

STRATEGI PENYIARAN RADIO KOMUNITAS DWIJENDRA DALAM MEMPEROLEH PENDENGAR DARI KALANGAN REMAJA

I Gusti Agung Laksmi Swary Putri

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Dwijendra
email: laksmiastawa@gmail.com

Dyah Ayu Kurnia Vinurani

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Dwijendra
email: ayuvinurani2308@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin maju membuat masyarakat terutama di kalangan remaja harus menguasai media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, *Facebook*, dan lainnya. Bahkan, masyarakat tidak lepas dari media yang ada termaksud di dalam kalangan remaja. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi penyiaran Radio Komunitas Dwijendra untuk menarik minat pendengar dari kalangan remaja yang bertujuan untuk mengetahui strategi penyiaran Radio Komunitas Dwijendra dalam menarik minat pendengar dari kalangan remaja. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisa data menggunakan Teknik deskriptif kualitatif. Pendekatan analisis yang dilakukan ialah pendekatan analisis induksi dimana peneliti sudah memiliki hipotesis sebelum mengobservasi ke Radio Komunitas Dwijendra, lalu diperkuat dengan hasil wawancara kepada subjek peneliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kesesuaian, pembentukan kebiasaan, pengontrolan arus pendengar, penyimpanan sumber-sumber program, dan daya penarik massa. Strategi yang digunakan ialah membuat program acara radio sebaik mungkin sesuai dengan *survey* yang telah dilakukan pada para pendengar setia untuk menarik minat pendengar. Salah satu program acara yang dapat menarik perhatian pendengar adalah *Request Line* pada program acara warna-warni asia, Lentera Dwijendra yang merupakan request lagu di tahun 1980-2000an. CEMARA (Cerita Malam Radio). Serta Dwijendra Musik Hits. Strategi ini memberikan hasil kurang lebih memiliki 5 pendengar setia, sehingga setiap harinya Radio Komunitas Dwijendra memiliki 25 orang pendengar setia..

Kata Kunci: Strategi Penyiaran, Radio Komunitas, Remaja

Abstract

The development of increasingly advanced technology makes people especially teenagers, have to master social media such as Instagram, TikTok, Facebook, and others. In fact, society cannot be separated from the existing media, especially among teenagers. The research had a problem formulation, namely how the strategy in broadcasting Dwijendra Community Radio is to attract listeners from among teenagers which aims to find out the broadcasting strategy of Dwijendra Community Radio in attracting listeners from among teenagers. This research used a qualitative method. Research data obtained through observation, interviews and documentation. Data analysis used descriptive qualitative technique. The analytical approach used was an induction analysis approach where the researcher already had a hypothesis before observing the Dwijendra Community Radio, then it is strengthened by the results of interviews with the research subjects. The strategy used was the strategy of conformity, habit formation, controlling the flow of listeners, storing program resources, and attracting mass. The result of the strategy used by Dwijendra Community Radio was to make the best possible radio program according to a survey that has been conducted on loyal listeners to attract listeners, especially teenagers. One program that can attract listeners' attention was to provide a Request Line for the colorful Asian program, Lentera Dwijendra program which was a song request in the 1980-2000s. CEMARA (Cerita Malam Radio), And Dwijendra Music Hits. This strategy resulted in having approximately 5 loyal listeners, so that every day, Dwijendra Community Radio had 25 loyal listeners.

Keywords: Broadcasting Strategy, Community Radio, Teenagers

1. PENDAHULUAN

Proses komunikasi di bagi menjadi 2 yaitu secara primer maupun secara sekunder. Proses komunikasi secara primer penyampaian pikiran dan perasaan kepada orang lain menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media, sedangkan proses komunikasi secara sekunder dengan menggunakan alat atau saran sebagai media kedua setelah memakai lambang (*symbol*) sebagai media pertama (Effendy, 2002:107)

Komunikasi sendiri memiliki beberapa jenis, salah satunya ialah komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan pada khalayak yang lebih luas dan menimbulkan efek tertentu. Namun, komunikasi massa berlangsung secara satu arah. Salah satu contoh komunikasi massa ialah dengan media elektronik seperti radio. Radio dalam keseharian di gunakan sebagai media informasi yang mana pendengar dapat mendengarkan kapan saja, dengan siapa saja dan dimana saja. Teknologi yang di pakai dalam mengirim sinyal radio yaitu dengan menggunakan radiasi yang di hasilkan oleh gelombang elektromagnetik, yang mana gelombang tersebut dapat merambat melalui berbagai media seperti udara, tanah dan lainnya.

Radio bermula dari penemuan ilmuwan Italia yang bernama Guglielmo Marconi pada tahun 1896 dengan jangkauannya kurang dari 10 mil, dan di manfaatkan untuk mengirim tanda – tanda melintasi jarak jauh tanpa menggunakan gelombang. Guglielmo Marconi mendapatkan ide itu melalui percobaan – percobaan yang di lakukan Bersama Heinrich Hertz mengenai gelombang elektromagnetik. Setahun setelahnya, Guglielmo Marconi mempublikasi temuan barunya yang mana radio yang dapat mengirim sinyal sejauh 12 mil. Sehingga pada tahun 1898, Guglielmo Marconi segera membuat perusahaan dan beroduknya berhasil di kirim setelah berhasil mendapatkan hak paten.

Pemakaian radio yang sangat populer di kapal ialah peristiwa tenggelamnya kapal *Titanic* pada tahun 1912 yang mana terjadi komunikasi antara kapal *Titanic* dengan kapal lain yang berada di dekat dengan stasiun di darat. Selain di kapal, radio juga di gunakan di masa Perang Dunia II pada tahun 1939 hingga tahun 1945, radio secara masif digunakan angkatan darat dan angkatan laut untuk mengirimkan perintah dalam berperang. Stasiun pertama di bangun di Amerika oleh Reginald Aubrey Fessenden, dan berhasil melakukan siaran pertama pada tahun 1900 bulan Desember, yang jangkauannya mencapai 50 mil. Saat itu sistem yang di gunakan pada radio ialah radio AM, untuk memperkenalkannya pun dengan cara yang baru sebagai sarana siaran suara manusia

Radio di Indonesia muncul secara resmi pada 11 September 1945 yang sebelumnya di operasikan aktif oleh jepang di 6 kota. Radio siaran pertama di Indonesia bernama RRI atau singkatannya Radio Rakyat Indonesia yang di kenal sebagai kantor berita Indonesia. RRI saat itu di pimpin oleh Abdulrahman Saleh, dan merupakan pemimpin umum pertama di stasiun radio saat itu. Seiring perkembangan zaman, radio dapat menjadi teman secara tidak langsung di saat kesepian, kerja atau kegiatan lainnya dan dapat di dengar selama 24 jam. Radio di Indonesia pun semakin berkembang dan semakin banyak sehingga setiap radio memiliki karakter yang berbeda-beda sesuai dengan pesan yang ingin di sampaikan. Karakteristik itu antara lain auditif, *Theatre of Mind*, akrab, tanpa batas dan lainnya.

Namun, setelah bermunculan media sosial seperti Instagram, Tiktok, Twitter, peminat radio pun semakin menurun khususnya di kalangan remaja. Sehingga dengan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “Strategi Penyiaran Radio Komunitas Dwijendra Dalam Memperoleh Pendengar Dari Kalangan Remaja ”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penyiaran Radio Komunitas Dwijendra dalam memperoleh pendengar dari kalangan remaja dan penelitian ini dibatasi pada lingkup Radio Komunitas Dwijendra dalam strategi untuk menarik pendengar siaran radio dari kalangan remaja. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pembendaharaan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang strategi penyiaran.

2. METODE

Penelitian dilakukan di Radio Komunitas Dwijendra yang terletak di Jalan Kamboja Nomor 17, Dangin Puri Kangin, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang lebih menekankan aspek pemahaman suatu masalah secara mendalam sehingga memberikan kategori substantive dan hipotesis penelitian. Rancangan penelitian menggunakan aplikasi *WhatsApp* dalam bentuk daftar pertanyaan yang akan disebarluaskan kepada subjek penelitian untuk mempelajari, menganalisis dan meringkas masalah yang akan diteliti. Subjek dalam penelitian ini melibatkan 2 orang informan. Sumber data dalam penelitian ini bersumber dari jurnal, buku, laporan maupun internet terkait dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan teknik Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah analisis kualitatif, yang mana data digunakan untuk menggambarkan fenomena yang diamati sebagaimana adanya serta memberikan keterangan sehingga dapat terbentuk suatu kesimpulan yang jelas. Teknik Analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode Pengumpulan data yaitu dengan mengumpulkan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi pada Radio Komunitas Dwijendra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi di tengah *pandemic* seperti ini kurang memungkinkan untuk bertemu secara langsung sehingga peneliti menggunakan *WhatsApp* dalam melakukan wawancara terhadap subjek penelitian. Berikut hasil wawancara yang diklarifikasikan ke dalam strategi penyiaran meliputi Strategi Kesesuaian, Strategi Pembentukan Kesesuaian, Strategi Pengontrolan Arus Pendengar, Strategi Penyimpanan Sumber – Sumber Program dan Strategi Daya Penarik Massa menurut Eastman (1985).

Strategi Kesesuaian

Strategi kesesuaian atau *compatibility* ini menjelaskan bahwa memilih program siaran untuk remaja pada Radio Komunitas Dwijendra yaitu : pemilihan program siaran menyiapkan pembahasan untuk para pendengar di kalangan remaja selain itu, penyiar juga menyiapkan strategi yang dapat di terima oleh para pendengar dari kalangan remaja dengan cara yang *friendly dan easy listening*.

Dalam memilih program siaran Radio Komunitas Dwijendra melihat fenomena apa yang remaja minati, seperti halnya pembahasan apa topik yang ingin dibahas dalam siaran, bagaimana gaya penyiar membawakan acara dengan *friendly, easy listening*, dan pemilihan lagu pun disesuaikan dengan lagu apa yang paling banyak didengarkan oleh remaja. Dengan adanya media sosial, semua dapat *ditracking* dengan mudah. Salah satu segmen program acara yang dimiliki Radio Komunitas Dwijendra untuk remaja ialah *Request Line*

dan Dwijendra Musik Hits, karena di dalam program acara ini para pendengar Radio Komunitas Dwijendra (*DJ Listeners*) dapat bebas merequest lagu terbaru

Dikarenakan jangkauan siaran Radio Komunitas Dwijendra hanya seputaran Denpasar, dalam menjadwalkan program siaran Radio Komunitas Dwijendra menyesuaikan dengan sasarannya yakni waktu dimana remaja biasanya memiliki waktu luang untuk mendengarkan radio, atau dengan melihat waktu remaja pulang sekolah, kapan mereka ingin mendengarkan radio agar tidak bosan, semua bisa dilihat dari jadwal kegiatan sekolah. Maka, di jam itulah program untuk remaja di siarkan.

Strategi Pembentukan Kesesuaian

Jangkauan Radio Komunitas Dwijendra hanya di sekitar Denpasar karena jangkauan pada Radio Komunitas memiliki Batasan yang sudah di tetapkan pemerintah dalam Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK) ialah maksimum 2,5 kilometer dari lokasi pemancar atau maksimum daya pancarnya 50 watt. Sehingga, Dalam meningkatkan minat terhadap atensi para pendengar Radio Komunitas Dwijendra melakukan strategi promosi yang memanfaatkan sosial media seperti: meng-*update* informasi unik dan menarik untuk diketahui pendengar. Meningkatkan minat tentu dibarengi dengan gaya siaran penyiarannya, seperti apa kebutuhan telinga pendengar. Kalau remaja pasti ingin gaya siaran yang *friendly*, bersahabat, dan juga mudah dipahami. Remaja mendengarkan radio untuk menemani mereka, otomatis gaya siaran mempengaruhi minat para remaja untuk mendengarkan Radio Komunitas Dwijendra. Pemilihan lagu pun penting, terutama jika lagu tersebut memang *segmentednya by request*.

Selain itu, strategi Radio Komunitas Dwijendra dalam meningkatkan minat terhadap atensi masyarakat ialah dengan terus memberikan informasi yang sesuai dengan gaya hidup remaja saat ini, seperti : gaya dan *Lifestye* yang terdapat dalam program acara Dwijendra Sore yang disiarkan setiap hari senin hingga jum'at pada pukul 16.00 WITA hingga 18.00 WITA

Semakin bertambahnya tahun, perkembangan teknologi pun semakin berkembang dan para remaja lebih sering menggunakan media sosial sebagai kebutuhan sehari-hari. Sehingga, dalam meningkatkan minat terhadap atensi dari para remaja Radio Komunitas Dwijendra melakukan *promote* melalui media sosial seperti Instagram, Facebook dan Instagram.

Media sosial sudah menjadi kebutuhan manusia saat ini, terlebih lagi pada remaja. Media sosial yang digunakan Radio Komunitas Dwijendra dalam mempromosikan untuk meningkatkan minat pendengar dari kalangan remaja ialah twitter, facebook dan Instagram. Dalam penyampaiannya pun dengan memberikan informasi yang menarik seputar Radio Komunitas Dwijendra. Bentuk siaran yang dilakukan pun dengan menggunakan gaya siaran yang *friendly*, bersahabat, dan juga mudah dipahami untuk menemani mereka di waktu luangnya.

Radio Komunitas Dwijendra melakukan pengamatan pada para pendengar apa yang sedang trend di kalangan mereka. Setelah itu, dipadu padakan dengan gaya siaran dan pemilihan *backsound* yang *up to date*.

Susunan acara pada Radio Komunitas Dwijendra dibuat, dikelola, dan diperuntukan untuk kepentingan Yayasan Dwijendra sehingga, Radio Komunitas Dwijendra dalam menyusun program siaran mengedepankan edukasi, hiburan, dan informatif. Memilih jam siaran pun juga disesuaikan karakter penyiar yang bertugas dalam siaran tertentu.

Jam siaran Radio Komunitas Dwijendra biasanya di tentukan dengan menyesuaikan karakter penyiar yang bertugas dan juga *segmen* dalam program siaran tertentu. Jika terdapat penyiar yang merupakan dari akademisi, budayawan, dan yang lainnya disesuaikan dengan jadwal kebutuhannya. Seperti yang sudah di jelaskan di atas seperti Dwijendra Pagi membawakan berita dengan *beat* pelan, Lentera Dwijendra membawakan lagu – lagu lawas, Gegitaan segmen khusus kalangan dewasa dan juga *Request Line* dan Dwijendra Musik Hits yang sudah dipilih sebagai segmen special untuk remaja.

karakter penyiar yang bertugas dan juga *segmen* dalam program siaran tertentu. Jika terdapat penyiar yang merupakan dari akademisi, budayawan, dan yang lainnya disesuaikan dengan jadwal kebutuhannya. Seperti yang sudah di jelaskan di atas seperti Dwijendra Pagi membawakan berita dengan *beat* pelan, Lentera Dwijendra membawakan lagu – lagu lawas, Gegitaan segmen khusus kalangan dewasa dan juga *Request Line* dan Dwijendra Musik Hits yang sudah dipilih sebagai segmen special untuk remaja.

Strategi Pengontrolan Arus Pendengar

Pada strategi Pengontrolan Arus Pendengar meliputi bagaimana Radio Komunitas Dwijendra untuk tetap meningkatkan standart mutu, pengawasan, dan melakukan evaluasi penyiaran.

Dari wawancara yang sudah di lakukan Radio Komunitas Dwijendra dalam meningkatkan standar mutu, pengawasan, dan evaluasi semua tertata pada buku pedoman penyiaran yang diterbitkan oleh KPI. Bagaimana standar penyiaran Radio Komunitas Dwijendra yang mengoptimalkan pendidikan, hiburan, dan program yang menyeluruh untuk segala lapisan usia semua tercantum pada buku pedoman penyiaran. Maka untuk pengawasan tugas dilakukan oleh penanggung jawab penyiaran, yaitu saya sendiri dengan cara menyortir naskah siaran yang akan disiarkan, menentukan program sesuai standar yg ditetapkan. Untuk evaluasi, kita menyiapkan bahan siaran yang telah disiarkan untuk didengarkan kembali apabila ada sesuatu yang bersifat "*komplain*" dan evaluasi dilakukan sebulan 1 kali secara rutin dan bersifat urgensi bisa dilakukan sewaktu-waktu

Strategi Penyimpanan Sumber – Sumber Program

Pada strategi penyiaran penyimpanan sumber – sumber program meliputi bagaimana Radio Komunitas Dwijendra mengemas ulang program acara. Hasil dari wawancara yang sudah di lakukan Radio Komunitas Dwijendra dalam mengemas ulang program acara yaitu dengan mencari referensi radio lain dan dibawakan sesuai dengan program acara yang sudah ditentukan. karena setiap program acara pada Radio Komunitas Dwijendra sudah memiliki pendengarnya masing – masing.

Radio Komunitas Dwijendra dalam mengemas ulang dengan mencari referensi dari radio lain, dan mengelolanya dengan tetap mempertahankan karakteristik dari Radio Komunitas Dwijendra. Selain itu, dalam pengemasan ulang program acara siaran, tentu saja melihat apa yang kurang dari sebelumnya mulai dari kemasan acaranya, nama programnya maupun pemilihan karakter penyiarinya.

Strategi Daya Penarik Massa

dalam strategi daya penarik massa membahas bagaimana memilih sumber daya manusia sebagai penyiar, bagaimana menyusun materi yang akan disiarkan dan bagaimana memilih lagu untuk menarik pendengar di kalangan remaja.

Radio Komunitas dalam pemilihan sumber daya manusia sebagai penyiar memiliki dua pertimbangan yaitu : siapa saja yang bersedia bekerja sukarela dan perwakilan dari

kelompok sosial dalam komunitas. Pada Radio Komunitas Dwijendra dalam memilih sumber daya manusia yaitu dengan memilih penyiar yang bersedia secara sukarela. Namun tidak langsung setelah bersedia secara sukarela langsung dapat dijadikan sebagai penyiar. Ada tahapan sebelum calon penyiar dapat bekerja sebagai penyiar yaitu dengan melihat kemampuan untuk belajar, berkembang, dan mampu untuk beradaptasi dengan cepat. Masalah karakter suara dalam penyiar bisa dibentuk, karena pada dasarnya suara manusia beragam dan unik.

Radio Komunitas Dwijendra sangat berbeda dengan radio komersil, pada Radio Komunitas Dwijendra memilih SDM sebagai penyiar dengan tujuan mendidik, sehingga SDM yang dipilih sebagai penyiar murni ialah mereka yang ingin menjadi penyiar *professional*. Dengan melihat kemampuan untuk belajar, berkembang, dan mampu untuk beradaptasi dengan cepat. Masalah karakter suara dalam penyiar bisa dibentuk, karena pada dasarnya suara manusia beragam dan unik. Jadi asalkan memiliki niat dan usaha yang tinggi, calon penyiar dapat bina dan didik sebagai penyiar yang *professional*.

Setelah menjadi penyiar, menyusun materi pada siaran Radio Komunitas Dwijendra memiliki cara yang berbeda-beda. Ada yang dilakukan dengan menyusun materi terlebih dahulu sebelum siaran dan yang lainnya. Materi Radio Komunitas Dwijendra disusun yaitu dengan menyesuaikan topik program siaran serta hal – hal yang sedang hangat di perbincangkan. Cara menyusunnya ialah dengan memastikan durasi siarannya, jeda lagu, dan juga topik yang diangkat. Berhubungan dengan hal itu, semua mengalir sesuai dengan program acara yang dipegang masing-masing penyiar.

Menyusun materi siaran pada Radio Komunitas Dwijendra juga dapat dilakukan dengan menulis materi yang akan di siarkan lalu di *improve* sesuai program yang dibawakan. Ada yang dengan mencari langsung di internet saat jam siaran, ada yang dilakukan dengan menyusun materi terlebih dahulu sebelum siaran dan yang lainnya. Materi Radio Komunitas Dwijendra disusun yaitu dengan menyesuaikan topik program siaran serta hal – hal yang sedang hangat di perbincangkan. Cara menyusunnya ialah dengan memastikan durasi siarannya, jeda lagu, dan juga topik yang diangkat. Berhubungan dengan hal itu, semua mengalir sesuai dengan program acara yang dipegang masing-masing penyiar. Seperti contohnya pada pukul 10.00 hingga 12.00 WITA acara yang disiarkan tentang kesehatan, sehingga materi yang di susun semua hal tentang kesehatan. Materi yang disisarkanpun juga dapat dicari di internet sesuai dengan program acara.

Tentu saja ada yang harus di hindari dalam menyusun materi siaran Radio Komunitas Dwijendra yaitu dengan menghindari memberikan informasi kepada pendengar Radio Komunitas Dwijendra (*DJ Listeners*) yang berunsur SARA. Namun, tetap menyesuaikan dengan topik atau program acara yang sudah ditentukan

Setiap program acara memiliki pemilihan lagu yang berbeda – beda, ada yang hanya bisa memutar lagu lawas sekitaran tahun 80an, 90an dan 200an. Ada juga yang dapat memutar lagu – lagu ASIA seperti lagu Mandarin, Jepang dan Korea. Dalam pemilihannya pun melihat dari *chart* musik nasional dan internasional sesuai apa yang sedang *trend* pada saat acara dan yang ingin di dengarkan oleh remaja. lagu yang di siarkan juga dapat dilakukan dengan *request* maupun melihat dari platform lain.

Hal di atas bertujuan untuk menarik minat remaja untuk mendengarkan radio pada Radio Komunitas Dwijendra. Jika lagu yang diputarkan merupakan lagu yang sering di dengarkan oleh pendengar dari kalangan remaja atau lagu yang sedang populer saat itu,

maka minat untuk mendengarkan radio pada Radio Komunitas Dwijendra di harapkan akan menambah.

Radio Komunitas Dwijendra dalam memilih lagu yang akan di siarkan yaitu dengan berkiblat dengan *chart music* nasional dan internasional. Memilih lagu di kalangan remaja tidaklah sulit, karena remaja sangatlah *update* tentang lagu, selain itu banyaknya platform digital seputar lagu dapat memudahkan dalam pemilihan lagu sehingga Radio Komunitas Dwijendra tidak tertinggal dengan platform lain yang diharapkan pendengar di kalangan remaja tertarik untuk mendengarkan lagu yang diputarkan oleh Radio Komunitas Dwijendra

Salah satu contoh lagu yang di putarkan di Radio Komunitas Dwijendra pada jam 10.00 WITA hingga 12.00 WITA yaitu lagu yang lawas antara tahun 80an, 90an hingga 2000an. Pada Radio Komunitas Dwijendra pun setiap segmennya memiliki tema tersendiri, sehingga lagu yang di putarkan menyesuaikan pada segmen atau tema program acara Radio Komunitas Dwijendra

Memilih lagu dalam siaran Radio Komunitas Dwijendra mengutamakan apa yang ingin didengarkan oleh remaja terutama pada program acara *Request Line* dan Dwijendra Musik Hits. Pada program acara tersebut pendengar Radio Komunitas Dwijendra (*DJ Listeners*) bebas memilih lagu yang di inginkan menyesuaikan tema program tersebut.

Selain menyesuaikan dengan program acara, dalam memilih lagu yang akan disiarkan perlu menyesuaikan tempo pada setiap segmen program acara tersebut karena sudah adanya kesepakatan yang telah di buat oleh manajemen Radio Komunitas Dwijendra

Dari Hasil strategi-strategi di atas dapat di hasilkan setiap program acara mendapatkan 5 orang pendengar di lihat dari bentuk komunikasi penyiar terhadap pendengar melalui media sosial. Terdapat 5 program acara untuk remaja yang dapat langsung berkomunikasi dengan pendengar Radio Komunitas Dwijendra (*Dj Listeners*), yaitu : Lentera Dwijendra, Request Line, CEMARA (Cerita Malam Radio) Dwijendra, Warna – warni ASIA dan Dwijendra Musik Hits. Jika di total terdapat 25 pendengar dalam sehari.

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan strategi penyiaran radio pada Radio Komunitas Dwijendra dalam mempertahankan pendengar yakni : Strategi kesesuaian dimana strategi ini merupakan kesesuaian penjadwalan, pemilihan program dan permasalahan terhadap kebutuhan pendengar. Yang mana strategi penyiaran pada Radio Komunitas Dwijendra ialah dengan melihat fenomena apa yang remaja minati mulai dari apa topik yang diminati remaja, gaya penyiar hingga pemilihan lagu. salah satu program acara remaja pada Radio Komunitas Dwijendra yaitu Request Line dan Dwijendra Musik Hits.

Strategi pembentuk kesesuaian Radio Komunitas Dwijendra melakukan strategi promosi yang memanfaatkan sosial media seperti: meng-update informasi unik dan menarik untuk diketahui pendengar, dengan membuat *eclips* yang menarik, mengedepankan edukasi, hiburan, dan informatif

Pada strategi pengontrolan arus dengar meliputi bagaimana Radio Komunitas Dwijendra untuk tetap meningkatkan standart mutu, pengawasan, dan melakukan evaluasi penyiaran. Pada Radio Komunitas Dwijendra evaluasi di lakukan sebulan sekali secara rutin dengan menyortir naskah yang akan disiarkan sesuai buku pedoman penyiaran yang di terbitkan oleh KPI dalam strategi penyimpanan sumber-sumber program pada Radio

Komunitas Dwijendra dengan mencari referensi radio lain dan dibawakan sesuai dengan program acara yang sudah ditentukan dalam mengemas ulang program acara

Terakhir ialah strategi daya penarik massa membahas bagaimana memilih sumber daya manusia sebagai penyiar, bagaimana menyusun materi yang akan disiarkan dan bagaimana memilih lagu untuk menarik pendengar di kalangan remaja. Radio Komunitas Dwijendra sangat berbeda dengan radio komersil, pada Radio Komunitas Dwijendra memilih SDM sebagai penyiar dengan tujuan mendidik, sehingga SDM yang dipilih sebagai penyiar murni ialah mereka yang ingin menjadi penyiar profesional.

Dari strategi- strategi di atas dapat di hasilkan setiap program acara mendapatkan 5 orang pendengar di lihat dari bentuk komunikasi penyiar terhadap pendengar melalui media sosial. Terdapat 5 program acara untuk remaja yang dapat langsung berkomunikasi dengan pendengar Radio Komunitas Dwijendra (Dj Listeners), yaitu : Lentera Dwijendra, Request Line, CEMARA (Cerita Malam Radio) Dwijendra, Warna – warni ASIA dan Dwijendra Musik Hits. Jika di total terdapat 25 pendengar dalam sehari.

Saran

Setelah melihat keadaan yang ada di Radio Komunitas Dwijendra dari segi penyiaran terhadap pendengar di kalangan remaja. Data yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan. Peneliti memiliki beberapa saran yaitu memberikan konsep yang baru yang lebih meningkatkan daya tarik pendengar dari kalangan para remaja saat ini seperti membahas cerita horror. Dan perlu adanya edukasi tentang strategi penyiaran terhadap penyiar agar dapat memudahkan dalam menarik minat pendengar dari kalangan remaja. Serta dalam menarik atensi terhadap masyarakat peneliti menyarankan untuk memberikan quiz di sela-sela acara untuk para pendengar Radio Komunitas Dwijendra

5. DAFTAR PUSTAKA

- Djamal, Hidajanto. Fachruddin, Andi .2011. *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Effendy, Onong Uchana, 1991. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju
- L. Rivers, William dkk. 2003. *Media Massa & Masyarakat modern: Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media.
- M.A, Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Jakarta : Kencana
- Masduki. 2006. *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: LkiS. Mufid ,
- Muhammad. 2010. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Mudjiran dkk. 2007. *Perkembangan Peserta Didik “bahan pembelajaran untuk tenaga kependidikan sekolah menengah*. Padang. UNP press
- Morissan, 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Cet.3 Jakarta: Kencana
- Romli, Asep syamsul M. 2009. *Dasar-dasar Siaran Radio*. Nuansa Bandung