BAB III

PENYAJIAN DATA

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

A. Deskripsi Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah Perkembangan Radio Ronggohadi[44]

Radio Ronggohadi mulai beroperasi dalam sistem modulasi dan frekuensi AM (Amplitudo Modulasi) 1314 KHz pada tanggal 01 April 1993 berdasarkan izin siaran dari Ditjen Postel Kabupaten Lamongan.

Secara resmi radio Ronggohadi didirikan pada tanggal 30 Agustus 1991, radio ini merupakan lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbadan hukum Indonesia berupa Perseroan Tebatas (PT), yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa pernyiaran radio.

Berbagai kebijakan pemerintah dalam rangka pembangunan memerlukan sarana penyebarluasan dari kota sampai pelosok pedesaan. Hal ini menggugah pendirinya untuk mendirikan radio siaran swasta sebagai salah satu media yang dapat menyampaikan pesan-pesan pembangunan kepada masyarakat dimanapun berada, baik diperkotaan maupun pedesaan.

Hal ini dikarenakan radio siaran merupakan salah satu media komunikasi yang berfungsi sebagai sarana informasi, penerangan,

[44] Dokumen Radio Ronggohadi tahun 2010

digilib.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.id

pembangunan, hiburan, pendidikan maupun kebudayaan, serta kemajuan teknologi elektronika mempunyai dampak dalam bidang kemudahan dalam mendapatkan pesawat radio penerima di pasaran bebas, dimulai dari yang sederhana sampai yang canggih, sehingga masyarakat luas pada umumnya sudah mampu untuk membeli dan memilikinya.

Radio Ronggohadi dikembangkan sebagai radio hiburan dan informasi dengan penyajian musik yang cenderung sebagai pencipta trend serta informasi yang cepat dan aktual tanpa meninggalkan kondisi kebudayaan lokal. Radio ini juga diminati para usahawan sebagai sarana komunikasi bisnis mereka.

Radio ini awalnya siaran pada sistem modulasi AM, kemudian pada tanggal 04 Juli 2003 berpindah ke sistem Modulasi FM dengan Frekuensi 90.50 MHz, frekuensi ini berjalan selama 5 tahun saat studio Ronggohadi masih berada di Desa Bedahan Kecamatan Babat, kemudian setelah studio berpindah lokasi di Jalan Sunan Giri No. 70 Lamongan pada tahun 2008 maka frekuensinya berubah menjadi 92.90 MHz.

Radio Ronggohadi FM mengalami beberapa kali perubahan komposisi lagu, di antaranya komposisi lagu India yang awalnya disiarkan dua jam setiap harinya kemudian dipangkas hanya dua jam pada hari minggu. Tapi secara umum Ronggohadi masih menyuguhkan

digilib.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.id

lagu-lagu untuk segmen *Oldist* misalkan lagu-lagu Pop 80-an, Dangdut Nostalgia dan Campursari.

Tabel 3.1
Profil Perusahaan Radio Ronggohadi FM

Nama Perusahaan	PT. RADIO RONGGO HADI
Nama Radio	RONGGOHADI FM
Alamat Radio	Jalan Sunan Giri No. 70 Lamongan
Kantor Pemasaran	PRAMESNET, Jl. Basuki Rachmad No. 70 Telp. (0322) 321373 – 321374 Lamongan
Frekuensi	92.90 MHz
Pengesahan PT.	C.12198.HT.01.01.Th.2000
Website / Email	www.radioprameswara.wordpress.com , www.pramesnet.com / radio_Ronggohadi@yahoo.com
Nomor Telepon	(0322) 316777 (Studio) (0322) 7710777 (Kantor)
Faximile	(0322) 315777

b. Visi & Misi[45]

1) VISI

Kreatif dan Dinamis

2) MISI

a) Mengembangkan meningkatkan komunikasi antar warga yang mencerdaskan.

[45] *Ibid*

digilib.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.id

b) Menjalin potensi ekonomi lewat komunikasi usaha.

c) Mengembangkan bisnis media secara professional dan beretika.

d) Menjadi *trendsetter* dari segi hiburan dan informasi

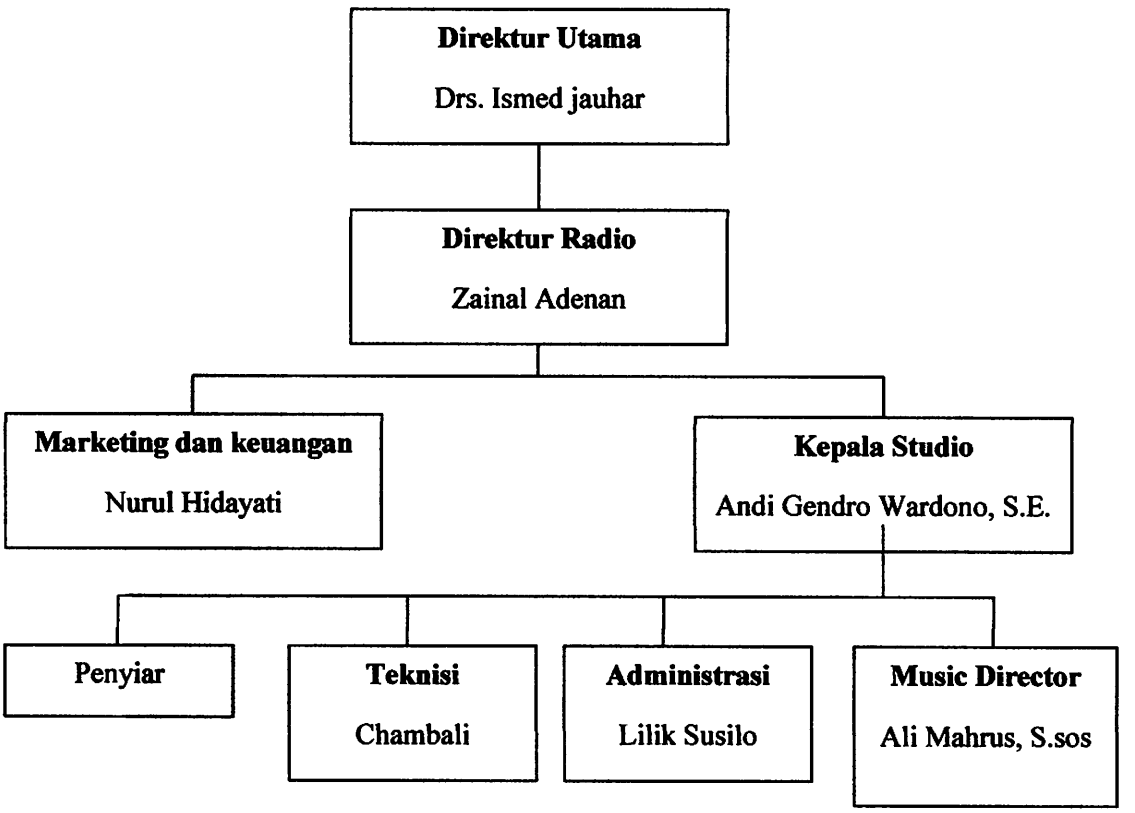
c. Logo Radio Ronggohadi

Gambar 3.1
Logo Radio Ronggohadi

digilib.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.id

d. Struktur Organisasi[46]

Gambar 3.2
Struktur Organisasi Radio Ronggohadi FM



[46] *Ibid*

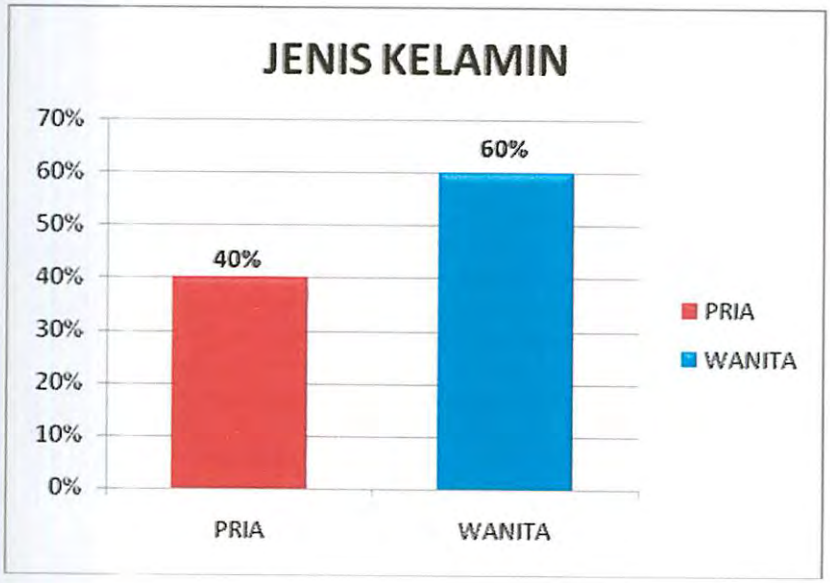
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Segmentasi Pendengar Radio Ronggohadi[47]

1) Penggolongan Pendengar dari Beberapa Aspek

a) Jenis Kelamin

Gambar 3.3
Penggolongan Pendengar dari Aspek Jenis Kelamin



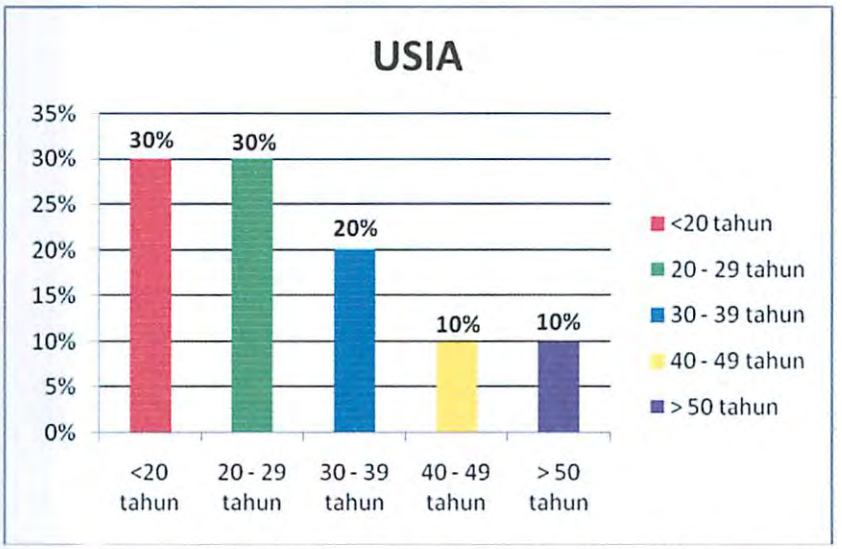
Pendengar Radio Ronggohadi FM Lamongan secara umum terdiri dari 40% Laki-laki dan 60% Perempuan.

[47] Data survey pendengar radio Ronggohadi tahun 2011

digilib.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.id

b) Usia

Gambar 3.4
Penggolongan Pendengar dari Aspek Usia



Dilihat dari aspek usia, pendengar radio Ronggohadi FM Lamongan digolongkan menjadi lima, yaitu :

(1) Usia kurang dari 20 tahun sebanyak 30%

(2) Usia antara 20-29 tahun sebanyak 30%

(3) Usia 30-39 tahun sebanyak 20%

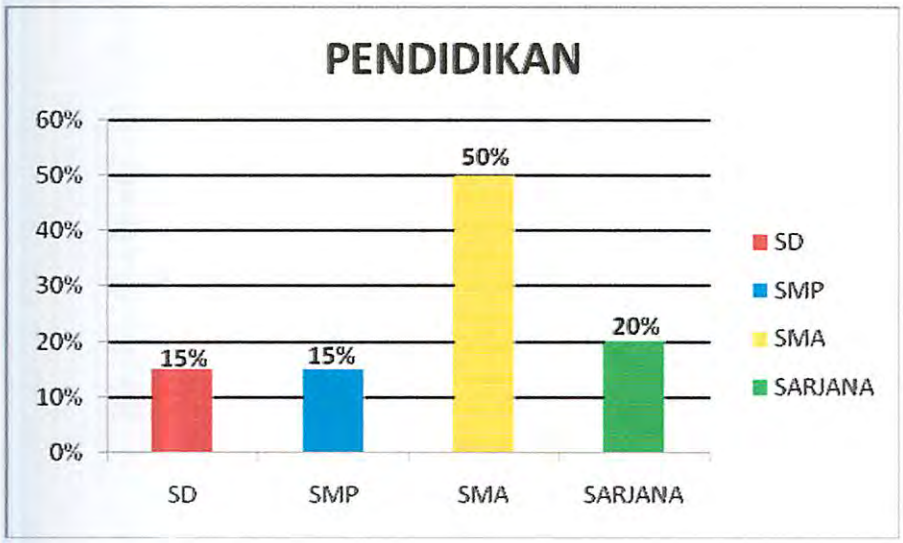
(4) Usia 40-49 tahun sebanyak 10%

(5) Usia lebih dari 50 tahun sebanyak 10%

digilib.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.id

c) Tingkat Pendidikan

Gambar 3.5
Penggolongan Pendengar dari Aspek Tingkat Pendidikan



Dari segi Pendidikan, Pendengar Radio Ronggohadi FM Lamongan dapat digolongkan menjadi empat, yaitu :

(1) Pendidikan Sekolah Dasar sebanyak 15%

(2) Pendidikan Sekolah Menengah Pertama sebanyak 15%

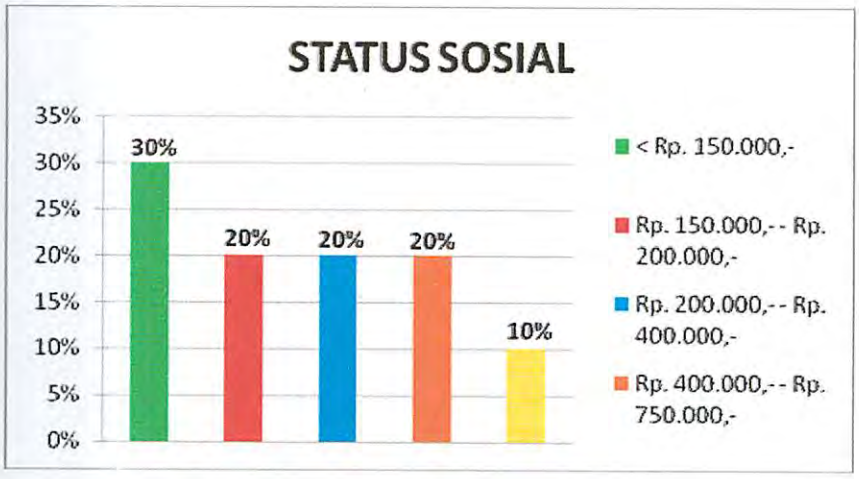
(3) Pendidikan Sekolah Menengah Atas sebanyak 50%

(4) Pendidikan Sarjana sebanyak 20%

digilib.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.id

d) Status Sosial Ekonomi

Gambar 3.6
Penggolongan Pendengar dari Aspek Status Sosial Ekonomi



Selanjutnya, jika dilihat dari aspek sosial ekonomi, Pendengar Radio Ronggohadi FM Lamongan dapat digolongkan menjadi lima, yaitu :

(1) Pendengar berpenghasilan kurang dari Rp. 150.000,00 sebanyak 30%

(2) Pendengar berpenghasilan antara Rp. 150.000,00 – Rp. 200.000,00 sebanyak 20%

(3) Pendengar berpenghasilan antara Rp. 200.000,00 – Rp. 400.000,00 sebanyak 20%

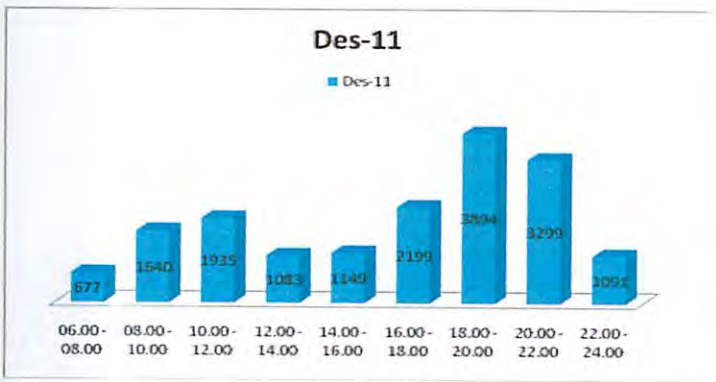
(4) Pendengar berpenghasilan antara Rp. 400.000,00 – Rp. 750.000,00 sebanyak 20%

(5) Pendengar berpenghasilan lebih dari Rp. 750.000,00 sebanyak 10%

digilib.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.id

e) Back Up SMS[48]

Gambar 3.7
Data Back Up SMS Radio Ronggohadi



Dari data back up sms dari request pendengar radio Ronggohadi dapat diketahui bahwa:

(1) Progam acara dari jam 06.00 - 08.00 diperoleh 677 pendengar

(2) Progam acara dari jam 08.00 - 10.00 diperoleh 1640 pendengar

(3) Progam acara dari jam 10.00 - 12.00 diperoleh 1935 pendengar

(4) Progam acara dari jam 12.00 - 14.00 diperoleh 1083 pendengar

(5) Progam acara dari jam 14.00 - 16.00 diperoleh 1149 pendengar

(6) Progam acara dari jam 16.00 - 18.00 diperoleh 2199 pendengar

(7) Progam acara dari jam 18.00 - 20.00 diperoleh 3894 pendengar

(8) Progam acara dari jam 20.00 - 22.00 diperoleh 3299 pendengar

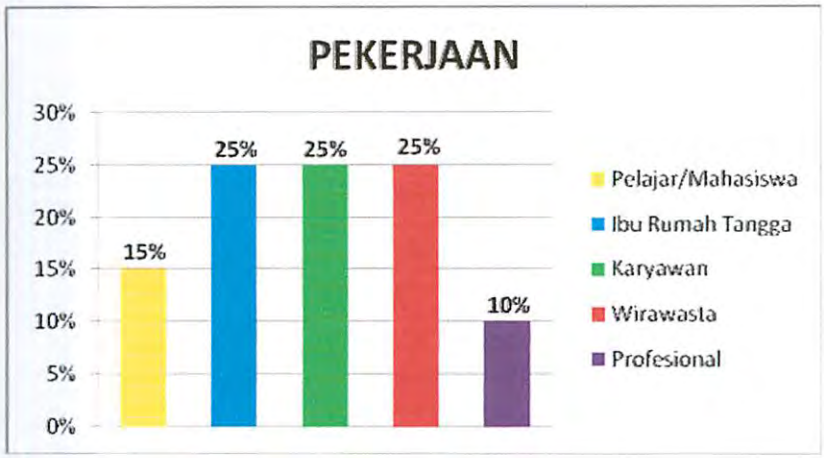
(9) Progam acara dari jam 20.00 - 24.00 diperoleh 1091 pendengar

[48] Data survey radio Ronggohadi tahun 2011

digilib.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.id

f) Penggolongan Pendengar dari Aspek Pekerjaan

Gambar 3.8
Penggolongan Pendengar dari Aspek Pekerjaan



Dilihat dari aspek pekerjaan, pendengar radio Ronggohadi FM Lamongan digolongkan menjadi lima, yaitu :

(1) Pelajar atau Mahasiswa sebanyak 15%

(2) Ibu Rumah Tangga sebanyak 25%

(3) Karyawan sebanyak 25%

(4) Wiraswasta sebanyak 25%

(5) Profesional sebanyak 10%

digilib.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.id

f. Area Jangkauan Pemancar Radio Ronggohadi[49]

Gambar 3.9
Area Jangkauan Siaran Radio Ronggohadi FM

Gambar di atas menunjukkan luas area siaran yang bisa dijangkau oleh Radio Ronggohadi FM Lamongan, Studio radio ini berada di pusat kota Lamongan, bisa didengarkan dengan jelas sampai daerah pesisir Kabupaten Gresik diantaranya Kecamatan Ujung Pangkah dan Sidayu, siaran Radio Ronggohadi FM Lamongan juga bisa didengarkan di daerah Gresik Selatan misalkan Kecamatan Menganti dan Mbenjeng, selain itu radio ini juga bisa dinikmati di daerah Mojokerto yang berada di daerah dataran tinggi yaitu Tretes dan Pacet. Radio Ronggohadi FM memiliki jenis pemancar yang lebih tinggi dari pada radio Prameswara FM sehingga jangkauan siarannya lebih luas.

[49] Dokumen Radio Ronggohadi tahun 2010

digilib.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.id

g. Komposisi Lagu[50]

Gambar diatas menunjukkan Prosentase Komposisi lagu yang diputar oleh Radio Prameswara FM Lamongan dalam waktu satu minggu, dengan penjelasan sebagai berikut :

(1) Dangdut 80 %

(2) Pop Indonesia 0 %

(3) Campursari 20 %

(4) Lain-lain 0%

h. Tarif Iklan[51]

Tabel 3.2
Tarif iklan Radio Ronggohadi

Jenis	**Durasi**	**Harga**
Spot / AD - LIB	30 detik	Rp. 45. 000,-
	45 detik	Rp. 50.000.-
	60 detik	Rp. 70.000,-

[50] Company Profil radio Ronggohadi tahun 2011
[51] *Ibid*

digilib.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.id

i. Progam - Progam Acara[52]

1) Hello Dangdut

Target Segmentasi:

a) Demografi

Usia Pendengar : 35 – 50 Tahun

Tingkat Sosial Ekonomi. : Menyeluruh

Gender : Pria / Wanita

Tingkat Pendidikan : SLTA keatas

b) Psikografi

Menyukai hiburan musik, terutama pada musik Dangdut yang pernah hits dan musik Dangdut yang terkini. Ingin menggunakan radio sebagai sarana menjalin persahabatan lewat bertukar salam. Info yang disampaikan adalah info seputar kondisi Lamongan dan sekitarnya.

2) Selamat Pagi Ronggohadi

Target Segmentasi:

a) Demografi

Usia Pendengar : 26– 40 Tahun

Tingkat Sosial Eko. : Menengah keatas

Gender : Pria dan Wanita

Pekerjaan : Wiraswasta dan Karyawan Swasta.

---

[52] *Ibid*

digilib.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.id

Tingkat Pendidikan : SLTA keatas

b) Psikografi

Membutuhkan Informasi dan berita terkini yang terjadi, Berjiwa dinamis dalam artian bekerja dan aktif untuk mengikuti perkembangan baik dari segi peluang atau tingkat keamanan berusaha Format Ajang Kombinasi musik dan informasi, dimana musik lebih dominan dengan komposisi informasi 30% dibanding dengan total musik yang terputar dalam setiap 60 menitnya. Komunikasi searah pada 60 menit pertama Komunikasi dua arah (interaktif) 60 menit kedua. Durasi program 2 X 60 menit, dimana 60 menit pertama, komunikasi searah dan penyiar membaca berita yang didapatkan dari sumber yang ada, dari media yang terkait dan informasi yang digali oleh tim liputan. Untuk 60 menit kedua, penyiar memberi peluang kepada pendengar untuk berinteraktif dan berbagi informasi atau opini Iklan terbagi menjadi 4 blok pada 60 menit pertama dan 4 blok di 60 menit kedua.

3) SMS (Senandung Musik Slow)

Target Segmentasi:

a) Demografi

Usia Pendengar : 25 – 45 Tahun

Tingkat Sosial Eko. : Menyeluruh

digilib.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.id

Gender : Pria dan Wanita

Pekerjaan : Karyawan,Wiraswasta

Tingkat Pendidikan : SLTA keatas

b) Psikografi

Menyukai hiburan musik, terutama pada musik Dangdut Slow yang pernah hits dan yang terkini dengan perbandingan, 1 tembang nostalgia pada setiap 60 menitnya. Ingin menggunakan radio sebagai sarana menjalin persahabatan lewat bertukar salam dan juga mendapat info terkini seputar dunia wanita dan keluarga. Format Ajang Komunikasi dua arah pada 2 X 60 menit, dimana pendengar bisa berinteraktif. Durasi program 2 X 60 menit Iklan terbagi menjadi 4 blok pada 60 menit pertama dan 4 blok di 60 menit kedua (apabila tidak ada blocking time) Apabila ada blocking time, iklan spot dan adlips lepas akan disesuaikan (lihat skenario Acara).

4) Salam Namaste

Target Segmentasi:

a) Demografi

Usia Pendengar : 35 – 50 Tahun

Tingkat Sosial Eko. : Menyeluruh

Gender : Pria dan Wanita

digilib.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.id

Pekerjaan :Karyawan, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga

Tingkat Pendidikan : SLTA keatas

b) Psikografi

Menyukai hiburan musik, terutama pada musik India yang pernah hits dan musik India yang terkini. Ingin menggunakan radio sebagai sarana menjalin persahabatan lewat bertukar salam.

5) Sapari Prameswara

Target Segmentasi:

a) Demografi

Usia Pendengar : 35 – 50 Tahun

Tingkat Sosial Ekonomi : Menyeluruh

Gender : Pria / Wanita

Pekerjaan :Karyawan, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga

Tingkat Pendidikan : SLTA keatas

b) Psikografi

Menyukai hiburan musik, terutama pada musik campursari yang pernah hits dan musik campursari yang terkini. Ingin menggunakan radio sebagai sarana menjalin persahabatan lewat bertukar salam.

digilib.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.id

6) **Bandar Roadshow**

Target Segmentasi:

a) Demografi

Usia Pendengar	: 35 – 50 Tahun
Tingkat Sosial Ekonomi	: Menyeluruh
Gender	: Pria / Wanita
Pekerjaan	:Karyawan, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga
Tingkat Pendidikan	: SLTA keatas

b) Psikografi

Menyukai hiburan musik, terutama pada musik Dangdut Roadshow yang terkini. Ingin menggunakan radio sebagai sarana menjalin persahabatan lewat bertukar salam.

7) **Lambada**

Target Segmentasi:

a) Demografi

Usia Pendengar	: 25 – 40 Tahun
Tingkat Sosial Ekonomi	: Menyeluruh
Gender	: Pria / Wanita
Pekerjaan	: Karyawan, Wiraswasta, Pelajar
Tingkat Pendidikan	: SLTP keatas

digilib.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.id

b) Psikografi

Menyukai hiburan musik, terutama pada musik dangdut. Ingin menggunakan radio sebagai sarana menjalin persahabatan lewat bertukar salam. Info yang disampaikan terkait dengan info-info mengenai prospek dunia usaha.

8) Kencan Muda

Target Segmentasi:

a) Demografi

Usia Pendengar	: 35 – 50 Tahun
Tingkat Sosial Ekonomi	: Menyeluruh
Gender	: Pria / Wanita
Pekerjaan	:Karyawan, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga
Tingkat Pendidikan	: SLTA keatas

b) Psikografi

Menyukai hiburan musik, terutama pada musik dangdut oldies. Ingin menggunakan radio sebagai sarana menjalin persahabatan lewat bertukar salam. Info yang disampaikan adalah Info seputaran perkembangan tehnologi, baik itu otomotif, gadget dan juga elektronika.

digilib.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.id

9) Tresno Budoyo Jowo

Target Segmentasi:

a) Demografi

Usia Pendengar	: 35 – 50 Tahun
Tingkat Sosial Ekonomi	: Menyeluruh
Gender	: Pria / Wanita
Pekerjaan	:Karyawan, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga
Tingkat Pendidikan	: SLTA keatas

b) Psikografi

Menyukai hiburan musik, terutama pada musik campursari yang pernah hits dan musik campursari yang terkini. Ingin menggunakan radio sebagai sarana menjalin persahabatan lewat bertukar salam. Info yang disampaikan adalah info mengenai sejarah, pewayangan dan khazanah budaya Jawa.

2. Deskripsi Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan yang sesuai dengan fokus penelitian sebagai sumber data penelitian yaitu pihak pihak yang ada di dalam radio Ronggohadi sendiri. Adapun deskripsi mengenai informan adalah sebagai berikut:

digilib.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.id

a. Nama : Drs. Ismed Jauhar

Usia : 47 tahun

Jenis Kelamin : Laki - laki

Jabatan : Direktur Utama radio Ronggohadi

Alasan dijadikannya informan karena memiliki peran penting dalam mengatur seluruh kegiatan yang berada di dalam radio Ronnggohadi, juga mengatur struktur organisasi yang berada di dalamnya.

b. Nama : Zainal Adnan

Usia : 37 tahun

Jenis kelamin : Laki - laki

Jabatan : Wakil Direktur radio Ronggohadi

Alasan dijadikannya sebagai informan karena sebagai penerus dari pesan utama yang berpengaruh juga pada seluruh kegiatan yang dilakukan radio Ronggohadi.

c. Nama : Andi Gendro Wardono S.E

Usia : 30 tahun

Jenis Kelamin : Laki laki

Jabatan : Kepala Studio Radio Ronggohadi

Alasan dijadikannya sebagai Informan karena memiliki peran penting dalam pengiriman dalam menggali tatanan yang ada dalam radio Ronggohadi.

digilib.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.id

d. Nama : Lilik Susilo S.E

Usia : 28 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Administrasi Radio Ronggohadi dan Prameswara

Alasan dijadikannya sebagai Informan karena memiliki peran penting dalam menggali tatanan yang ada dalam radio Ronggohadi terutama mengenai komunikasi pemasaran radio Ronggohadi.

e. Nama : Ali Mahrus, S.sos.

Usia : 24 Tahun

Jenis Kelamin : Laki - Laki

Jabatan : Musik Director dan Progamer radio Ronggohadi

Alasan dijadikannya informan karena memiliki peran penting dalam mengatur seluruh jalannya progam acara yang ada dalam radio Ronggohadi.

f. Nama : Nurul Hidayati

Usia : 25 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Marketing dan keuangan radio Ronggohadi

Alasan dijadikannya sebagai informan karena memiliki pengaruh besar dalam berjalannya bisnis siaran radio, yang bertugas untuk pencari

digilib.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.id

iklan dan pemegang peranan penting dalam berlangsungnya kemajuan radio Ronggohadi.

3. Deskripsi Obyek Penelitian

Komunikasi adalah proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antara organisasi dengan individu. komunikasi pemasaran memprentasikan gabungan semua unsur dalam bauran pemasaran merek, yang memfasilitasi terjadinya pertukaran dengan menciptakan suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggan atau kliennya.[53]

B. Deskripsi Data Penelitian

Setiap penelitian haruslah memiliki data yang konkrit dan mampu dipertanggung jawabkan. Sehingga data dalam penelitian diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data. Selain itu untuk mendapatkan hasil yang maksimal peneliti diharapkan memahami dan mampu menguaraikan fokus permasalahan yang di angkat dalam penelitiannya.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi mengenai strategi komunikasi pemasaran dan format siaran radio Ronggohadi untuk mempertahankan pendengar dewasa.

---

[53] Terence A. Shimp, Periklanan Promosi, (Jakarta, Erlangga: 2003), hal. 4

digilib.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.id

1. Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Ronggohadi untuk Mempertahankan Pendengar Dewasa

Agar proses pemasaran bisa terwujud dengan maksimal dan sesuai dengan harapan yang di inginkan, perusahaan atau radio harus mempersiapkan strategi yang terperinci dalam menawarkan produk atau progam yang dimilikinya dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain di era modern ini.

Sebelum menentukan strategi yang sesuai, stasiun penyiaran harus melakukan pengelompok segmentasi pasar dalam upaya untuk pemilihan produk atau progam yang bisa menarik minat konsumen (pendengar). Dimulai dengan peneliti memaparkan unsur - unsur pengelompokan segmentasi pendengar radio dengan upaya untuk mendapatkan pendengar sebanyak - banyaknya. Sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Ismed Jauhar, selaku Direktur utama radio Ronggohadi FM, mengungkapkan:

> Kamu bisa melihat hasil survey yang dilakukan radio Ronggohadi tiap tahunnya, memang sangat sulit dalam menarik minat pendengar kalau tanpa adanya pengelompokan segmentasi, kalau kita asal - asalan dalam membuat progam siaran tanpa melihat minat dan gaya hidup pendengar, maka progam itu tidak akan jalan, kalaupun jalan, tidak akan bisa melakukan pendekatan kepada pendengar secara penuh. Sedangkan dalam bisnis siaran kita harus mengetahui dulu keinginan para pendengar dek.
> Nah untuk mengetahui apa yang diinginkan pendengar, radio Ronggohadi melakukan Survey setiap tahun, dengan tujuan apakah progam-progam yang disajikan Ronggohadi sudah bisa memenuhi keinginan khalayak pendengar atau belum. Survey kita sendiri pada khususnya kita tujukan kepada masyarakat Lamongan dek,, kita sebelumnya kan bisa mengetahui gaya hidup masyarakat Lamongan sendiri,, sebenarnya banyak

digilib.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.id

> langkah kita dalam menentukan progam apa yang pas buat pendengar, tapi lebih enaknya kita melakukan pengelompokan segmentasi terlebih dahulu dek.[54]

Hal yang sama juga diucapkan oleh Bapak Andi Gendro Wardono selaku kepala studio radio Ronggohadi mengungkapkan:

> Untuk menentukan dan mengetahui selera pendengar terhadap progam - progam kita. Maka RHD tiap Tahun ada survey khalayak pendengar mas. Dari situ kita tahu keinginginan pendengar tentang progam apa yang di inginkan pendengar. Apakah progam yang sekarang jalan sudah sesuai dengan keinginan pendengar apa belum. Utuk progam on air RHD untuk sementara ini hanya sampling rexona. Dan menurutku lagu dangdut ini lebih cocok buat pendengar dewasa yang ada di kawasan lamongan mas, dimana melihat budaya mereka yang jika ada acara nikahan dan sunatan mereka lebih sering memutar lagu – lagu dangdut.[55]

Sedangkan dalam melakukan pengelompokan segmentasi pasar ada beberapa proses yang harus dilakukan, dan dalam segmentasi sendiri ada beberapa macam segmentasi, yaitu segmentasi, geografis, gedemografis, demografis, dan segmentasi psikografis.

> Ya rata- rata pendengar radio Ronggohadi kalangan sepuh semua mas, kultur atau budaya masyarakat Lamongan yang usia 25 tahun keatas itu pasti suka genre musik dangdut sama campursari, itu yang ingin kita sampaikan kependengar kita, bahwasannya untuk tahun 2012 ini Ronggohadi 70 % dikhususkan lagu dangdut." untuk tahun tahun sebelumnya masih ada musik pop tapi mulai tahun 2012 ini format musik lebih ke lagu lagu dangdut dan campursari. RHD juga ingin memberikan nuansa berbeda dibandingkan dengan radio - radio lain.[56]

---

[54] Hasil wawancara dengan Ismed Jauhar, selaku Direktur Utama radio Ronggohadi, tanggal 12 Juli 2012. Jam 10.00 WIB

[55] Hasil wawancara dengan Andi Gendro Wardono, selaku Kepala studio radio Ronggohadi, tanggal 28 Mei 2012, jam 15.24 WIB

[56] Hasil wawancara dengan Andi Gendro, selaku Kepala studio radio Ronggohadi, tanggal 29 Mei 2012, jam 10.00 WIB

digilib.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.id

Ya saat ini seluruh acara musik RHD ini di fokuskan pada pendengar dewasa mas, karena memang format musiknya kan seluruhnya lagu dangdut dan campursari, dimana bila ada acara karaoke tiap minggu ini banyak fans yang dating kesini dan rata – rata yang datang juga bapak – bapak yang menyukai lagu dangdut.[57]

Yang sering request lagu memang rata - rata kalangan dewasa, ibu – ibu rumah tangga lumayan banyak, pean bisa liyat difacebook, disitu banyak komentar dan request musik dan coba sampeyan juga dengerin radio ini, entar sampeayan juga tau siapa saja pendengar yang aktif mendengarkan radio ini. Dulu memang pendengar radio itu suka dengan suara penyiar tetapi saat ini radio harus pinter – pinter dalam menentukan format musik yang bisa menarik selera pendengar, nah radio ini memang saat ini dikhususkan untuk kalangan dewasa anta 25 tahun ke atas.[58]

Untuk acara Tresno Budoyo Jowo ditujukan bagi pendengar yang menyukai hiburan musik campursari dan ingin menjalin persahabatan lewat bertukar salam antara penyiar dan pendengar mas. Info yang disampaikan adalah info mengenai sejarah, pewayangan dan khazanah budaya Jawa. Sedangkan dalam acara "Kencan Muda" ditujukan bagi pendengar yang menyukai hiburan musik dangdut oldies. Info yang disampaikan adalah Info seputaran perkembangan tehnologi, baik itu otomotif, gadget dan juga elektronika. [59]

Disini Ronggohadi memilih usia 25 tahun keatas ya karena memang keadaan lingkungan masyarakat lamongan mas, banyak yang menyukai aliran musik dangdut dan campursari karena ya lagu itu seperti lagu kenangan bagi masyarakat lamongan, bagi para orang tua. Jika saya sedang siaran dan ada yang request via telefon, terkadang gaya bahasa saya dan pendengar pakek bahasa jawa halus atau tata kromo mas.[60]

---

[57] Hasil wawancara dengan Zainal Adenan, selaku Direktur radio Ronggohadi, tanggal 12 Mei 2012, jam 12.00 WIB

[58] Hasil wawancara dengan Nurul Hidayati, selaku Kepala Marketing dan Keuangan radio Ronggohadi, tanggal 29 Mei 2012, jam 11.15 WIB

[59] *Ibid*

[60] Hasil wawancara dengan Lilik Susilo, selaku Administrasi radio Ronggohadi, tanggal 29 Mei 2012, jam 12.30 WIB

digilib.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.id

Selain dengan melakukan pengelompokan segmentasi, radio Ronggohadi juga melakukan penentuan target pasar untuk menghindari para pesaing. Radio siaran rata - rata lebih menyajikan progam - progam acara yang targetnya adalah kalangan remaja. Disini radio Ronggohadi lebih memilih segmen kelompok kecil agar tidak terlalu menuntut banyak sumber daya. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Zainal Adenan selaku Wakil Direktur radio Ronggohadi.

> Pada dasarnya mas,, target progam siaran Ronggohadi itu lebih difokuskan pada pendengar dewasa, ya untuk mengikuti alur kebudayaan masyarakat Lamongan, memang untuk tahun sebelumnya progam siaran radio Ronggahadi masih ada target untuk para kaum muda tetapi itu sudah banyak yang diterapkan kebanyakan radio saat ini mas.
> Karena itu Ronggohadi lebih memilih penyajian progam acara dangdut dan campursari secara menyeluruh mass.. sekaligus untuk menghindari pesaing yang ada.[61]

Hal yang sama juga diucapkan oleh Bapak Ismed Jauhar selaku kepala Direktur utama radio Ronggohadi mengungkapkan:

> Pemilihan target pasar radio ini lebih pada segmentasi demografi dan psikografi masyarakat lamongan dek,,, artinya bahwa usia, pekerjaan, pendidikan atau gaya hidup masyarakat Lamongan itu sangat berbeda – beda tapi ada keunikannya dalam budaya mereka yaitu, dari kalangan tua, muda, rata – rata menyukai jenis musik yang sama dek, bisa anda liyat ketika ada acara nikahan, sunatan, atau yang lain,, mereka pasti rata – rata memutar jenis lagu dangdut, campur sari dan sejenisnya.
> Pada dasarnya tahapan yang dilakukan radio Ronggohadi dalam menentukan semuanya memiliki tahapan sendiri mas, pertama pelaksanaan segmentasi, kedua melakukan target pasar dan terakhir melakukan penetapan pasar mas, dalam

[61] Hasil wawancara dengan Zainal Adenan, selaku Direktur radio Ronggohadi, tanggal 12 Juli 2012, jam 12.00 WIB

digilib.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.id

> pemasaran kan biasanya disebut STP (*segmentasi, targeting, dan positioning).*[62]

Ibu Nurul Hidayati, selaku Marketing dan Keuangan radio Ronggohadi juga mengungkapkan:

> RHD punya alat yang sangat minim mas dalam melakukan kegiatan Off air diluar studio, untuk menyeimbangkannya agar tetap bisa menarik pendengar, dalam menunjukan isi progam – progamnya, hanya sebatas lewat radio streaming, facebook, website, dan nux radio, Tp jangkauan pemancarnya Lumayan jauh mas, sampai daerah pesisir Kabupaten Gresik, seperti Kecamatan Ujung Pangkah dan Sidayu, bisa nyampai ke daerah dataran tinggi juga seperti pacet, mojekerto sana mas dan itu yang menjadi kekuatan kita, pemancar RHD cukup tinggi dibanding radio Prameswara yang satu kantor dengan RHD. [63]

Setelah melakukan target pasar, radio Ronggohadi perlu melakukan penempatan produk dan progamnya (*positioning*), dengan tujuan untuk bisa mempromosikan progam – progamnya kepada para pendengar. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak zainal Adenan selaku Wakil Direktur radio Ronggohadi.

> Untuk kegiatan promosi progam RHD ya sekedar dengan melakukan pendekatan emosional kepada pendengar. Saat ada hajatan entah sunatan, kawinan atau apapun, pasti ada wakil penyiar yang datang. RHD sakniki hanya memerikan informasi ke pendengar melalui radio streaming , facebook, website, dan nux radio, untuk memudahkan pendengar mengakses progam On Air RHD juga mas. Tetapi jika ada acara di sini, kayak karaoke, banyak fans dari RHD yang dateng untuk ikut karaoke. Itu juga bisa menjadi jurus kita untuk menarik para pendengar.[64]

---

[62] Hasil wawancara dengan Ismed Jauhar, selaku Direktur Utama radio Ronggohadi, tanggal 12 Juli 2012. Jam 10.00 WIB

[63] Hasil wawancara dengan Nurul Hidayati, selaku Marketing dan Keuangan radio Ronggohadi, tanggal 28 Mei 2012, jam 15.26 WIB

[64] Hasil wawancara dengan Zzainal Adenan selaku Wakil Direktur radio Ronggohadi, tanggal 12 Juli 2012, jam 12.00 WIB

digilib.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.id

Hal yang sama juga di ungkapkan oleh Pak Zaenal Adenan selaku Direktur Radio Ronggohadi, mengungkapkan:

> Yo niku mas, facebook sama radio Streaming, banyak komentar dari pendengar kita pada beranda facebook Ronggohadi , juga banyak permintaan dari pendengar untuk memutar lagu, ada juga yang masih menyukai penyiarnya, pendengar juga bisa request lagu lewat facebook Ronggohadi mas. Melalui Facebook kita bisa melakukan pendekatan juga ke pendengar mas. Terkadang saya juga menghadiri acara kundangan yang kebetulan saya di undang oleh salah satu pendengar RHD, biasanya ya acara sunatan ato kawinan[65]
>
> Salah satu cara untuk mendapatkan iklan ya lewat data Back Up SMS yang diterima dari pendengar RHD, dengan menunjukan data tersebut tapi untuk. Tapi kendala bagi para pengiklan yaitu keyakinan dri pengiklan sendiri, terutama pengiklan nasional bahwasanya kalau di wilayah kabupaten ada radio, maka dia tidak akan memasang iklan radio yang ada di kecamatan. Dan sampai sekarang RHD terdaftarnya sebagai radio di kecamatan Babat.[66]
>
> Ya ngene, RHD milih musik dangdut iku yo karena memang wong - wong lamongan iki seneng ambek musik dangdut. Cah enom - enom lumayan akeh seng ngerungokno acara radio iki, tapi rata – rata yo seng ngerungokno ibu-ibu rumah tangga dan bapak-bapak seng seneng ambek musik campursari, tapi emang lagu dangdut akeh peminate, lha seng request kiro – kiro untuk bulan iki a ewes nyampai sekitar 2.631 pendengar, iso sampean delok lewat back up sms lek sampeyan gak percoyo. Jadwal penayangan progam yo disesuaikno ambek kegiatan seng dilakoni pendengar seng onok ndek kawasan Lamongan dan sekitarnya.[67]
>
> Radio Ronggohadi sakniki lebih membidik pendengar usia 25 tahun ke atas, karena penduduk Lamongan niku suka musik - musik dangdut kale campursari, ngge pendengar paling banyak niku para orang tua. Tujuan Ronggohadi sendiri juga untuk membedakan dengan radio prameswara yang satu grup dan

---

[65] *Ibid*

[66] Hasil wawancara dengan Ismed Jauhar, Direktur Utama, tanggal 28 Mei 2012, jam 11.28 WIB

[67] Hasil wawancara dengan Ali Mahrus, selaku Music Director radio Ronggohadi, tanggal 28 Mei 2012, jam 14.10 WIB

digilib.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.id

> juga satu kantor dengan Ronggohadi niki mas, dalam backup SMS radio Ronggohadi lebih banyak menerima SMS dari pendengar dibandingkan dengan radio Prameswara. Seperti Senandung musik dangdut di putar jam [68]

Begitu pula dengan mbak Lilik selaku bagian Administrasi radio Ronggohadi, mengungkapkan:

> Untuk komunitas pendengar radio Ronggohadi ada, mereka biasanya menggalang dana bantuan dalam rangka sosialisasi, dan kadang – kadang tiap minnggu pengemar datang kestudio ketika ada acara karaoke, untuk lebih jelasnya sampeyan Tanya pak andi aja, yang lebih paham dengan penelitian sampean. Sebenernya progam dan penyiar itu saling berkaitan karena dalam melakukan pendekatan ke pendengar. Penyiar punya peran penting dalam membawakan progam siaran, karena pendengar akan nyaman jika progam bisa terbawa dengan baik, penyiar dan pendengar punya timbal balik atau interaksi.[69]

Hasil wawancara mengenai strategi komunikasi pemasaran radio Ronggohadi di atas, diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti. Adapun paparannya adalah sebagai berikut:

a) Strategi komunikasi pemasaran, radio Ronggohadi melakukan survey terhadap pendengar pada setiap tahunnya.
b) Pendekatan yang dilakukan radio Ronggohadi kepada pendengarnya dilakukan secara emosional atau secara langsung, dengan menghadiri acara nikahan atau sunatan jika di undang oleh para pendengar mereka.

---

[68]Hasil wawancara dengan Nurul Hidayati, selaku Marketing dan Keuangan radio Ronggohadi, tanggal 28 Mei 2012, jam 16.45 WIB

[69]Hasil wawancara dengan Lilik Susilo, selaku Administrasi radio Ronggohadi, tanggal 28 Mei 2012, jam 16.00 WIB

digilib.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.id

c) Cara melakukan strategi juga disesuaikan dengan situasi, gaya hidup, dan apa yang disampaikan pada para pendengar masyarakat Lamongan.

d) Dalam melakukan siaran, penyiar saling memiliki rasa hormat dengan para pendengar yakni dengan menggunakan bahasa jawa halus namun situasi yang terjadi masih nyaman.

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa dalam menarik dan mempertahankan pendengar dewasa radio melakukan beberapa langkah dan strategi, tapi strategi yang paling di utamakan adalah melakukan strategi pemasaran STP (segmentasi, target pasar, dan *positioning*).

2. Penyusunan Progam Penyiaran Radio Ronggohadi FM dalam Menarik Selera Pendengar Dewasa

Departemen progam dan manajer progam stasiun penyiaran memiliki kedudukan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan stasiun penyiaran. Sedangkan dalam keberhasilan media penyiaran bergantung pada bagaimana kualitas orang – orang yang bekerja pada bidang tersebut. Dan untuk mengelola suatu media penyiaran memberikan tantangan yang tidak mudah bagi pengelolanya dalam upaya untuk memenuhi kepentingan pemilik dan kepentingan masyarakat. Seperti halnya yang terjadi pada radio Ronggohadi dalam pembuatan progam

digilib.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.id

siaran melakukan langkah – langkah awal untuk mencapai keberhasilan, yang pertama adalah pembuatan perencanaan.

Seperti halnya yang diungkapkan oleh Direktur utama radio Ronggohadi sebagai berikut:

> Ya dalam memilih progam kita melakukan rapat bersama, dengan panduan hasil – hasil survey yang sudah kita lakukan selama ini,,, kemudian kita membuat skema.. menampung seluruh pendapat yang dikemukakan para pekerja disisni, baik dari kepala stasiun radio sampai pada penyiar – penyiar kita. Saya membantu proses dalam kebutuhan yang diperlukan radio Ronggohadi ini.[70]

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Zainal Adenan, selaku Wakil Direktur radio Ronggohadi:

> Kalau saya sendiri bertugas untuk memberikan pengarahan dan menyampaikan pesan – pesan yang saya terima dari Pak Jauhar kepada Bu Nurul, selanjutnya ibu Nurul bekersama dengan bagian progam yaitu mas Ali dalam menentukan progam yang cocok untuk selera pendengar kita. Tapi pada dasarnya dalam perencanaan pembuatan progam kita melakukannya secara bersama – sama.. yang terpenting radio ini bisa jalan dengan sebaik mungkin dan memberikan kenyamanan bagi pendengar kita.[71]

> Tugas saya ngge untuk mencari pengiklan mas, dalam mendapatkan pengiklan kita harus memiliki sesuatu yang menarik bagi pengiklan itu sendiri mas. Nah untuk itu mas dalam pembuatan progam kita harus bisa melakukan produksi sebaik mungkin, bisa member kesenangan bagi pendengar kita mas,, langkah produksi progam kita ya melihat kemampuan kita sendiri dan gaya hidup yang dimiliki masyarakat Lamongan.[72]

---

[70] Hasil wawancara dengan Ismed Jauhar, selaku Direktur Utama radio Ronggohadi, tanggal 12 Juli 2012, jam 11.00 WIB

[71] Hasil wawancara dengan Zainal Adenan, selaku Wakil Direktur radio Ronggohadi, tanggal 12 Juli 2012, jam 13.00 WIB

[72] Hail Wawancara dengan Nurul Hidayati, selaku Marketing dan Keuangan radio Ronggohadi, tanggal 13 Juli 2012, jam 16.00 WIB

digilib.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.id

Selain melakukan penyusunan struktur progam yang sesuai dengan target audien, Ronggohadi juga melakukan produksi atau membuat progam. Seperti yang di ungkapkan oleh Musik Director radio Ronggohadi, sebagai berikut:

> Lek gawe progam pastine seluruh orang – orang seng onok ndek radio ini memiliki tanggung jawab bersama, sebelum gawe progam ide – ide dari seluruh pendapat orang seng ndek kene, kita kumpulno trus memilih yang terbaik, suara terbanyak lah,,, sumber yang kita miliki dalam produksi progam acara, pertama harus ndelok data survey, kedua backup sms.
> Yo semua orang gotong royong, saling membantu lek onok acara, misalno lek aq gag paham yo biasanya dibantu pak andi juga para penyiar, disini penyiar nduwe peran penting dalam produksi progam. [73]
>
> Ngge mas, meski saya juga sebagai administrasi, saya juga ikut dalam proses produksi progam, semua yang disini terlibat mas, dalam perencanaan, pembuatan, pelaksanaan, trus progam progam yang sekiranya belum bisa menarik pendengar kita melakukan evaluasi lebih lanjut mas.[74]

Selanjutnya setelah produksi atau pembuatan progam radio Ronggohadi melaksanakan eksekusi atau penayangan progam, seperti halnya yang di ungkapkan oleh bagian musik director radio Ronggohadi, sebagai berikut:

> Sak durunge penayangan progam, kudu iso ndelok kegiatan masyarakat ato pendengar ndisek, opo lek progam iki dig awe penanyangan jam sak mene, opo iso gawe greget semua pendengar.
> Semua iku kan iso didelok teko gaya hidupe wong – wong Lamongan, contohe pas onok acara nikahan, pastine kan nyetel musik lagu dangdut ta campursari, jenis pekerjaan rata rata

[73] Hasil wawancara dengan Ali Mahrus, selaku Musik Director radio Ronggohadi, tanggal 13 juli 2012, jam 15.00 WIB

[74] Hasil wawancara dengan Lilik Susilo, selaku Administrasi radio Ronggohadi, tanggal 13 juli 2012, jam 15.30

digilib.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.id

> wong Lamongan kan petani.. lek isuk isuk dikasih lagu dangdut lak wes mantep, gawe penyemangat petani.[75]

Hal yang sama juga di ungkapkan oleh Bapak Andi Gendro Wardono, selaku Kepala Studio radio Ronggohadi.

> Dalam melakukan penanyangan progam itu sangat penting mas, karena penyajian progam yang kita suguhkan kepada pendengar niku harus bisa mempengaruhi pendengar kita sendiri dan dalam penyampaiannya, penyiarlah yang berperan aktif dalam melakukan pendekatan kepada pendengar – pendengar radio Ronggohadi mas.
> Proses penanyangan progam ngge kita sesuaikan dengan hasil survey kita, kita melihat dari gaya hidup masyarakat Lamongan, pekerjaan mereka apa, kehidupan keseharian mereka kayak apa dan bagaimana aktivitas mereka. Bila pagi hari rata – rata kan masyrakat Lamongan petani dan tambak, maka progam kita harus menyesuaikan dengan para pendengar.[76]

Terakhir dalam seluruh management strategis progam penyiaran yang dilakukan radio Ronggohadi, yakni dalam melakukan pengawasan dan evaluasi progam siaran. Seperti yang di ungkapkan oleh Direktur utama radio Ronggohadi, sebagai berikut:

> Proses evaluasi kita lakukan setiap bulannya, karena itu memang harus kita lakukan, unuk mengetahui perkembangan pendengar kita, tambah naik atau malah menurun, dan ditahun 2012 saat ini, progam-progam kita mendapat rating yang tinggi dari pendengar, diperoleh dari data Back Up SMS radio Ronggohadi,, progam siaran antara jam 18.00 sampai jam 20.00 yang memiliki pendengar lebih banyak.[77]
>
> Jika proses evaluasi progam belum bisa mencapai target, kita melakukan pengenalan lagi tehadap hambatan yang terjadi dan

---

[75] Hasil wawancara dengan Ali Mahrus, selaku Music Director radio Ronggohadi, Tanggal 13 Juli 2012, jam 15.00 WIB

[76] Hasil wawancara dengan Andi Gendro Wardono, selaku Kepala studio radio Ronggohadi, tanggal 13, jam 17.00 WIB

[77] Hasil wawancara densgan Ismed Jauhar, selaku Direktur utama radio Ronggohadi, tanggal 12 juli 2012, jam 10.00 WIB

digilib.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.id

> memberikan pengarahan untuk dilakukan diskusi kembali agar mendapatkan solusi mas.
> Hasil diskusi ntar bisa berupa rencana revisi jadwal penayangan atau melakukan langkah baru untuk mencapai target pendengar yang di inginkan.[78]

Pemaparan mengenai proses manajemen strategis progam penyiaran ini juga diperkuat dengan hasil observasi seperti di bawah ini:

a) Ronggohadi mengadakan acara *off air* yaitu karaoke dalam melakukan pendekatan kepada para pendengar.
b) Director Progam selalu mengawasi isi progam untuk menyesuaikan keinginan para pendengar.
c) Direktur utama ikut melakukan pengawasan dan pembiyaan dalam kelancaran progam siaran.

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa strategi yang dipilih radio Ronggohadi sebelum melakukan proses penyiarannya mereka melakukan perencanaan progam, produksi progam. eksekusi progam, pengawasan dan evaluasi progam sedangkan dalam menarik selera pendengar, radio Ronggohadi sering mengadakan acara karaoke bersama dengan para penggemarnya.

[78] Hasil wawancara dengan Zainal Adenan, selaku Wakil Direktur radio Ronggohadi, tanggal 12 juli 2012, jam 12.00

digilib.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.id