengembangan usaha dan cara mendapatkan modal melalui program ukm.

a) Usia Pendengar : < 20 tahun : 10%
20 – 30 tahun : 30%
30 – 45 tahun : 40%
46 – 55 tahun : 10%
55 tahun > : 10%

c. Jenis Kelamin : Wanita : 60%
Pria : 40%

d. Pendidikan : SD : 15 %

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

SLTP : 30%

SLTA : 40%

Akademi : 10%

Sarjana : 5%

e. Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa : 10%

Swasta : 25%

Petani : 25 %

Ibu Rumah Tangga : 25%

ABRI – PNS : 15%

7) Gambaran Umum Rencana Kerja Lima Tahun Kedepan

Dalam memepersiapkan dan melaksanakan rencana kerja radio Kartika FM terbagi dan terbentuk dalam 3 macam, adapun uraian kerja sebagai berikut:

a) Tren Industri Pasar

(1) Populasi pendengar dikota dan kabupaten Jombang mencapai 610.300 dari jumlah penduduk kota + Kab. Jombang 1. 708.850. sumber: profil radio jatim, PRSSNI 2003.

(2) Sebagian radio legendaris di Jombang, radio Kartika mampu merebut pasar pendengar potensi sampai 30% dari populasi pendengar. Dan ini akan terus dikembangkan pada lima tahun mendatang.

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

(3) Tren Dalam Teknologi

Industri penyiaran radio di Jawa Timur termasuk Jombang dari tahun ke tahun terus berkembang diantaranya adalah penggunaan peralatan multimedia serta teknologi transmitter dengan kualitas yang lebih baik. Teknologi ini tradisinya merupakan barang langka tidak semua radio memiliki. Namun pada masa sekarang teknologi tersebut bukan hal yang sulit untuk didapatkan oleh pengelolaan stasiun penyiaran radio. Justru terus berlomba melengkapi diri untuk meraih pendengar dengan di dukung oleh teknologi penyiaran yang serba praktis dan otomatis.

PT. Radio Suara Kartika telah dilengkapi dan di dukung oleh teknologi penyiaran menggunakan peralatan yang standar dalam dunia *broadcasting (transmitter DB* dan RVR, antenna RVR dan peralatan multimedia berbasis komputer). Dengan di dukung ini diharapkan dapat menghimpun populasi pendengar di Jombang dalam rangka penyampaian penetrasi pasar yang akan dibidik yaitu 20 tahun keatas.

(4) Assemen : Ekonomi Makro dan Demografi

(a) Pertumbuhan industri dari waktu ke waktu sangat pesat. Sehingga potensi ekonomi secara makro di kota Jombang menjadi pusat ekonomi bagi kita / kabupaten sekitar, sehingga berdampak pada kemudahan usaha dan lapangan kerja masyarakatnya.

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.a

(b) Iklim usaha di Jombang yang berkembang dan memiliki prospek adalah home industri karena dekat dengan kota Surabaya.

(c) Sebagai pebisnis lokal dalam menentukan media promosinya lebih menekankan pada *personal taste* dan rekomendasi rekan (*word of mouth*).

(d) Profil / klien lokal:

(i) Sudah cukup terdidik dan terbiasa beriklim melalui radio

(ii) Dalam memutuskan media mana yang akan berpromosi, sebagian besar pengiklan berbasis pada harga dan raika pendengar.

B. Deskripsi Data Penelitian

Dalam sebuah penelitian, dilakukan beberapa tahapan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan dari penelitian yang telah difokuskan. Tahapan-tahapan tersebut meliputi pengumpulan data, analisis data dan penarikan kesimpulan atas data yang telah diperoleh. Peneliti harus benar-benar memahami fokus penelitiannya dan juga hal-hal yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini peneliti menganalisis data mengenai manajemen komunikasi dan strategi komunikasi yang disampaikan oleh beberapa informan yang telah di wawancarai. Dari hasil wawancara ditemukan beberapa *point* yang

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.a

berkaitan dengan manajemen komunikasi dan strategi komunikasi di radio Gita FM dan Kartika FM.

Dalam pengertian sederhana, dapat didefinisikan manajemen komunikasi adalah dalam hal penyampaian instruksi di satu pihak, dan pelaksanaan kewajiban di lain pihak. Dengan kata lain manajemen komunikasi adalah alat, bukan merupakan tujuan dari suatu organisasi. Sedangkan strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas.

1. **Langkah-langkah yang diambil dalam membangun manajemen komunikasi untuk menjadi market leader di radio Gita FM dan Kartika FM**

   a. Menyajikan Program Acara

Radio Gita FM dalam menyajikan program siaran mempunyai tujuan utama yaitu mengakomodasi kepentingan masyarakat kelas menengah dan bawah agar bisa menikmati menu program yang disediakan khususnya program musik Indonesia. Sedangkan radio Kartika FM untuk menarik para pendengar menyajikan program siaran yang agamis dan kreatif sehingga masyarakat akan lebih mengenal dan dekat dengan radio Kartika FM. Hal

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

ini program siaran Kartika FM dikemas sedemikian menarik agar khalayak bisa terhibur dan menikmati program acara yang telah disajikan.

Hal ini di ungkapkan oleh pak Erick, selaku manajer di radio Gita FM yang menyatakan bahwa untuk membuat sebuah program harus disesuaikan dengan keadaan sekitar.

> "Di radio Gita FM musik yang ditampilkan adalah musik Indonesia itu yang menjadi berbeda dengan yang lain. Format dari program radio Gita FM itu "Dinamis" artinya ketika pendengar mendengarkan program yang ada di radio Gita FM merasa termotivasi atau semangat. Otomatis ini kan memberikan semacam masukan buat pendengar ketika pendengar sedang beraktifitas, mereka terbantu dengan mendengarkan radio. Presentasi terbanyak di Gita FM adalah personal muda. Karena kebanyakan yang mendengarkan musik Indonesia adalah remaja".[1]

Hal serupa yang di ungkapkan oleh mbak Dina, selaku penyiar radio Gita FM:

> "Ndek (di) Gita itu mbak musiknya adalah musik Indonesia, ya sama apa yang dikatakan oleh pak Erick tadi. Kita atau semua kru Gita FM memberikan yang terbaik buat para pendengar khususnya anak-anak muda. Kan disini kebanyakan yang mendengarkan bahkan request lagu-lagu ataupun telepon itu seringnya anak-anak muda".[2]

Ungkapan yang serupa juga diungkapkan oleh pak Ali, selaku manajer radio Kartika FM . Adapun ungkapannya adalah sebagai berikut:

> "Radio Kartika FM sendiri menampilkan program acara dangdut akan tetapi musik dalam Kartika FM itu sendiri general atau bermacam-macam, menyesuaikan para pendengar khususnya di Jombang. Program yang dikemas bisa bermanfaat bagi pendengar, maka kami juga menyelipi dengan program agamis.

---

[1] Hasil Wawancara dengan Manajer Radio Gita FM, Bapak Erick Kusuma, pada tanggal 10 Juni 2012, Tebuireng Jombang

[2] Hasil Wawancara dengan Administrasi Iklan dan Penyiar Radio Gita FM, Mbak Dina Eliza, pada tanggal 11 Juni 2012

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

2. Upaya Strategi Komunikasi di Radio Gita FM dan Kartika FM Dalam Eksistensinya Untuk Meraih Simpati Publik

Dalam konteks penyiaran radio komersil terdapat strategi yang dimiliki oleh penggelola radio untuk meningkatkan serta mempertahankan pendengar dan keberadaanya di lingkungan masyarakat sebagai media audio yang kurang diminati. Seorang pengelola radio dalam setiap program acara memiliki rencana strategis untuk mempertahankan keberadaan radio yang di gelutinya di lingkungan masyarakat baik dari upaya yang di berikan untuk memenuhi kebutuhan khalayak.

Hal ini di ungkapkan oleh bapak Erick Kusuma selaku manajer di radio Gita FM :

> "Ya kalau upaya pihak pengelola di Radio Gita FM saat ini untuk memenuhi selera masyarakat yang banyak itu kan harus tau keinginan mereka sehari-hari baik dari musik yang mereka gemari atau yang lagi marak-maraknya di lingkungan mereka, kalau masalah berita biasanya kita menyajikan berita yang penting bagi mereka baik dari informasi pasar dan kebutuhan sehari-hari".[26]

Mbak Dina pun mengungkapkan hal yang serupa:

> "Kita biasanya sering memutar lagu-lagu kegemaran para penggemar setia Gita FM, kita selalu berupaya yang terbaik buat masyarakat sehingga menjadi terhibur dengan program-program yang kita sajikan mbak."[27]

Sama halnya yang di tuturkan oleh bapak Ali Joharta selaku Manajer di radio Kartika FM:

> "Kalau upaya kita khususnya radio Kartika FM untuk mempertahankan pendengar yang ada, khususnya yang aktif kita

[26] Hasil Wawancara dengan Pihak Manajer Radio Gita FM, Bapak Erick Kusuma, pada tanggal 10 Juni 2012, Tebuireng Jombang.
[27] Hasil Wawancara dengan Mbak Dina Eliza, pada tanggal 11 Juni 2012

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.a

> biasanya mengajak pendengar untuk ikut serta dalam siaran contohnya, siaran on air jadi pendengar bisa merequest lagu yang diinginkan pada saat itu. Disamping itu juga kita sering mengadakan program acara off air yang terjun langsung ke masyarakat agar bisa lebih dekat lagi untuk mempromosikan radio Kartika FM ini sehingga timbul komunikasi yang baik".[28]

Dalam penyiaran yang akan disuguhkan untuk khalayak pengelola radio harus mengetahui serta dapat mengkombinasikan program – program dan informasi yang akan disajikan seperti halnya yang di ungkapkan oleh bpk Erick :

> "Kalau masalah program acara yang mau kita berikan biasanya kita mencari tau lagu yang paling banyak diminati oleh masyarakat karena pendengar kan gak sama kemauanya. Setiap dua minggu sekali kita menanyakan kepada setiap penyiar lagu apa saja yang paling banyak di minta lewat program on air. Kalau tentang informasi kita memberikan informasi yang lagi marak di tv atau Koran".[29]

Sementara itu bapak Ali Joharta menambahi :

> "Program yang kita miliki khususnya radio Kartika FM saat ini lebih banyak dangdutnya karena pendengar radio Kartika kan masih di lingkungan pedesaan belum begitu tau lagu lagu pop atau barat dan pendengarnya kan lebih banyak orang tua dari pada anak muda jadi kita memperhatikan selera mereka dari lagu yang sering di minta ketika on air."[30]

Hal serupa yang di tuturkan oleh Mbak Dina selaku pihak administrasi iklan dan penyiar di radio Gita FM :

> "Radio kita kan radio komersil jadi banyak kita kan tau kalau masyarakat daerah Jombang dan sekitar itu suka lagu dangdut apalagi yang tua jadi ya lebih gampang, kalau untuk anak-anak

---

[28] Hasil Wawancara dengan Pihak Manajer Radio Kartika FM, Bapak Ali Joharta, pada tanggal 18 Juni 2012, Sambong Jombang.s

[29] Wawancara dengan Manajer Radio Gita FM, Bapak Erick Kusuma, pada tanggal 10 Juni 2012

[30] Wawancara dengan Manajer Radio Kartika FM, Bapak Ali Joharta, pada tanggal 18 Juni 2012

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.a

> yang muda saat ini kita Cuma menyuguhkan lagu -lagu pop Indonesia kalau barat baru sedikit dan bagi orang tua yang suka dangdut kita selama satu minggu mencatat lagu dangdut yang terbanyak di minta oleh pendengar dari situ kita tau lagu apa saja yang diminati saat ini."[31]

Untuk menjadikan media massa sebagai media hiburan dan informasi pengelola radio dalam setiap masing-masing radio yaitu radio Gita FM dan Kartika FM mempunyai tugas yang harus dilaksanakan demi kehidupan dalam kedua radio tersebut, dari penuturan Bpk Ali Joharta selaku Manajer Kartika FM yang menyatakan bahwa :

> "Menurut saya tugas yang saya miliki disini lebih kepada bagaimana masyarakat atau orang yang mendengarkan program yang disajikan oleh Radio Kartika FM bisa mereka nikmati, sehingga radio Kartika FM tetap terjaga keberadaanya, dan saya selalu mendatangi setiap daerah yang terdapat anggota fans Kartika untuk bersilaturrahmi dan mengadakan perkumpulan dengan menyeelenggarakan kegiatan. Hal seperti inilah membentuk komunitas dengan cara menyiram atau menjalin kekeluargaan kepada para pendengar radio Kartika FM".[32]

Dalam konsep yang membedakan dengan radio lainnya, maka pihak Gita FM dan Kartika FM mempunyai suatu yang khas dari perusahaannya. Dengan adanya itu menjadi simbol bagi kedua radio tersebut agar masyarakat atau pendengar bisa mengetahui radio apa yang sedang mereka putar. Seperti halnya yang di ungkapkan oleh mbak Dina selaku penyiar Gita FM:

> "Kalau di radio Gita sendiri mbak ya itu 100% Indonesia banget, karena peminatnya disini kan kebanyakan anak muda dan remaja jadi kita harus menyesuaikan dengan keadaan sekitar dan berbeda

[31] Wawancara dengan Pihak Administrasi Iklan dan Penyiar, Mbak Dina Eliza, pada tanggal 11 Juni 2012

[32] Hasil Wawancara dengan Manajer Radio Kartika FM, Bapak Ali Joharta, pada tanggal 18 Juni 2012

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

> dengan radio lainnya, jadi musik yang saya putar kebanyakan lagu Indonesia yang sekarang lagi ngehits".[33]

Berbeda pendapat dengan jawaban informan sebelumnya, ketika pertanyaan serupa peneliti tanyakan kepada mbak Nani selaku pihak marketing executive di radio Kartika FM, mbak Nani menjawab:

> "Disini ada mbak khasnya ini dari radio Kartika FM mempunyai *time signal* itu namanya *Khitam*, saya putar perjam sekali yang isinya ada time signal versi sibuk khitam itu yang menjadi ikon dari radio Kartika FM itu sendiri. Jadi kayak jam 06.00, jam 07.00 tanda waktu atau setelah ada kabar baru kita putar itu namanya *time signal*. Pokoknya menandai jam. Ada lagi khasnya yaitu sholawat gusdur atau bisa dikatakan pujian gus dur, setelah dialog kita selalu memutarnya dengan adanya sholawatan gus dur".[34]

Mbak Anny mengungkapkan hal yang sama dengan Mbak Nani:

> "Ya sama mbak, apa yang dikatakan oleh mbak Nani. Radio Kartika mempunyai khas yaitu setiap mau iklan kita selalu memutar lagu sholawatannya Gus Dur, karena dengan adanya itu orang-orang akan tau ketika ganti channel, biasanya kan ketika orang mau ganti channel gak melihat frekuensi. Jadi, radio Kartika selalu membuat sesuatu hal yang bervariasi."[35]

Dalam pencapaian suatu program, pihak perusahaan radio Gita FM dan Kartika FM bisa menghidupi maupun menaikkan derajat bagi masing-masing perusahaan tersebut. Seperti halnya yang di utarakan oleh bapak Erick selaku Manajer Gita FM berikut ini:

> "Tujuan ya kalau dari program-program media radio itu media edukasi dan hiburan kepada pendengar. Nah kalau kita rangkum

---

[33] Hasil Wawancara dengan Administrasi Iklan dan Penyiar, Mbak Dina Eliza, pada tanggal 11 Juni 2012

[34] Hasil Wawancara dengan Pihak Marketing Executive radio Kartika FM, Mbak Nani Puji Lestari, pada tanggal 19 Juni 2012

[35] Hasil Wawancara dengan Penyiar Radio Kartika FM, Mbak Anny Wahyuni, pada tanggal 19 Juni 2012

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.a

> itu ya tercapai, kita merasa senang dan kita juga sudah merasa bahwa sudah berhasil. Jadi maka dari itu kepada semua pendengar masing-masing program kita selipkan informasi. Meskipun di acara pagi sesekali saya menyampaikan tentang penyanyinya sendiri dan bagaimana sejarahnya itu saya sampaikan. Kemudian lintas kota, apa yang terjadi saat ini. Jadi pendengar akan tau bahwa itu radio Gita yang sekarang kita dengar. Berarti kan sudah berhasil dengan itu artinya menarik perhatian dari pendengar, bagi pengiklan dia merasa pas memasukkan iklan di radio ini. Karena otomatis kalau iklan itu pasti konsentrasi masyarakat mendengarkan radio itu jadi tercapai juga kepada pendengar dan pengiklan juga".[36]

Pertanyaan serupa juga peneliti tanyakan kepada bapak Ali, manajer Kartika FM, bapak Ali pun menjawab:

> "Ya bisa mendatangkan duit mbak. Karena program saya kalau sudah diterima orang atau masyarakat Jombang diharapkan para pengiklan itu masuk, karena orang itu kan dengan program yang disenangi oleh orang bahkan menimbulkan minat atau kecintaan mereka terhadap radio Kartika FM ini. Contoh, kalau dia cocok atau sesuai dengan hatinya mereka, kalau ada orang yang bertanya radio mana yang yang bagus di Jombang jawabannya radio Kartika FM. Nah akhirnya pihak yang punya uang ini menjatuhkan pilihannya untuk pengiklan kita".[37]

Dengan adanya tujuan program yang telah dipaparkan diatas, maka timbul sebuah harapan bagi radio Gita FM dan Kartika FM kepada para pendengarnya, yang mana harapan tersebut bisa memotivasi bagi kedua perusahaan tersebut. Sehingga radio Gita FM dan Kartika FM mampu membius masyarakat Jombang. Sebagaimana yang dituturkan oleh informan dalam hal ini Bapak Erick:

---

[36] Hasil Wawancara dengan Pihak Manajer Gita FM, bapak Erick Kusuma, pada tanggal 10 Juni 2012

[37] Hasil Wawancara dengan Manajer Radio Kartika FM, Bapak Ali Joharta, pada tanggal 18 Juni 2012

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.a

> "Harapan saya, pendengar khususnya pendengar radio Gita FM bisa terhibur apa yang Gita keluarkan dalam program apa saja. Saya lebih senang, jadi para pendengar lebih mempunyai wawasan yang luas".[38]

Ketika hal serupa peneliti tanyakan kepada bapak Ali, bapak Ali menuturkan bahwa:

> "Harapannya ya bermanfaat, juga bisa menjadi hiburan dan bisa mengedukasi artinya memberikan pelajaran kayak edukasi secara agama dan secara akhlak itu yang saya kedepankan. Secara akhlak minimal saya membantu untuk memperbaiki akhlak ke masyarakat semampu saya dan ala Kartika FM". [39]

Bentuk apresiasi masyarakat terhadap radio Gita FM dan Kartika FM sangat mendukung dengan adanya program yang disiarkan, inilah bentuk manajemen komunikasi dan strategi komunikasi yang dijalankan oleh radio Gita FM dan Kartika FM sehingga menimbulkan simpati masyarakat untuk mendengarkan. Hal ini di paparkan oleh Norma yang menyukai program acara Gita FM:

> "Iya donk...Kalo aku penggemar setianya Gita FM, pokoknya setiap malam aku sering telepon sama request lagu kesayanganku. Gita FM kan selalu menampilkan program acara yang sangat bagus."[40]

Peneliti juga menanyakan hal yang sama terhadap Lilis:

> "Ya mbak....aku salah satu penggemarnya. Waduh Gita FM emang paling top deh mbak, gak ada tandingannya soalnya di Gita kan selalu muter lagu Indonesia. Anak-anak disinikan sering nongkrong bareng sama dengerin lagu-lagunya Gita FM."[41]

---

[38] Hasil Wawancara Manajer Radio Gita FM, Bapak Erick Kusuma, pada tanggal 10 Juni 2012
[39] Hasil Wawancara dengan Manajer Kartika FM, Bapak Ali Joharta, pada tanggal 18 Juni 2012
[40] Hasil Wawancara dengan Masyarakat Desa Cukir, Norma Fitria, pada tanggal 11 Juli 2012
[41] Hasil Wawancara dengan Masyarakat desa Cukir, Lilis Syarifah, pada tanggal 12 Juli 2012

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.a

Pertanyaan yang sama peneliti tanyakan kepada ibu Suratmi penggemar radio Kartika FM:

> "Enggeh (iya) mbak, lek ibu wong tuek (kalau ibu orang tua) seneng dan sering dengerin radio Kartika FM. Tiap aktivitas apa saja ibuk selalu goleki (mencari) frekuensi Kartika. Acarane kan pas digawe wong tuek (acaranya kan pas dibuat orang tua)." [42]

Sama seperti yang di ungkapkan ibu Suratmi, bapak Yanto mengungkapkan:

> "Iya aku seneng karo (sama) Kartika FM, bahkan dulu aku sering telepon pas yang siarannya pak Ali. Bisa jadi aku ini pendengar setianya Kartika FM."[43]

Radio Gita FM dan Kartika FM menyajikan program acara yang masing mempunyai ciri atau khas untuk menarik simpati Masyarakat. Program yang disajikannya pun beragam. Akan tetapi radio Gita FM dan Kartika FM bersaing dengan sehat. Norma mengungkapkan adanya program Gita FM yang disukainya:

> "Program yang aku sukai ya itu mbak musik Indonesia, kan Gita FM memang selalu menyajikan musik Indonesia. Kalau program acara lain ada sih mbak. Kalo gak salah program remaja *talk show* gitu kayak kesehatan para remaja. Jadi biasanya aku selalu dengerin lagu Indonesia aja"[44]

Hal serupa di ungkapkan Lilis:

> "Program musik Indonesia. Maklum mbak anak muda, biasanya kan kalau dengerin radio yang di cari mesti lagu-lagu Indonesia yang sekarang lagi hits."[45]

---

[42] Hasil Wawancara dengan Masyarakat Jombang, Ibu Suratmi, pada tanggal 13 Juli 2012
[43] Hasil Wawancara dengan Masyarakat Jombang, Bapak Suyanto, pada tanggal 13 Juli 2012
[44] Hasil Wawancara dengan Masyarakat Desa Cukir, Norma Fitria, pada tanggal 11 Juli 2012
[45] Hasil Wawancara dengan Masyarakat Desa Cukir Lilis Syarifah, pada tanggal 12 Juli 2012

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

Ungkapan yang di lontarkan oleh Ibu Suratmi tentang program acara yang disukai adalah sebagai berikut:

> "Walah mbak lek wes ngerti dewe tho acaranya ibu-ibu iku opo, yo musik dangdut tho mbak yu....(mbak kan sudah mengerti acaranya ibu-ibu itu apa, ya musik dangdut mbak). Di Kartika kan sering muter lagu dangdut."[46]

Sama halnya yang diungkapkan bapak Yanto:

> "Nek bapak senenge yo lagu dangdut ambek koplo (kalau bapak sukanya ya lagu dangdut sama koplo). Biasanya kalau ngopi di warung sama temen-temen, andalane yo ngerungokno Kartika lagune Rhoma Irama (andalannya ya dengerin Kartika lagunya Rhoma Irama) aku seneng."[47]

Respon positif dari seluruh khalayak merupakan salah satu bukti bahwa keberadaan stasiun radio Gita FM dan Kartika FM sangat berarti dan ini adalah hasil dari manajemen komunikasi dan strategi komunikasi yang di gunakan untuk membentuk citra positif bagi kedua radio tersebut. Ibu Suratmi mengungkapkan:

> "Manfaatnya ya jadi bahan hiburan aja mbak seperti saya ini yang pengangguran, jadi kan enak sambil ngurusin rumah sama dengerin musik dangdut di kartika FM biar gak jenuh aja di rumah terus mbak."[48]

Bapak Yanto pun mengungkapkan:

> "Ada Mbak....ya setelah mendengarkan lagu-lagunya kartika FM yang di puter kan kita-kita jadi terhibur."[49]

Norma pun menuturkan tentang manfaat setelah mendengarkan radio Gita FM sebagai berikut:

---

[46] Hasil Wawancara dengan Masyarakat Jombang, Ibu Suratmi, pada tanggal 13 Juli 2012
[47] Hasil Wawancara dengan Masayrakat Jombang, Bapak Suyanto, pada tanggal 13 Juli 2012
[48] Hasil Wawancara dengan Masyarakat Jombang, Ibu Suratmi, pada tanggal 13 Juli 2012
[49] Hasil Wawancara dengan Masyarakat Jombang, Bapak Suyanto, pada tanggal 13 Juli 2012

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac

> "Manfaatnya setelah mendengarkan radio Gita FM pikiran jadi *fresh* mbak dan tenang setelah serius mengerjakan PR. Soalnya terkadang aku juga sering telepon dan request lagu, jadi ketika lagu kita diputer aku jadi seneng."[50]

Hal serupa yang dikatakan Lilis:

> "Kan fungsi radio itu sendiri memang sebagai Hiburan kan mbak, ya itu manfaatnya jadi terhibur dengan program apa yang radio Gita FM sajikan khususnya program musik Indonesianya mbak karena aku sendiri seneng sama musik-musik Indonesia saat ini."[51]

Tidak lupa saran pendengar terhadap radio Gita FM dan Kartika FM. Hal ini di ungkapkan oleh ibu Suratmi:

> "Saran saya ya kartika FM program-programnya lebih bagus lagi, walaupun yang diandalkan adalah musik dangdutnya, musik dangdut lama diputer lagi juga gak apa-apa kerena orang-orang kebanyakan masih pengen dengerin musik yang lama."[52]

Apa yang dikatakan ibu Suratmi sama seperti ungkapan bapak Yanto antara lain:

> "Saran buat Kartika di bagusin lagi program-programnya terus di perbanyak aja musik dangdutnya agar Kartika akan tetep dinikmati sama orang-orang seperti saya ini mbak."[53]

Ini pula dituturkan oleh Norma:

> "Saran saya yaitu bagaimana agar Gita FM tetep semakin OK, jangan mngecewakan para penggemarnya, program-programnya di tambahin lagi yang khusus anak dewasa. Kalau bisa ditambah programnya lagu luar negeri jadi gak hanya lagu Indonesia saja yang ditampilkan."[54]

---

[50] Hasil Wawancara dengan Masyarakat desa Cukir, Norma Fotria, pada tanggal 11 Juli 2012
[51] Hasil Wawancara dengan Masyarakat desa Cukir, Lilis Syarifah, pada tanggal 12 Juli 2012
[52] Hasil Wawancara dengan Masayarakat Jombang, Ibu Suaratmi, pada tanggal 13 Juli 2012
[53] Hasil Wawancara dengan Masyarakat Jombang, Bapak Suyanto, pada tanggal 13 Juli 2012
[54] Hasil Wawancara dengan Masyarakat Desa Cukir, Norma Fitria, pada tanggal 11 Juli 2012

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.a

Hal serupa dikatakan Lilis Syarifah, bahwasanya:

> "Untuk Saran, Gita FM tetep OK aja. Ditambahin lagi musik-musiknya."[55]

Radio merupakan salah satu media penyiaran musik yang sampai saat ini masih bertahan di era perkembangan ilmu dan teknologi. Berkaitan dengan hal tersebut, untuk menjaga eksistensi stasiun radio Gita FM dan Kartika FM harus dapat memikat hati para pendengarnya melalui program-program siarannya serta meraih simpati publik.

[55] Hasil Wawancara dengan Masyarakat Desa Cukir, Lilis Syarifah, pada tanggal 12 Juli 2012

b.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac