

STRATEGI RRI PRO 2 SURAKARTA DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR MUDA

Wardana Arifatama^{1*}, Erwin Kartinawati², Hari Wiryawan³.

¹Universitas Sahid Surakarta

E-mail : wardanasarasto@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana strategi yang dilakukan oleh RRI Pro 2 Surakarta dalam menarik minat pendengar khususnya pendengar muda. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bisa disimpulkan bahwa RRI Pro 2 Surakarta mengudara di 105,5 FM memiliki kekuatan untuk membangun strategi dalam menarik minat pendengar yaitu dengan cara : 1) memanfaatkan jangkauan siaran yang luas, 2) dari aspek program siaran, RRI Pro 2 Surakarta menggunakan sistem *format clock* yang membedakan aktivitas pagi, siang, sore, dan malam yang susunannya menyesuaikan lifestyle pendengar pada jam-jam tertentu, 3) dari isi program RRI Pro 2 Surakarta, terdapat mata acara yang dikemas dengan melibatkan pendengar, 4) dalam pendekatan melalui sosial media, RRI Pro 2 Surakarta memanfaatkan sistem *WhatsApp Blast* yaitu sistem dimana pihak RRI Pro 2 Surakarta mengirimkan tema acara yang akan dibahas kepada pendengar yang kontakannya ada di Pro 2 FM, 5) mengadakan kegiatan *on air* maupun *off air* yang melibatkan pendengar. Selain dari 5 aspek tersebut, strategi lain RRI Pro 2 Surakarta untuk menarik minat pendengar muda yaitu dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk membuat program-program siaran yang menarik dan bermanfaat, karena hal ini merupakan bagian dari strategi dalam mengembangkan target siarannya.

Kata kunci: Strategi Penyiaran, RRI Pro 2 Surakarta, Pendengar Muda

ABSTRACT

This study aims to describe how the strategy used by RRI Pro 2 Surakarta in attracting listeners, especially young listeners. The method in this research is descriptive, using a qualitative approach. Based on the results of the study and discussion, it can conclude that RRI Pro 2 Surakarta broadcasts on 105.5 FM have the power to develop strategies to attract listeners, namely, by 1) utilizing a wide broadcast range, 2) from the aspect of broadcast programs, RRI Pro 2 Surakarta using a clock format system that distinguishes morning, afternoon, evening, and night activities whose composition adjusts to the listener's lifestyle at certain hours, 3) from the contents of the RRI Pro 2 Surakarta program, some agendas are packaged by involving listeners, 4) in an approach through On social media, RRI Pro 2 Surakarta utilizes the WhatsApp Blast system, a system where RRI Pro 2 Surakarta sends the theme of the event to be discussed to listeners whose contacts are on Pro 2 FM, 5) holds on-air and off-air activities involving listeners. Apart from these five aspects, another strategy for RRI Pro 2 Surakarta to attract young listeners is to take advantage of existing opportunities to create exciting and valuable broadcast programs. That is part of the strategy in developing its broadcast targets.

Keywords: Broadcasting Strategy, RRI Pro 2 Surakarta, Young Listeners

PENDAHULUAN

Radio Republik Indonesia yang dikenal RRI merupakan lembaga penyiaran publik yang menyelenggarakan kegiatan penyiaran radio yang bersifat independen dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Sebelum menjadi lembaga penyiaran publik, RRI berstatus sebagai Perusahaan Jawatan (Perjan) yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang tidak mencari untung. Dalam status Perusahaan Jawatan, RRI telah menjalankan prinsip-prinsip radio publik yang bersifat independen. perusahaan jawatan dapat dikatakan sebagai transisi dari lembaga penyiaran pemerintah menuju Lembaga Penyiaran Publik (LPP) pada era reformasi (PPID RRI, 2005).

Sebagai lembaga penyiaran publik, RRI dalam menjalankan tugas dan fungsinya dilandaskan melalui Undang-Undang No 32 tentang penyiaran pasal 13 ayat (2), dan juga melalui Peraturan Pemerintah Nomor 11 dan 12 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik. Dikutip dari laman RRI, hingga saat ini RRI memiliki 90 satuan kerja, Stasiun tipe A yaitu stasiun penyiaran RRI Pusat menyelenggarakan 4 program yaitu Pro 1, Pro 2, Pro 3 dan Pro 4. Stasiun tipe B yaitu stasiun penyiaran RRI untuk daerah/ibukota provinsi menyelenggarakan 3 program, yaitu: Program Daerah (Pro 1) sebagai siaran pusat pemberdayaan masyarakat yang melayani segmen masyarakat di pedesaan, perkotaan, pegunungan dan perindustrian, Program Kota (Pro 2) siaran pusat kreativitas anak muda

yang melayani masyarakat muda di perkotaan, dan Program IV (Pro 4) yang merupakan siaran budaya, sedangkan untuk stasiun tipe C yaitu stasiun penyiaran RRI untuk Kabupaten/Kota hanya menyelenggarakan 2 program saja yaitu Pro 1 dan Pro 2. Selain itu, RRI pun kini memiliki stasiun televisi sendiri yakni *RRI NET* dan juga mengudara secara streaming melalui aplikasi *RRI Play Go* (Wikipedia). Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI Surakarta berlokasi di Jalan Abdul Rachman Saleh No.51, Kestalan, Kec. Banjarsari, Surakarta. Di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Surakarta terdapat 2 program siaran yaitu siaran Pro 1 yaitu siaran yang menyajikan informasi, budaya, hiburan, religi serta pusat siaran pemberdayaan masyarakat, siaran Pro 2 yaitu siaran yang dikhususkan untuk remaja. Disamping Pro 1 dan Pro 2, RRI Surakarta juga merelay siaran Pro 3 yang merupakan siaran berita nasional dari RRI Pusat. RRI Pro 2 Surakarta merupakan saluran khusus yang dimiliki oleh RRI yang diperuntukkan bagi kawula muda.

Pada umumnya, kanal ini menyiarkan informasi tentang anak muda, gaya hidup, dan musik terbaru yang merupakan salah satu sisi dunia remaja atau kawula muda. RRI juga menjadikan Pro 2 sebagai jaringan radio yang memiliki fungsi salah satunya sebagai wadah kreativitas anak muda yang diharapkan dapat menyedot perhatian masyarakat agar dapat kembali menikmati radio sebagai sarana untuk memperoleh informasi dan hiburan. Di samping itu program ini juga mengadakan kegiatan bersama yang melibatkan pelajar atau mahasiswa dan program *talkshow* yang menghadirkan pelajar atau mahasiswa yang berprestasi.

Dunia penyiaran di Kota Solo sudah berkembang sangat pesat, hal tersebut dibuktikan dengan banyak lahirnya stasiun-stasiun radio baik lokal maupun swasta yang bisa diterima oleh masyarakat kota Solo diantaranya *Solo Radio, Metta FM, PTPN FM, Solopos FM, Ria FM, PAS FM, Prambors Solo* dan masih banyak lagi, dimana masyarakat Kota Solo dapat dengan mudah memilih stasiun radio yang ingin mereka dengarkan. Hal tersebut dikarenakan berkembangnya informasi juga hiburan, ditunjang dengan perkembangan teknologi, stasiun-stasiun radio di Solo khususnya, banyak melakukan inovasi baru untuk terjun ke dunia digital, salah satunya menyediakan layanan streaming radio melalui aplikasi agar bisa didengar oleh semua kalangan dimana saja dan kapan saja, apalagi pendengar radio rata-rata adalah anak muda sehingga dengan munculnya inovasi baru ini, dapat menyedot perhatian masyarakat pendengar yang sebagian adalah remaja atau anak muda. Siaran radio untuk anak muda pada umumnya berupa informasi yang mudah diterima dan menarik untuk diikuti, seperti membahas *lifestyle* dan musik terbaru. Biasanya siaran radio ini menggunakan bahasa yang informal dengan penyiar yang mampu menguasai emosi mereka, sehingga membuat acara yang disajikan menjadi menarik dan lebih dekat dengan pendengar. RRI Surakarta, yang oleh masyarakat luas khususnya remaja, dikenal sebagai radio berita dan hanya dikhususkan untuk orang tua atau dewasa, ternyata mampu bertahan ditengah banyaknya radio-radio swasta yang populer di kalangan anak muda. Hal ini dikarenakan RRI Surakarta mampu bersaing dan semakin memantapkan eksistensinya di dunia penyiaran dan masyarakat luas khususnya pendengar radio, hal itu dibuktikan dengan hasil Survey Nielsen periode 2017-2020 yang penulis ambil dari dokumen RRI Surakarta bahwa pendengar Pro 1 dan Pro 2 masih meningkat di wave III dan peningkatan signifikan terjadi di pagi hari. Sedangkan untuk pendengar remaja atau anak muda, RRI Surakarta menghadirkan *RRI Pro 2 FM* sebagai wadah pengembangan program yang merupakan upaya dalam menjangkau pendengar remaja khususnya, dimana memiliki kegiatan atau program *on air* maupun *off air* yang menarik bagi kalangan muda.

Dari uraian di atas, ulasan skripsi selanjutnya penulis memfokuskan pada siaran radio anak muda, dengan mengangkat judul “Strategi RRI Pro 2 FM Surakarta Dalam Menarik Minat Pendengar Muda”. Alasan penelitian terhadap bahasan dengan judul tersebut adalah untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh RRI Pro 2 FM Surakarta untuk menarik minat pendengar muda, mengingat banyaknya radio-radio swasta yang populer di kalangan anak muda yang membuat RRI ditinggalkan oleh pendengar muda.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah medium massa untuk mengirim pesan kepada *audiens* yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk (Vivian, 2008). Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Ardianto, 2007) dengan definisi “mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people” artinya, komunikasi massa adalah

pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Selain itu, komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat (Rakhmat, 2007). Lebih lanjut lagi, Dennis McQuail mengemukakan bahwa komunikator dalam komunikasi massa bukanlah satu orang melainkan sebuah organisasi, formal. Komunikasi massa menciptakan pengaruh secara luas dalam waktu singkat kepada banyak orang serentak (McQuail, 2011). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Ardianto, 2007).

Radio adalah salah satu bentuk media massa, karena potensi untuk mengkomunikasikan sesuatu sangat besar kesetiap rumah, desa, kota, negara bahkan antar negara (melalui satelit). Tetapi radio lebih dari itu merupakan barang pribadi dibanding TV (yang umumnya ditonton orang banyak). Siaran radio berbicara langsung secara pribadi kepada pendengar, sehingga reaksi atas program sering kali dipengaruhi oleh reaksi individu. Jadi radio memiliki keuntungan memperoleh hubungan langsung dengan seseorang dan beribu-ribu individu. Menurut Santi Indra Astuti dalam bukunya yang berjudul "Jurnalisme Radio Teori dan Praktek" mengemukakan bahwa radio merupakan buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio di udara². Radio juga diartikan sebagai "*The Encyclopedia of American International (1983; 121a), radio is mean of communication that tillies on the use of electromagnetic waves propagates through space the speed of light. The electronic wave used for radio communication are similar to light and heat 13 14 waves, but generally much lower in frecuency*". (Radio adalah alat komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik yang disebarkan melalui ruang pada kecepatan cahaya. Gelombang elektromagnetik yang digunakan dalam komunikasi radio persis dengan cahaya dan gelombang panas, tetapi frekuensi nya lebih rendah) (Triartanto, 2010: 30). Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002, penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program teratur dan berkesinambungan. Selain itu, undang-undang juga menjelaskan apa saja isi siaran yang dilarang dalam radio dan pengertian frekuensi radio. Menurut undang-undang penyiaran, frekuensi radio adalah gelombang elektromagnetik yang diperuntukkan bagi penyiaran dan merambat di udara. Radio dapat diartikan sebagai alat pengirim sinyal atau transmisi sinyal dengan modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik).

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa radio merupakan salah satu alat komunikasi massa yang cara penyampaian pesannya melalui lambang komunikasi berupa suara. Suatu pemancar radio yang *in operations* tidak membawa pengaruh signifikan kepada *audiens* atau pendengar kalau gelombang nya tidak dimuat sesuatu yang berarti, entah berupa sinyal, kata-kata yg terucapkan ataupun nada-nada, atau sesuatu yg berirama.

Setiap siaran pada dasarnya memiliki fungsi tertentu yang menyebabkan informasi memiliki makna bagi khalayaknya. Radio harus menyatukan dengan situasi aktual di sekitar radio berada, tidak membawa budaya lain yang menyebabkan dislokasi sosial dan elitisme. Secara skematis peran sosial radio sebagai ruang institusi publik adalah sebagai berikut :

- a) Sosialisasi
Menyebarkan informasi dan hiburan yang membuat optimisme serta menjalin interaksi dengan pendengar. Menjalinkan komunikasi untuk berkarya, mengubah persepsi, dan kecurigaan yang tidak perlu.
- b) Aktualisasi
Menyegarkan memori pendengar terhadap peristiwa aktual dan momentum yang penting dengan kehidupan. Meng-agendakan masalah-masalah sosial agar menjadi isu dan keprihatinan bersama ketimbang masalah personal.
- c) Advokasi
Mendesak makin terbukanya kebijakan politik-politik ekonomi bagi partisipasi seluruh lapisan pendengarnya. Mediasi antar berbagai pihak yang sedang berkonflik sehingga muncul solusi damai dan saling menguntungkan (Masduki, 2004).

Pada bagian ini, kita membahas strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen atau sering disebut manajemen strategis program siaran yang terdiri dari :

- a. **Perencanaan Program**
Sebagaimana yang dikemukakan oleh Pringle Star dan rekannya mengenai perencanaan program bahwa : perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. Pada stasiun radio, perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu.
- b. **Produksi dan Pembelian Program**
Manajer program bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain atau akuisisi (membeli). Dalam melakukan akuisisi, manajer program harus berkonsultasi terlebih dahulu dengan manajer pemasaran dan manajer umum. Dalam hal perencanaan program memutuskan untuk memproduksi sendiri program yang diinginkan, maka tugas tersebut dilakukan oleh produksi atau departemen produksi stasiun penyiaran. Program radio dapat diperoleh dari produksi sendiri, maupun membeli program lain. Dalam produksi perlu direncanakan tema atau topik apa yang akan dibahas dalam suatu program acara. Dalam kegiatan produksi banyak melibatkan banyak sumber daya manusia agar bisa mendapatkan hasil yang optimal.
- c. **Eksekusi Program**
Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Membahas strategi program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Menata program adalah kegiatan meletakkan atau menyusun berbagai program pada suatu periode yang sudah ditentukan. Program siaran tidak hanya bersaing dengan jenis media lainnya akan tetapi program siaran juga bersaing dengan kegiatan pribadi yang dilakukan audien. Dari pembahasan diatas, bisa disimpulkan bahwa eksekusi program merupakan kegiatan menayangkan program yang sudah direncanakan dan sudah ditetapkan pada periode tertentu.
- d. **Evaluasi Program**
Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodic terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu jenis penelitian yang mendeskripsikan secara kualitatif mengenai objek yang dibicarakan sesuai kenyataan yang terdapat dalam masyarakat. Menurut (Moeleong, 2017), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan pendekatan deskriptif, karena pada penelitian ini menggunakan pendekatan kepada pihak-pihak yang dapat mendukung untuk dijadikan narasumber dalam memberikan keterangan yang terkait dengan penelitian ini. Pendekatan deskriptif yaitu menggunakan metode kualitatif. Pendekatan deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Pendekatan ini merupakan salah satu upaya untuk mengetahui data terkait Strategi RRI Pro 2 Surakarta dalam menarik minat pendengar muda.

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah meneliti tentang Strategi RRI Pro 2 Surakarta dalam Menarik Minat Pendengar Muda. Adapun lokasi dan waktu pada penelitian ini yaitu :

- 1) **Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian di RRI Surakarta pada bagian siaran Pro 2 RRI Surakarta.

2) Waktu Penelitian

Penulis melaksanakan penelitian pada tanggal 4 Januari 2021-8 Januari 2021

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif yaitu pendekatan penelitian yang dimana data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka (Moeleong, 2017). Data tersebut dapat diperoleh melalui hasil wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Tujuan pendekatan penelitian deskriptif ini yaitu untuk memberikan gambaran serta mendeskripsikan tentang strategi RRI Pro 2 Surakarta dalam menarik minat pendengar muda. Sumber data di bagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2011). Untuk data primer penulis akan mencari data langsung ke lapangan dengan sumber utama pada penelitian adalah hasil wawancara dengan pihak RRI Surakarta dan dokumen yang terdapat di RRI Pro 2 Surakarta. Selain itu, penulis juga menggunakan segala data yang berkaitan dengan tema yang bersangkutan sebagai sumber data sekunder, baik dari jurnal, artikel di internet, serta literatur yang berhubungan pada pembahasan ini.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara yakni :

a) Observasi

Observasi atau pengamatan yang akan penulis lakukan adalah mengamati siaran RRI melalui pesawat radio, melakukan pengamatan di studio yang bersiaran, mengamati tugas penyiar dan tim RRI Pro 2 Surakarta.

b) Wawancara

Pada penelitian ini penulis akan melakukan wawancara kepada :

1. Kasubsidi RRI Pro 2 Surakarta
2. Penyiar RRI Pro 2 Surakarta

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data dengan hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah dan sebagainya. Adapun metode dokumentasi berproses dan berawal dari penghimpunan dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, menerangkan dan mencatat, serta menafsirkannya dan menghubung-hubungkannya sesuai dengan fenomena lain.

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan teknik analisis data model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa kanal PRO 2 merupakan kanal milik RRI yang menyiarkan hiburan bagi kaum remaja. Umumnya, Pro 2 menyajikan informasi tentang anak muda mulai dari gaya hidup hingga musik terbaru. Adapun strategi yang sudah dilakukan RRI Pro 2 Surakarta terkait dengan program-programnya bisa disampaikan sebagai berikut :

a) Program Siaran Rutin

RRI Pro 2 Surakarta sebagai bagian dari RRI Surakarta memiliki beberapa program siaran setiap harinya. Program siaran RRI Pro 2 Surakarta dibagi menjadi 4 segmen setiap harinya yaitu pro 2 activity, pro 2 creative, pro 2 issue dan pro 2 populer.

b) Membuat Program yang melibatkan Pendengar

Salah satu strategi yang dilakukan oleh Pro 2 yaitu dengan mengadakan acara atau program yang melibatkan pendengar, seperti pada program *on-air* misalnya dalam program acara Numpang Numpang yang dimana Pro 2 mengundang anak muda berprestasi dan komunitas-komunitas anak muda untuk menjadi narasumber atau pengisi acara dalam program ini selain itu pada kegiatan *off air* mereka sering mengadakan kegiatan di ruang publik untuk mendekatkan diri dengan pendengar. Dari hal tersebut Pro 2 Surakarta bisa menjadi wadah untuk anak muda mengapresiasi dirinya melalui media radio misalnya mengirimkan karya tulis seperti puisi ataupun cerpen, mengajak anak-anak muda untuk siaran.

c) Dari Segi Perencanaan Program

Dalam proses perencanaan program RRI Pro 2 juga menyesuaikan dengan pola siaran yang dibuat oleh RRI Jakarta yang dimana setiap komposisi siaran yang sudah ditetapkan menjadi acuan dasar untuk membuat program yang ada. Seperti program berita, pendidikan dan kebudayaan, hiburan dan penunjang siaran dalam bentuk ILM (Iklan Layanan Masyarakat), komersial, ataupun non komersial. Untuk rencana kerja *off air* jangka panjang maupun pendek harus melihat agenda setting yang dibuat oleh RRI maupun satuan kerja masing-masing daerah. RRI Pro 2 Surakarta membuat acara sendiri dengan menyesuaikan kegiatan yang sudah disusun oleh RRI pusat sebagai kegiatan tahunan. Untuk evaluasi program dilakukan selama 6 bulan sekali. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa perencanaan program sangatlah penting bagi stasiun radio, seperti yang dikemukakan oleh Peter Pringle dan rekannya bahwa perencanaan program ini mencakup pekerjaan yang mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah maupun jangka panjang sehingga memungkinkan stasiun penyiaran mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya. Dalam hal perencanaan program, RRI Pro 2 Surakarta menyesuaikan pola siaran dari RRI Pusat sehingga RRI Pro 2 Surakarta bisa memaksimalkan program yang ada dengan kemasan yang berbeda dan menarik.

d) Memperluas Jangkauan Siar

Jangkauan siar merupakan faktor pendukung strategi RRI Pro 2 Surakarta dalam menarik minat pendengar muda. jangkauan siar merupakan kekuatan tersendiri bagi RRI Pro 2 Surakarta, sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran pasal 31 ayat (2) mengenai stasiun penyiaran dan wilayah jangkauan siaran, bahwa lembaga penyiaran publik bisa menyelenggarakan siaran dengan sistem stasiun jaringan yang menjangkau seluruh wilayah negara Republik Indonesia. Dengan demikian jangkauan siar RRI Pro 2 Surakarta yang melingkupi wilayah kabupaten/kota di Surakarta menjadi kekuatan untuk bisa dikenal oleh masyarakat luas khususnya remaja.

e) Mendekatkan Diri Dengan Pendengar

Target pendengar RRI Pro 2 Surakarta adalah khalayak pendengar berusia 12 hingga 25 tahun. Adapun beberapa strategi Pro 2 Surakarta untuk mendekati dengan pendengar dengan berbagai kegiatan sebagai berikut :

- 1) Membuat program yang melibatkan pendengar, seperti acara kuis, Goes to School/Campus misalnya mengadakan kunjungan ke IAIN Surakarta, UNS, UMS, dan lain-lain lalu untuk Go to School misalnya mengadakan kunjungan ke SMA 1 Surakarta, SMK 5 Surakarta dan lain-lain, CFD bareng Pro 2, lalu khusus bulan ramadhan diadakan acara Ngabuburit bersama Pro 2 Surakarta, serta acara-acara interaktif seperti program acara Numpang Numpang yang mengundang anak-anak muda berprestasi untuk dijadikan narasumber di acara tersebut.
- 2) Memastikan kualitas audio RRI Pro 2 Surakarta baik melalui modulasi atau streaming terdengar baik.
- 3) Pendekatan melalui sosial media
- 4) Memanfaatkan sistem WhatsApp Blast untuk mendekati dengan pendengar yang dimana setiap pagi hari pihak Pro 2 Surakarta membuat tema yang akan dibahas, kemudian dikirim kepada pendengar yang kontakannya ada di Pro 2.
- 5) Membuat program on air yang menarik, melakukan promosi melalui sosial media dan mengadakan kegiatan off air di ruang publik. Contoh : menjadi sponsor dalam event-event tertentu seperti pentas seni, kegiatan Car Free Day, mengadakan kegiatan Go To School/Campus, dan mengadakan kegiatan ngabuburit dengan pendengar ketika bulan ramadhan.
- 6) Pemanfaatan New Media melalui aplikasi RRI Play Go sebagai strategi RRI Pro 2 Surakarta untuk mendekati diri dengan pendengarnya.

Faktor penghambat dalam melaksanakan program kerja atau program siaran adalah terbatasnya tenaga penyiar. Lalu untuk mengatasi keterbatasan tersebut Pro 2 Surakarta mengajak mahasiswa menjadi pengisi siaran, tetapi dilatih terlebih dahulu. Sedangkan untuk kelebihan Pro 2 Surakarta adalah

daya jangkauannya jernih, banyak lagu-lagu hits serta berkerja sama dengan sekolah atau kampus serta mengadakan kegiatan-kegiatan yang melibatkan pendengar seperti mengadakan kegiatan off air serta membuat program on air yang menarik.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah disampaikan diatas, maka yang berkaitan dengan strategi RRI Pro 2 Surakarta bisa disampaikan analisisnya bahwa dilihat dari format informasi, RRI Pro 2 Surakarta menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan anak muda, seperti kita ketahui bahwa RRI Pro 2 Surakarta ini merupakan kanal milik RRI yang di segmentasikan kepada anak muda yang dimana dari segi penyampaian informasinya menggunakan bahasa gaul anak muda yang mudah dipahami namun tetap ada batasan-batasannya karena Pro 2 Surakarta sendiri dibawah naungan Radio Republik Indonesia, lalu berita/informasi yang disampaikan oleh Pro 2 Surakarta adalah informasi terkini baik berita yang bersifat umum maupun berita yang bersifat ringan seperti lifestyle anak muda atau informasi musik terbaru. Dilihat dari format siaran pendidikan bertujuan untuk menambah wawasan bagi masyarakat, melestarikan dan mengembangkan budaya bangsa, memberikan hiburan yang sehat sehingga format program siarannya berkualitas bagi kebutuhan masyarakat dan hal tersebut sudah diwujudkan oleh Pro 2 Surakarta melalui program Belajar di RRI.

Dilihat dari aspek penguatan program siaran, bahwa RRI Pro 2 Surakarta melakukan kegiatan program siarannya hanya menjangkau daerah perkotaan bahkan siarannya pun bisa menjangkau daerah lain seperti Sukoharjo, Boyolali, Kartasura, Wonogiri, Sragen dan Klaten. Selain itu, hal yang dilakukan Pro 2 Surakarta dalam penguatan program siarannya adalah dengan banyak melibatkan pendengar dalam program siarannya yang diwujudkan dalam program siaran Numpang Numpang, Pick N Play, Sharing Time, Espresso, selain itu juga mengadakan acara jumpa fans karena dalam program siaran ini dapat tercipta interaksi antara penyiar dan pendengar.

Salah satu strategi penyiaran radio RRI adalah dengan memperluas jangkauan siaran. RRI merupakan radio dengan jaringan terluas dan frekuensinya yang banyak hingga ke pelosok dan perbatasan. RRI memiliki 250 stasiun dan frekuensi RRI menggunakan FM untuk di dalam kota, AM untuk luar kota atau pelosok dan SW untuk keluar negeri menggunakan satelit palapa C2 untuk sistem komunikasinya sehingga RRI berjaring nasional. Siaran RRI Pro 2 Surakarta sendiri hadir di frekuensi 105,5 Mhz menjangkau wilayah Kota/Kabupaten Sukoharjo, Boyolali, Kartasura, Wonogiri, Sragen dan Klaten. Namun hanya daerah tertentu saja karena target segmentasi RRI Pro 2 Surakarta adalah perkotaan. Dengan demikian, sebagai perwujudan dari visi misi RRI adalah meningkatkan kualitas audio dan memperluas jangkauan siaran secara nasional dan internasional dengan memaksimalkan sumber daya teknologi yang ada dan mengadaptasi perkembangan teknologi penyiaran serta mengefisienkan pengelola operasional maupun pemeliharaan perangkat teknik. Terdapat pula hal yang dapat dianalisis dari segi jaringan yang dimiliki oleh RRI. *Pertama*, RRI merupakan radio berjaring nasional yang jumlah frekuensinya sebanyak 250 stasiun yang frekuensinya menggunakan FM, AM dan SW. *Kedua*, pembiayaan operasional RRI termasuk RRI Pro 2 Surakarta didukung penuh oleh pemerintah. Dari kedua hal tersebut, secara internal RRI memiliki kekuatan yang tidak dimiliki oleh lembaga penyiaran swasta. Berdasarkan kekuatan yang dimiliki, maka RRI Pro 2 Surakarta bisa memanfaatkan peluang yang ada untuk membuat konten-konten siaran yang menarik dan bermanfaat dan hal ini merupakan bagian dari strategi dalam mengembangkan target siarannya.

Wilayah jangkauan siar merupakan kekuatan tersendiri bagi RRI Pro 2 Surakarta, sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran pasal 31 ayat (2) mengenai stasiun penyiaran dan wilayah jangkauan siaran, bahwa lembaga penyiaran publik bisa menyelenggarakan siaran dengan sistem stasiun jaringan yang menjangkau seluruh wilayah negara Republik Indonesia. Dengan demikian jangkauan siar RRI Pro 2 Surakarta yang melingkupi wilayah kabupaten/kota di Surakarta menjadi kekuatan untuk bisa dikenal oleh masyarakat luas khususnya remaja.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat beberapa cara mendekati diri dengan pendengar yang dilakukan oleh RRI Pro 2 Surakarta untuk menarik pendengar dari segmen anak muda. Hal dilakukan yakni dari aspek program siar, aspek isi program, media sosial, kegiatan off air. Dengan melihat program siaran RRI Pro 2 Surakarta, menurut (Astuti Indra, 2008) dinamakan format clock yaitu yang membedakan aktivitas pagi, siang, sore, dan malam. Susunannya menyesuaikan dengan prediksi mengenai lifestyle pendengar pada jam-jam tertentu. Dari sisi isi program acara mencerminkan konten yang ditampilkan oleh RRI Pro 2 Surakarta. Melihat isi program siar, terdapat beberapa mata acara yang dikemas dengan melibatkan pendengarnya seperti misalnya pada program Numpang

Nampang yang mengundang anak-anak muda berprestasi atau mengundang komunitas-komunitas untuk dijadikan narasumber pada program acara tersebut, artinya dalam acara tersebut terdapat komunikasi dua arah antara penyiar dengan pendengar saling berinteraksi. Dalam isi program siaran RRI Pro 2 Surakarta terdapat beberapa mata acara yang penyiarannya melibatkan masyarakat (pendengar) yang dikondisikan dengan usia dan jenis kelamin pendengar melalui acara talkshow, program kuis ataupun sebatas request lagu.

Cara lain yang dilakukan oleh RRI Pro 2 Surakarta dalam mendekati diri dengan pendengarnya adalah menjalin komunikasi melalui sosial media seperti instagram, facebook, twitter ataupun WhatsApp. Cara tersebut dianggap ampuh mengingat media ini dapat dimanfaatkan untuk bertukar pikiran sekaligus dijadikan bahan untuk evaluasi terhadap program siaran yang disuguhkan agar lebih baik lagi. Salah satu contoh nyata RRI Pro 2 Surakarta dalam pendekatan melalui sosial media adalah melalui sistem WhatsApp Blast yang dimana pihak pro 2 setiap pagi membuat tema yang akan dibahas yang kemudian dikirim kepada pendengar yang kontakannya ada di Pro 2.

Salah satu cara RRI Pro 2 Surakarta untuk lebih dekat dengan pendengarnya adalah dengan mengadakan acara on air dan off air yang melibatkan pendengar. Dan ada juga semacam jumpa fans, mengundang komunitas atau anak muda berprestasi untuk dijadikan narasumber di program talkshow. Dalam program off air, dilakukan dengan mengadakan pertemuan untuk menjalin komunikasi dengan para pendengar. Lalu, bentuk nyata lainnya dilaksanakan melalui kegiatan bakti sosial atau kegiatan-kegiatan lainnya dalam event tertentu, misalnya mengadakan lomba-lomba dalam merayakan hari kemerdekaan Republik Indonesia yang mengikutsertakan masyarakat khususnya pendengar. Adapun contoh dari kegiatan nyata RRI Pro 2 Surakarta, seperti : membuat program yang melibatkan pendengar seperti kuis, talkshow yang melibatkan masyarakat seperti program numpang nampang yaitu program yang mengundang anak muda berprestasi untuk dijadikan narasumber, sharing time, espresso acara yang diisi dengan membacakan puisi dari anak-anak SMP ataupun SMA, dan program request lagu Pick N Play yang dimana pendengar bisa memilih lagu yang ingin diputar.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai “Strategi RRI Pro 2 Surakarta Dalam Menarik Minat Pendengar Muda” maka sesuai dengan rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari aspek program siaran, RRI Pro 2 Surakarta menggunakan sistem format clock yang membedakan aktivitas pagi, siang, sore dan malam yang susunannya menyesuaikan dengan lifestyle pendengar pada jam-jam tertentu. Dari isi program RRI Pro 2 Surakarta, terdapat mata acara yang dikemas dengan melibatkan pendengar. RRI Pro 2 Surakarta memanfaatkan sistem WhatsApp Blast dalam pendekatan melalui sosial media. Melalui kegiatan nyata, mengadakan acara on air dan off air yang melibatkan pendengar. Pada penelitian ini terdapat saran yakni agar RRI Pro 2 Surakarta memberikan lebih banyak acara-acara yang bersifat tuntunan yang menghibur terhadap kreativitas anak muda. Selain itu, RRI Pro 2 Surakarta juga supaya memperbanyak informasi berbagai peluang di berbagai bidang bagi pengembangan kreativitas anak muda, misalnya : informasi tentang pengembangan music indie, peluang bisnis bagi anak muda, dan sebagainya. Saran lainnya adalah agar RRI Pro 2 Surakarta bisa mewadahi pertemuan-pertemuan berbagai lembaga atau organisasi atau perguruan tinggi yang berisi anak-anak muda.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Astuti Indra S. *Jurnalisme Radio : Teori Dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media; 2008.

Moeleong LJ. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Revisi. PT. Remaja Rosdakarya; 2017.

McQuail D. *Teori Komunikasi Massa*. 6th ed. Salemba Humanika; 2011.

Vivian J. *Teori Komunikasi Massa*. Kencana; 2008.

Ardianto, Elvinaro, dkk. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Afabeta; 2011.

Masduki. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Pustaka Populer LKIS; 2004.

Triartanto Y. *Broadcasting Radio : Panduan Teori Dan Praktek*. Pustaka Book; 2010.

Rakhmat J. *Komunikasi Massa*. Simbiosis Rekatama Media; 2007.

Sumber Internet :

Wikipedia. Radio Republik Indonesia. https://id.wikipedia.org/wiki/Radio_Republik_Indonesia

Radio Republik Indonesia. Profil LPP RRI. <http://rri.co.id/profil.html>

Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Publik. https://ppidkeminformasi.files.wordpress.com/2014/02/pp_no_11_th_2005.pdf

Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2005 Tentang Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia. https://ppid.rri.co.id/upload/ppid_file/document/713/pp122005lpprri.pdf

UU Penyiaran. <https://ppidkeminformasi.files.wordpress.com/2012/11/uu-no-32-tahun-2002-tentang-penyiaran.pdf>