

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Setting Penelitian

1. Profil Radio Komunitas Awang-Awang

Radio komunitas Awang-Awang pertama kali mengudara pada tanggal 28 Agustus 2000 di desa Kali Sampurno Tanggulangin Sidoarjo, RAKOM Awang-Awang merupakan wadah untuk menyalurkan hobi dan kreatifitas, terbukti dengan antusiasme yang tinggi dari masyarakat yang senantiasa membutuhkan hiburan dan informasi dari aspek social dan ekonomi telah terakomodasi oleh keberadaan RAKOM.

Dengan keberadaan Rakom Awang-Awang yang dianggap sebagai sarana hiburan yang bersifat murah dan sederhana sehingga bisa menjadi alternatif dalam menyampaikan inspirasi yang bisa membawa kemajuan bagi masyarakat Tanggulangin pada umumnya, maka sejak tanggal 27 Oktober 2008 terbentuklah PRKA sebagai payung Radio Komunitas Awang-Awang.

Berdirinya Rakom Awang-Awang digagas oleh beberapa orang

Antara lain:

- a. Bpk Cukup Ajuari
- b. Bpk Rokhmat Hidayat
- c. Bpk Yusuf Setiawan
- d. Bpk Sunarko

- e. Bpk Kusnan
- f. Bpk H.Nuryono

Adapun maksud didirikannya Rakom Awang-Awang Antara lain :

- a. Menyampaikan pemberitaan kepada masyarakat di segala bidang
- b. Memberikan pencerahan rohani melalui program siaran keagamaan
- c. Mencerdaskan generasi bangsa melalui program yang mendidik
- d. Memberikan hiburan dan informasi kepada komunitas pendengar dan wilayah sekitar

Dalam mempersiapkan dan melaksanakan rencana kerja Rakom Awang-Awang terbagi dan terbentuk dalam tiga (3) tahap sebagai berikut :

- a. Tahap I memerlukan target waktu selama dua tahun
- b. Tahap II memerlukan target waktu selama dua tahun
- c. Tahap III memerlukan target waktu selama satu tahun

Adapun uraian kerja 5 tahun sebagai berikut :

- a. Tahap satu : tahun pertama dan kedua :
 - 1. Mengoptimalkan dana dari donatur tetap sebagai biaya operational
 - 2. Menggali dana dari donator lain yang juga berasal dari anggota atau komunitasnya

3. Menciptakan ILM yang bertujuan mempromosikan keberadaan dan pengenalan usaha serta fungsi radio sebagai media informasi

b. Tahap dua : tahun ketiga dan keempat :

1. Melaksanakan penyiaran ILM dengan talk show yang memberi manfaat pada pendengar / komunitasnya dibidang usaha
2. penyelenggaraan acara off air dalam rangka membentuk kerja sama dengan pihak – pihak lain
3. Menyelenggarakan acara off air dalam waktu yang terjadwal rutin sebagai acara radio yang bertujuan menarik minat produsen untuk mempromosikan produknya

c. Tahap tiga : Tahun kelima

1. melebarkan sayap usaha PRKA dalam rangka melengkapi kebutuhan pendengar sekaligus menyerap aspirasi pendengar serta untuk
2. menggalang dana dalam bentuk pagelaran seni
3. Memprogram acara talk show dengan sponsor untuk memperkenalkan produk
4. Memaksimalkan ILM yang telah bekerja sama sebagai patner tetap dalam bentuk kontrak siar

Adapun visi & misi Rakom Awang-Awang adalah :

Visi :

Mencerdaskan bangsa melalui program / acara yang mendidik dan inovatif

Misi :

Menggali potensi generasi muda di bidang kepenyiaran radio / media elektronik

Menyampaikan informasi positif dan mendidik baik dari instansi pemerintah ataupun dari sumber – sumber pemberitaan lainnya

2. Legalitas Perkumpulan Rakom Awang-Awang

PRKA didirikan pada tanggal 28 Agustus 2000 dan menjadi perkumpulan berbadan hukum tanggal 27 Oktober 2008 . dimana prka didirikan atas prakarsa dan pengurus dengan modal awal secara keseluruhan dalam penyelenggaraan siaran rakom awang-awang dan pengadaan alat penting yang di peroleh dari iuran para pendiri dan pengurus prka serta dukungan modal dari crew rakom awang-awang yang eksis pada saat itu.

PRKA berkomitmen bahwa setiap modal untuk penyelenggaraan penyiaran rakom awang-awang yang diperoleh melalui iuran maupun bantuan tidak bersifat mengikat, jadi prka ini akan menjadi hak atau pemilik seluruh pendiri, pengurus, dan crew rakom awang-awang yang eksis dan berkompeten di prka.

Dengan demikian menjadi jelas jika seorang pendiri, pengurus dan crew yang menyatakan keluar dari prka atau meninggal dunia maka secara otomatis akan hilang hak kepemilikannya terhadap rakom awang-awang.

Nama-nama pendiri dan pengurus serta crew rakom awang-awang :

a. pendiri :

1. Rokhmat Hidayat
2. Yusuf Setiawan
3. Cukup Ajuari
4. Kusnan
5. Sunarto
6. H. Nuryono

b. Pengurus dan crew radio :

1. Sumadi
2. Etik soliha
3. Bambang
4. Yanti
5. Sutikno
6. Purwati

3. Segmentasi target pendengar

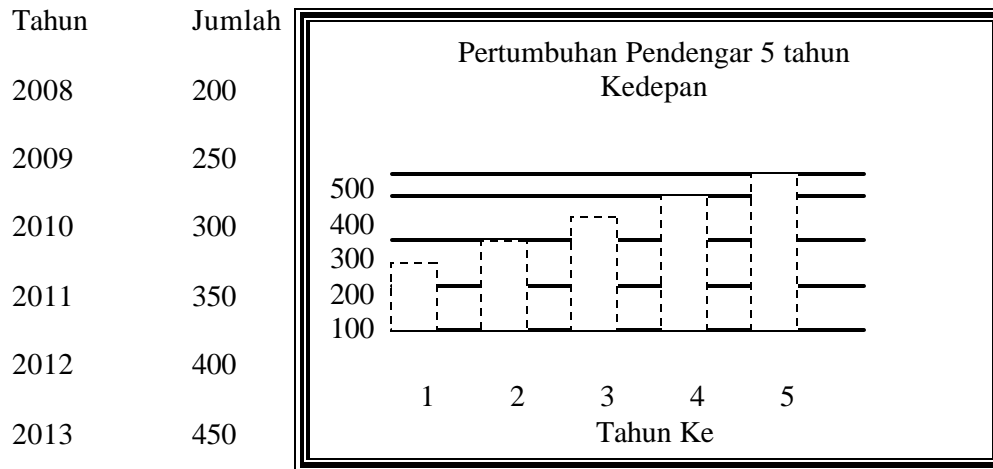
Radio komunitas awang-awang adalah jasa penyiaran komunitas yang didirikan oleh segenap anggota PRKA. Jadi secara umum yang sasaran utama adalah seluruh anggota perkumpulan awang-awang fans club khususnya, dan pada umumnya adalah anggota komunitas dari sudut

sosialnya 70% kebanyakan dari kalangan menengah kebawah sementara 30% anggota komunitas awang-awang yang berwirausaha sebagai, pedagang, pengrajin tas, dan koper.

Secara mutlak segmentasi yang di incar radio komunitas awang-awang adalah kalangan pelaku usaha kecil dan mikro yang memerlukan bantuan pengembanga dalam bentuk promosi dan juga memberikan informasi mengenai cara-cara pengembangan usaha dan cara mendapatkan modal melalui program ukm.

Untuk penyelenggaraan rakom awang-awang diharapkan bisa menjalin pendengar yang aktif dan aspiratif serta kritis dalam segala hal, terutama yang bisa meningkatkan mutu penyiaran rakom awang-awang. Dengan adanya rakom ini bisa meningkatkan dan memberdayakan usaha yang berkembang di komunitasnya yang mana dengan adanya radio sebagai media promosi yang bisa membantu mengenalkan hasil produk dan peningkatan kemajuan usaha.

Pertumbuhan pendengar Rakom Awang-Awang



4. Format siaran rakom awang-awang.

Penyelenggaraan penyiaran di rakom awang-awang terbagi dalam dua segmen :

a. Hiburan atau Musik :

1. Berdurasi 2-2,5 jam
2. Dalam 1 hari terdiri dari 9 program musik yang mana tiap program acara dipandu dengan seorang penyiar kecuali hiburan musik lepas pada jam 03.00-05.00 tanpa penyiar.
3. Dalam setiap segmen hiburan dan musik disisikan ilm dan informasi setiap 30 menit sekali.

b. acara religi :

1. Durasi $\frac{1}{2}$ jam pada pukul 05.00 – 05.30 di isi dengan bacaan al qur an (rekaman).

2. Durasi 1 jam pada pukul 17.00 – 18.00 di isi dengan pengajian dan adzan maghrib (rekaman) kecuali pada saat bulan ramadhan dan acara religi tanpa disisipi ILM.

Adapun penggolongan dan prosentasi materi siaran :

a. Acara Hiburan musik :

1. pop Indonesia disisipi ilm dan informasi : 20%
2. pop kenangan disisipi ilm dan informasi : 15%
3. dangdut hits disisipi ilm dan informasi : 10%
4. koplo disisipi ilm dan informasi : 20%
5. campur sari disisipi ilm dan informasi : 15%
6. barat disisipi ilm dan informasi : 5%

b. Acara Religi :

1. bacaan al qur an : 5%
2. pengajian : 10%

Jadwal Program Siaran dan Pola Acara Dalam Satu Minggu

NO	HARI	JAM	ACARA	KET
1.	Senin	05.00-05.30	Siraman Rohani	
		05.30-07.30	Tembang kenangan	
		07.30-09.30	Dangdut Hits	
		09.30-12.00	Koplo	
		12.00-14.30	Campur Sari	
		14.30-17.00	Pop Hits	
		17.00-18.00	Penyejuk Iman	

		18.00-20.00	Koplo	
		20.00-22.00	Pop Hits	
		22.00-24.00	Dangdut Disco	
		24.00-03.00	Campur-Campur	
		03.00-05.00	Ful Musik	
2.	Selasa	05.00-05.30	Siraman Rohani	
		05.30-07.30	Tembang kenangan	
		07.30-09.30	Dangdut Hits	
		09.30-12.00	Koplo	
		12.00-14.30	Campur Sari	
		14.30-17.00	Pop Hits	
		17.00-18.00	Penyejuk Iman	
		18.00-20.00	Koplo	
		20.00-22.00	Pop Hits	
		22.00-24.00	Dangdut Disco	
		24.00-03.00	Campur-Campur	
		03.00-05.00	Ful Musik	
3.	Rabu	05.00-05.30	Siraman Rohani	
		05.30-07.30	Tembang kenangan	
		07.30-09.30	Dangdut Hits	
		09.30-12.00	Koplo	
		12.00-14.30	Campur Sari	

		14.30-17.00	Pop Hits	
		17.00-18.00	Penyejuk Iman	
		18.00-20.00	Koplo	
		20.00-22.00	Pop Hits	
		22.00-24.00	Dangdut Disco	
		24.00-03.00	Campur-Campur	
		03.00-05.00	Ful Musik	
4.	Kamis	05.00-05.30	Siraman Rohani	
		05.30-07.30	Tembang kenangan	
		07.30-09.30	Dangdut Hits	
		09.30-12.00	Koplo	
		12.00-14.30	Campur Sari	
		14.30-17.00	Pop Hits	
		17.00-18.00	Penyejuk Iman	
		18.00-20.00	Koplo	
		20.00-22.00	Pop Hits	
		22.00-24.00	Dangdut Disco	
		24.00-03.00	Campur-Campur	
		03.00-05.00	Ful Musik	
5.	Jum'at	05.00-05.30	Siraman Rohani	
		05.30-07.30	Tembang kenangan	
		07.30-09.30	Dangdut Hits	

		09.30-12.00	Ayat-Ayat Suci Al-Quran	
		12.00-14.30	Campur Sari	
		14.30-17.00	Pop Hits	
		17.00-18.00	Penyejuk Iman	
		18.00-20.00	Koplo	
		20.00-22.00	Pop Hits	
		22.00-24.00	Dangdut Disco	
		24.00-03.00	Campur-Campur	
		03.00-05.00	Ful Musik	
6.	Sabtu	05.00-05.30	Siraman Rohani	
		05.30-07.30	Tembang kenangan	
		07.30-09.30	Dangdut Hits	
		09.30-12.00	Koplo	
		12.00-14.30	Campur Sari	
		14.30-17.00	Pop Hits	
		17.00-18.00	Penyejuk Iman	
		18.00-20.00	Koplo	
		20.00-22.00	Pop Hits	
		22.00-24.00	Dangdut Disco	
		24.00-03.00	Campur-Campur	
		03.00-05.00	Ful Musik	
7.	Minggu	05.00-05.30	Siraman Rohani	

		05.30-07.30	Tembang kenangan	
		07.30-09.30	Dangdut Hits	
		09.30-12.00	Koplo	
		12.00-14.30	Campur Sari	
		14.30-17.00	Pop Hits	
		17.00-18.00	Penyejuk Iman	
		18.00-20.00	Koplo	
		20.00-22.00	Pop Hits	
		22.00-24.00	Dangdut Disco	
		24.00-03.00	Campur-Campur	
		03.00-05.00	Ful Musik	

Uraian acara :

1. Siraman rohani meliputi ceramah keagamaan juga bacaan ayat ayat suci alquran diputar secara bergantian dalam satu minggu
2. Tembang kenangan menyiarkan lagu lagu yang di request seputar lagu pop kenagan tempo dulu
2. Dangdut hits meliputi lagu lagu dangdut tempo dulu hingga lagu dangdut yang sedang hits.
3. Koplo menyiarkan lagu lagu koplo secara menyeluruh baik lagu lama maupun lagu lagu terbaru dengan iringan musik koplo.

4. campur sari meliputi lagu lagu daerah baik jawa maupun sunda yang kebanyakan pop pop campur sari juga langen langen jawa / gambyongan.
5. pop hits meliputi lagu-lagu pop kawula muda yang sedang hits.
6. dangdut disco meliputi lagu-lagu dangdut masa kini .
7. campur campur menyiarkan request dari pendengar baik lagu dangdut maupun campur sari.
8. full musik.
9. talk show umum : memberi wadah bagi mitra kerja produsen menawarkan produk secara langsung
10. talk show children : memberi wadah kepada anak-anak TK khususnya ataupun berpuisi dan bermusik.
11. penyejuk iman tenggang waktu menjelang maghrib diisi dengan ceramah keagamaan, mengumandangkan adzan maghrib dan dilanjutkan dengan bacaan al-qur'an.
12. karaoke : memberi wadah kepada fans untuk berkumpul dan bernyanyi secara live.
13. karaoke live : menerima siaran langsung berupa karaoke lewat telpon dari pendengar
14. hiburan malam : siaran ulang off air baik hiburan wayang atau orkes dan jumpa fans.

15. ulasan berita mengupas berita yang sedang hangat dimedia cetak juga elektronik.

Adapun Sumber materi acara siaran rakom awang-awang saat ini berasal dari berbagai media antara lain : berita surat kabar, majalh, televisi, ataupun kejadian / peristiwa yang terjadi disekitar dan juga berasal dari acara yang digelar secara langsung oleh fans club Awang-Awang, ataupun acara yang diadakaan di studio Rakom awang-awang(in house production)

Rakom Awang-Awang saat ini mengudara di Frekuensi 92.00 MHz. akan tetapi PRKA mengusulkan frekuensi 107.8 MHz. sebagai channel penyelenggaraan siaran Rakom Awang-Awang.

Table 4.1

Program Siaran Rakom Awang-Awang

1	Format siaran	Musik	
2	Presentase materi siaran local dan Asing	d. local e. Asing	90% 10%
3	Sumber materi acara siaran	a.inhouse production b.akuisis c.kerjasama	20% 80% 0%
4	Waktu siaran setiap hari	a.pada hari kerja b.pada hari libur	Pukul 05.00-03.00 Pukul 05.00-03.00
5	Penggolongan dan presentase mata acara siaran	a. Berita b. penerangan informasi c. pendidikan dan kebudayaan d. agama	5% 15% 25% 15%

		e. olahraga f. hiburan dan musik g. iklan h. acara penunjang/layanan masyarakat	0% 50% 20% 10%
6	Persentase siaran musik	a. Indonesia populer b. Dangdut c. Barat d. Tradisional e. Keroncong f. Musik lainnya	20% 25% 5% 10% 0% 40%
7	Khalayak sasaran	a. Kelompok usia : Di bawah 15 thn 15 s/d 19 thn 20 s/d 24 thn 25 s/d 29 thn 30 s/d 34 thn 35 s/d 39 thn 40 s/d 50 thn Diatas 50 thn b. Jenis kelamin : Pria Wanita c. Pekerjaan : PNS/TNI/Polri Pegawai Swasta Wiraswasta Pensiunan Pelajar Mahasiswa	0% 5% 10% 10% 10% 30% 20% 5% 60 % 40% 10% 10% 30% 5% 5% 10%

		Ibu rumah tangga	15%
		Lainya	10%
		Tidak bekerja	5%

Dalam upaya operasional radio, maka pihak pengelola Rakom Awang-Awang membuat susunan kepengurusan Radio, hal tersebut dilakukan agar tercipta Susana kerja yang professional dan menghindari adanya tumpang tindih dalm melaksanakan tugas yang telah dibagikan kepada masing-masing crew yang ada di Rakom Awang-Awang FM ¹

Uraian kerja :

1. Pertanggung jawab : Rokhmat Hidayat
 - a. Bertanggung jawab atas ketenaga kerjaan dan pegawai rakom Awang-Awang FM
 - b. Mengatur segala sesuatu tentang tata usaha Rakom Awang-Awang FM
 - c. Bertanggung jawab atas keseluruhan manajemen Rakom Awang-Awang
2. Ketua : Cukup Ajuari
 - a. Memberikan arah atau tujuan dari perencanaan program radio
 - b. Mengimpertasi visi dan misi dari rakom Awang-Awang
 - c. Bertanggung jawab atas keseluruhan penyiaran di Rakom Awang-Awang
3. Programer : Taufik Amin

¹ Arsip Rakom Awang-Awang FM

- a. Melakukan pengeditan bahan bahan yang didapat untuk siaran
 - b. Mendistribusi logistic yang berkenaan dengan bahan siar
 - c. Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berkenaan dengan bahan siaran
4. Keuangan : Etik Solikah
- a. Bertanggung jawab atas keuangan dan perbendaharaan Rakom Awang-Awang
 - b. Bertanggung jawab atas logistic yang dibutuhkan rakom
 - c. Mengkoordinir iuran dan keuangan dari fans
5. Koord Penyiar: Sunarko
- a. Bertanggung jawab atas isi siaran beserta bahan penyiaran Rakom kepada ketua
 - b. Mengkoordinir para penyiar awang-Awang FM
 - c. Mencari, menyaring bahan siaran
6. koord Teknis : Abd.Rochman
- a. Bertanggung jawab atas perawatan dan peralatan dari rakom
 - b. Memantau kinerja peralatan Rakom Awang-Awang
7. Humas / PR : Yusuf Setiawan
- a. bersosialisasi dengan pendengar
 - b. menggalang kerja sama dengan pihak pihak eksternal yang berkaitan
 - c. membina hubungan dengan mitra kerja Rakom

Penjelasan SDM Pengurus Rakom Awang-Awang

1. Pertanggung jawab : Rokhmat Hidayat
 - a. Wira usaha barang-barang elektronik
 - b. Menerima jasa servise elektronik
 - c. Wira usaha rental musik
2. Ketua : Cukup Ajuari
 - a. Karyawan biro perjalanan Tours and Travel
 - b. Wira usaha tas dan koper
 - c. Anggota BPD desa Kali Sampurno
 - d. Pimpinan Ranting Partai Amanat Nasional
3. Programer : Taufik Amin
 - a. Membuka kursus computer
 - b. Membuka kursus musik
4. Keuangan : Etik Solikah
 - a. Wira usaha jahit
 - b. Ketua Koordinator PKK
5. Koord Penyiar : Sunarko
 - a. Wira usaha tas dan koper
 - b. Ketua RT
 - c. Anggota LPMD Kalisampurno
6. koord Teknis : Abd.Rochman
 - a. Wira usaha jasa servise elektronik

7. Humas / PR : Yusuf Setiawan

- a. Pengajar Jurnalis dan Reportase
- b. Pengrajin tas

5. Keunggulan dan daya saing

Rakom awang-awang dibandingkan dengan rakom yang lain banyakl mempunyai keunggulan yang meliputi :

- a. jam siaran nonstop sehingga memungkinkan lebih banyak pendengar
- b. banyaknya program yang digelar dan di dukung oleh banyak penyiar
- c. jangkauan lebih luas dan merata
- d. pendengar sebagian besar kalangan tua sehingga mudah dalam penggalangan dana untuk operational radio
- e. terorganisirnya pendengar rakom Awang-Awang melalui organisasi fans club awang-awang sehingga semakin erat rasa persaudaraanya.
- f. didukung oleh pendengar yang solid dan banyak kesamaan hobi,pandangan terhadap pentingnya keberadaan rakom awang-awang.

Analisis SWOT Radio Awang-Awang FM

Keterangan	Strengths (Kekuatan)	Weakness (kelemahan)	Opportunies (peluang)	Treathe (ancaman)
1.Aspek badan usaha	Banyak dukungan dari	Agak sulit mengambil	Bisa mengembangk	Adanya perselisihan

	pendengar karena bentuk perkumpulan	keputusan karena tertung kepad orang banyak	an usaha karena didukung oleh banyak orang	pendapat dikarenakan pemikiran yang tidak sama atau tidak cocok
2.aspek program	Hampir seluruh program disukai pendengar karena setiap acara sesuai dengan kebutuhan pendengar	Segmen pendengar yang ingin mencari dunia informasi terbaru, dari perkembangan berita dunia terkini, kurang bisa didapat karena program informasi prosentasinya kecil dibandingkan program hiburan	Bisa menjangirg banyak pendengar karena program yang disuguhkan sesuai dengan kebutuhan pendengar, baik kalangan usia remaja, muda dan tua	Karena adanya keterbatasan waktu dan seringnya pergantian penyiar dikarenakan honor yang minim
3.Aspek Teknis	Personil yang menangani adalah orang yang mengerti	Minimnya modal untuk membeli peralatan dan	Lebih mendapatkan pengalaman dibidangnya	Mahalnya alat-alat atau suku cadang pemancar

	dibidangnya	memperbaiki kerusakan pemancar radio		radio
4.Aspek Keuangan	Karena merupakan bentuk radio komunitas sehingga banyak partisip[asi dari fans atau pendengar	Sedikitnya dan murah nya pemasangan iklan dikarenakan keterbatasan jarak jangkauan radio komunitas	Karena sepin ya usaha di masyarakat tanggul angin dikarenakan dampak Lumpur lapindo	Kurangnya potensi pendengar dalam keikut sertaan dalam pendanaan operasional
5.Aspek Manajemen	Kepengurusan yang berpengalama n di bidang organisasi	Kurangnya SDM dikrenakan pendidikan yang relative rendah	Mempunyai rasa kebersamaan yang tinggi dan loyalitas dengan adanya PRKA	Kurangnya SDM pengganti untuk meneruskan kepemimpina n radio PRKA

B. Penyajian Data

Di banyak Negara Demokratis, media penyiaran komunitas telah diakui dalam kebijakan media nasional. Bahkan secara umum Negara dan swasta justru mendukung keberadaan media penyiaran komunitas melalui alokasi frekuensi dan donasi dana yang tidak mengikat, dalam konteks makro, media penyiaran komunitas juga banyak digunakan untuk

menguatkan ikatan kelompok entitas tertentu, selain sebagai penyedia berita dan informasi komunitas.

Komunitas oleh banyak pihak dilihat sebagai *Relatively limited geographical region* yang bisa meliputi lingkungan, desa dan kota. Radio komunitas merefleksikan, mewakili dan meliputi anggota – anggota komunitas untuk memberi suara mereka yang tak dapat bersuara yaitu kelompok kelompok yang populasinya terlalu kecil dari pusat kota.

Dalam konteks penyiaran komunitas terdapat strategi yang dimiliki oleh pengelola radio untuk meningkatkan serta mempertahankan pendengar dan keberadaannya di lingkungan masyarakat sebagai media audio yang kurang diminati.

Seorang Humas atau PR dalam setiap organisasi memiliki rencana strategis untuk mempertahankan keberadaan organisasi yang di gelutinya di lingkungan masyarakat baik dari upaya yang di berikan untuk memenuhi kebutuhan khalayak.

Hal ini di ungkapkan oleh bapak Rokhmat Hidayat selaku direktur di radio Awang-Awang FM :²

“ ya kalau upaya humas / PR di Rakom Awang-Awang saat ini untuk memenuhi selera masyarakat yang banyak itu kan harus tau keinginan mereka sehari-hari baik dari musik yng 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

² Wawancara dengan Bpk Rokhmat Hidayat , 6 Juni 2010 pk1 14.00

Sama halnya yang di tuturkan oleh bapak Yusuf Setiawan selaku Humas di radio awang-awang FM :³

“ kalau upaya kita untuk mempertahankan pendengar yang ada,khususnya yang aktif kita biasanya mengajak pendengar untuk ikut serta dalam siaran contohnya, siaran on air jadi pendengar bisa merequest lagu yang diinginkan pada saat itu,setiap satu minggu sekali kita juga mengadakan karaoke live di radio hari minggu jam 13.00 mas tapi biasanya seng karaoke iku fans-fans Rakom Awang-Awang.kalau buat pendengar yang gak aktif kita agak kangelan mas soalnya kan kita ndak tau kemauan mereka apalagi kan stasiun radio itu sangat banyak bukan hanya Rakom Awang-Awang saja.”

Dalam penyiaran yang akan disuguhkan untuk khalayak pengelola radio harus mengetahui serta da pat mengkombinasikan program - program dan informasi yang akan disajikan seperti halnya yang di ungkapkan oleh bpk Yusuf Setiawan :⁴

“ 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 “

Sementara itu bapak Rokhmat Hidayat menambahi :⁵

“Program yang kita miliki saat ini lebih banyak dangdutnya karena pendengar radio Awang -Awang kan masih di lingkungan pedesaan belum begitu tau lagu lagu pop atau barat dan pendengarnya kan lebih banyak

³ Wawancara dengan Bpk Yusuf Setiawan , 6 Juni 2010 pkl 16.00

⁴ Wawancara dengan Bpk Yusuf Setiawan , 13 Juni 2010

⁵ Wawancara dengan Bpk Rokhmat Hidayat , 13 Juni 2010

orang tua dari pada anak muda jadi kita memperhatikan selera mereka dari lagu yang sering di minta ketika on air.”

Hal serupa di tuturkan oleh Bpk Sunarko selaku koord penyiar :⁶

“radio kita kan radio komunitas jadi sedikit banyak kita kan tau kalau masyarakat daerah tanggulangin dan sekitar itu suka lagu dangdut apalagi yang tua jadi ya lebih gampang, kalau untuk anak-anak 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.”

Pendengar merupakan sasaran media massa khususnya media audio, keberadaan pendengar harus ditingkatkan dan pertahankan bagaimanapun dan kapanpun karena pendengar merupakan kunci keberhasilan dari stasiun radio :

Dalam hal ini bapak Yusuf Setiawan menuturkan :⁷

“ya kalau masalah peningkatan pendengar kita mempunyai target pendengar tiap tahunnya kita usahakan naik 25% pertahun tapi saat ini kita fokuskan ke orang tua karna dari data yang kita miliki 20% orang tua lebih aktif dalam program yang kita sajikan daripada anak muda

Bpk Rokhmat Hidayat menambahkan tentang mempertahankan pendengar yang aktif di radio Awang-Awang :⁸

“saat ini Radio Awang-Awang memiliki sejumlah pendengar yang pada umumnya orang pedesaan yang bekerja sebagai tani dan wirausaha tas dan koper jadi ya dalam mempertahankan keberadaan mereka kita

⁶ Wawancara dengan Bpk Sunarko , 13 Juni 2010

⁷ Wawancara dengan Bpk Yusuf Setiawan , 19 Juni 2010

⁸ Wawancara dengan Bpk Rokhmat Hidayat , 19 Juni 2010

mengadakan perkumpulan baik dari fans Awang-Awang yang terdata maupun pendengar yang aktif dengan adanya rakom mas. Perkumpulan ini kita adakan satu bulan sekali tapi tempatnya pindah- pindah di acak .

Untuk menjadikan media massa sebagai media hiburan dan informasi seorang humas atau PR dalam setiap organisasi mempunyai tugas yang harus dilaksanakan demi kehidupan dalam organisasi tersebut, dari penuturan Bpk Yusuf Setiawan yang menyatakan bahwa :⁹

“ menurut saya tugas yang saya miliki disini lebih kepada bagaimana masyarakat atau orang yang mendengarkan program yang disajikan oleh Rakom Awang-Awang bisa mereka nikmati, sehingga rakom awang-awang tetap terjaga keberadaanya, dan saya selalu mendatangi anggota fans untuk bersilaturahmi dan mengadakan perkumpulan dalam penggalangan dana operasional rakom yang kita ambil dari iuran fans setiap bulanya 15.000 per orang tiap bulan dan mengadakan jumpa fans serta kadang-kadang kita rekreasi bareng kalau ada dana lebih”

Dalam regulasi penyiaran terdapat jangkauan wilayah yang harus dimiliki oleh pengelola radio seperti yang di ungkapkan oleh bpk Yusuf Setiawan :¹⁰

“Berdasarkan ijin yang diberikan dari pemerintah wilayah siaran kita ya tidak bisa jauh Karen kita kan radio komunitas wilayah siaran kita dari barat itu meliputi : kecamatan tulangan,krembung, prambon ,wonoayu Utara :kecamatan candi,Sidoarjo,buduran,sedate Timur :kecamatan jabon beji dan bangil Selatan: porong gempol dan pandaan , jadi ya wilayah siaran kita ndak bisa terlalu jauh tapi dalam tahun ini kita mengajukan lagi untuk memperluaskan wilayah tapi kalau boleh mas.kan kalau wilayahnya tambah luas pendengarnya juga semakin ake.s”

⁹ Wawancara dengan Bpk Yusuf Setiawan , 22 Juni 2010

¹⁰ Wawancara dengan Bpk Yusuf Setiawan , 22 Juni 2010

C. Analisis Data

Data lapangan yang dihasilkan dari penelitian kualitatif ini dimaksudkan untuk menunjukkan data-data yang bersifat deskriptif berkenaan dengan Strategi komunikasi *Public Relations* Radio Awang-Awang dalam mempertahankan Loyalitas pendengar dalam penelitian ini dititik beratkan bagaimana strategi yang digunakan baik dari program yang disajikan atau program diluar siaran agar kesetiaan pendengar tetap terjaga.

Selain diungkapkan data-data tentang strategi komunikasi *Public Relations* Radio Awang-Awang juga terdapat data yang berkenaan dalam pola acara atau program yang disajikan untuk menarik perhatian dan mempertahankan pendengar yang aktif dan aspiratif.

Pengumpulan data dilapangan pada penelitian ini telah memperoleh data tentang strategi komunikasi yang digunakan dalam mempertahankan loyalitas pendengar. Data-data tersebut dianalisis sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi PR Radio Awang-Awang Dalam mempertahankan loyalitas pendengar dari program yang disajikan bahwa pola siaran atau program yang disuguhkan untuk pendengar, pihak radio lebih memperhatikan program yang paling diminati, dengan memilih dan memilah acara yang ada pengelola radio dapat mengetahui segmentasi pendengar yang paling dominan dan aktif serta aspiratif dalam mengikuti acara atau program yang ada, adapun proses yang dilakukan oleh pengelola Rakom Awang-Awang untuk mempertahankan program yang disajikan agar tidak membosankan bagi pendengar Rakom Awang-

Awang mengkombinasikan acara talk show atau on air dan karaoke live bagi fans, hal ini dilakukan untuk mengajak pendengar ikut serta bagi program yang disajikan dan komunikasi yang dilakukan menjadi dua arah dan lebih efektif sehingga pendengar tidak hanya mendengarkan apa yang disampaikan oleh penyiar akan tetapi pendengar dapat memberikan respon atau feed back secara langsung kepada pihak radio atau program yang disajikan dengan strategi ini Rakom Awang-Awang dapat mengetahui secara langsung tentang apa yang diminati pendengar serta dapat menimbulkan hasrat bagi masyarakat untuk selalu mendengarkan program yang disajikan dengan pemilihan lagu yang akan disuguhkan segmentasi pendengar rakom lebih banyak orang tua yang suka akan lagu-lagu dangdut serta lagu dangdut koplo dll. Hal ini dikarenakan pendengar setia rakom hidup dilingkungan pedesaan dan bekerja sebagai Wirausaha tas dan koper serta sebagai petani.akan tetapi rakom Awang-Awang tidak melupakan segmentasi pendengar lain misalnya untuk segmentasi pendengar anak muda Rakom Awang-Awang juga menyuguhkan program yang diminati saat ini seperti informasi tentang berita terhangat setiap hari yang dibawakan oleh penyiar yang muda pula dan yang berkenaan tentang lagu-lagu yang lagi hits saat ini rakom juga menyediakan bagi mereka dengan demikian rakom Awang-Awang dapat mempertahankan pendengar yang aktif dan aspiratif baik dari kalangan muda dan tua sehingga keberadaan rakom Awang-Awang senantiasa diakui keberadaanya di lingkungan masyarakat.

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh di lapangan studi.

Data yang didapatkan dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan dari program yang disajikan oleh pengelola radio bahwa PR radio awang-awang memilih dan memilah pola siaran atau program, informasi yang disuguhkan sesuai dengan criteria dan keinginan segmentasi pendengar baik yang muda maupun yang tua, program yang paling banyak diminati menjadi perhatian utama untuk mempertahankan keberadaan pendengar setia radio

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Yaitu deskripsi kumpulan informasi tersusun yang memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan, dan bagan.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing And Verification*)

Dari data yang didapatkan tentang program yang disajikan oleh pengelola radio awang-awang dapat diambil kesimpulan bahwa program yang disajikan untuk menarik minat pendengar yang aktif

berperan serta dalam siaran sehingga komunikasi yang dilakukan berjalan efektif serta bersifat dua arah dengan keikutsertaan pendengar didalamnya. Adapun data dari segmentasi program yang disajikan dan segmentasi pendengar :

2. Strategi Komunikasi *Public Relations* Rakom Awang-Awang dalam mempertahankan loyalitas pendengar dari program diluar siaran radio untuk menjalin kebersamaan fans radio Awang-Awang dan pendengar yang aktif dan aspiratif humas Rakom awang-Awang mengadakan pertemuan yang dilakukan setiap satu bulan sekali dan bertempat di rumah para fans awang-awang yang saat ini berjumlah kurang lebih 180 orang dan perkumpulan ini dilakukan untuk menggalang dana operasional radio, setiap fans Rakom memberikan iuran sebesar 100 ribu bulan pertama dan 15 ribu untuk tiap bulanya hal ini dilakukan atas kesepatan bersama fans Rakom dan tidak bersifat mengikat. dan untuk mempertahankan loyalitas pendengar yang bukan dari fans Rakom humas / *Public Relations* Rakom mengadakan acara yang dilakukan setiap 6 bulan sekali, acara ini berupa jumpa penyiar Rakom dengan pendengar yang ingin berinteraksi secara langsung dan yang ingin melihat sosok penyiar yang di dengarkan selama siaran oleh pendengar.

Analisis data diatas adalah hasil dari temuan data yang diperoleh oleh peneliti, peneliti menyuguhkan analisis dalam bentuk deskriptis yaitu hanya menggambarkan tentang Strategi yang digunakan oleh humas/PR

Radio Komunitas awang-awang dalam mempertahankan loyalitas pendengar.

D. Pembahasan

Konfirmasi Temuan dengan Teori

Untuk menghasilkan suatu teori baru atau pengembangan teori yang sudah ada maka hasil temuan dalam penelitian ini dicari relevansinya dengan teori – teori yang sudah ada dan berlaku dalam dunia ilmu pengetahuan. Sebagai langkah selanjutnya dalam penulisan skripsi ini adalah konfirmasi atau perbandingan antara temuan yang kesesuaiannya dengan tema tersebut. Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian strategi komunikasi *Public Relations* Radio Komunitas Awang-Awang dalam mempertahankan loyalitas pendengar ketika dikonfirmasi antara temuan peneliti di lapangan dengan teori ternyata ada kesesuaian dan berikut dalam penjelasannya.

Teori Uses and Gratification teori ini menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah *bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak* tetapi *bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi sosial khalayak*. Jadi bobotnya ada pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Dalam teori ini prof Takeuchi berasumsi bahwa “ jenis khalayak mana dalam keadaan bagaimana dipuaskan oleh kebutuhan apa dari sarana komunikasi mana dan bagaimana “

Dari asumsi yang ada dalam teori ini bahwa Rakom Awang-Awang menganalisis khlayak/pendengar yang aktif dengan program-program Rakom setelah didapatkan tentang kebutuhan pendengar pengelola rakom mengidentifikasi program-program yang akan disajikan untuk kepuasan pendengar dalam memenuhi kebutuhannya. Sehingga media dapat memenuhi kebutuhan pribadi mereka dari hiburan yang diinginkan oleh khlayak.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari uraian dan analisis yang telah dipaparkan dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat di ambil kesimpulan tentang Strategi komunikasi *Public Relations* Radio Awang-Awang dalam mempertahankan loyalitas pendengar antara lain :

1. Strategi yang digunakan dalam pola siaran atau program yang disajikan untuk menjalin pendengar yang aktif dalam bentuk :

a. pemilihan dan pemilahan program siaran

kegiatan ini dilakukan oleh pengelola radio untuk mengetahui program apa saja yang paling banyak diminati pendengar baik dari kalangan tua maupun muda sebelum disajikanya program acara kepada pendengar dengan pemilihan program ini pengelola radio dapat memberikan apa yang dibutuhkan oleh pendengar untuk kepuasan pribadinya.

b. Pengadaan program karaoke live di studio bagi pendengar

Kegiatan ini di berikan kepada pendengar yang ingin ikut serta di dalam siaran radio dengan program ini dapat menjalin pendengar yang aktif di dalam program yang disajikan setiap hari minggu jam 13.00 dan dengan program ini pendengar bisa menyampaikan kebutuhan mereka demi memenuhi kepuasan pendengar.

c. Acara Talk show dan on air dalam siaran

kegiatan ini dilakukan untuk menjalin pendengar yang aktif dan aspiratif dengan program ini komunikasi yang dijalankan oleh pengelola radio bersifat dua arah sehingga pendengar tidak hanya menjadi komunikan saja akan tetapi bisa menjadi komunikator dengan program ini pula pendengar dapat menyampaikan aspirasi dan keinginan mereka secara langsung melewati media radio.

Strategi yang digunakan diluar program siaran atau diluar Radio

a. Perkumpulan rutin bulanan bagi fans Awang-Awang

Perkumpulan bagi fans Rakom Awang-Awang di laksanakan di rumah fans Awang-Awang secara bergantian untuk mempererat persaudaraan antara fans dan untuk membangkitkan rasa memiliki dan untuk menggalang dana operasional sehingga keberadaan rakom dapat terjaga eksistensinya di masyarakat

b. Jumpa penyiar dan fans Awang-Awang

Jumpa penyiar dan fans Awang-Awang ini dilakukan untuk pendengar yang ingin berinteraksi secara langsung dengan penyiar yang selama ini mereka dengarkan suaranya saja lewat media, kegiatan ini juga bermaksud untuk meningkatkan fans Awang-Awang serta memperkenalkan Radio Awang-Awang kepada pendengar yang aktif tentang keberadaan Rakom Awang-Awang.

B. Saran

1. Bagi pengelola stasiun Radio Komunitas Awang-Awang diharapkan agar kegiatan yang diadakan bagi pendengar yang aktif lebih ditingkatkan kembali baik dari program yang akan disajikan maupun kegiatan yang dilaksanakan di luar program siaran, dengan kegiatan yang mengikut sertakan pendengar secara aktif keberadaan Rakom akan senantiasa terjaga di masyarakat. Dan agar ditambahkan materi siaran baik dari informasi dan hiburan yang dibutuhkan oleh pendengar.
2. Dalam menjalin pendengar yang aktif dan aspiratif hendaknya pengelola radio mengetahui upaya yang akan dilaksanakan hal ini dilakukan untuk meningkatkan dan mempertahankan keberadaan pendengar dan meningkatkan rasa memiliki bahwa radio

awang-awang adalah media yang bisa memenuhi kebutuhan mereka dari hiburan dan informasi yang mereka butuhkan