

STRATEGI MANAJEMEN PROGRAM SIARAN RADIO DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR STUDI DI RADIO KOMUNITAS DWIJENDRA

I Wayan Aryawan

Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia dan Daerah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Dwijendra

Email: aryawan@undwi.ac.id

Margaretha Diana Selvy Sey

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Dwijendra

Email: dianaselvyaseyy@gmail.com

Abstrak

Radio pada awalnya digunakan sebagai alat komunikasi satu arah, dan penggunaannya lebih untuk kepentingan militer dan pemerintah dalam kebutuhan penyampaian informasi dan berita. Seiring dengan perkembangan teknologi peran radio tidak digunakan hanya untuk militer saja tapi bisa didengarkan oleh siapa saja dan dimana saja. Program siaran yang menarik yang akan menentukan banyaknya pendengar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen program siaran radio dalam menarik minat pendengar di radio komunitas dwijendra. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan subyek penelitian informan dari kepala stasiun, teknisi radio, manajemen program dan pendengar. Hasil penelitian adalah menempatkan program siaran radio sesuai sasaran pendengar, melakukan sosialisasi di media sosial seperti di facebook, twitter dan line, memilih materi siaran yang menarik seperti meng-up to date informasi, dan untuk mengetahui minat pendengar radio komunitas dwijendra melihat dari interaksi di media sosial.

Kata kunci : strategi manajemen, program siaran radio, minat pendengar.

Abstract

Radio was originally used as a one-way communication tool, and its use was more for military and governmental purposes in the need to deliver information and news. Along with the development of radio role technology is not used only for military saja but can be heard by who saja and where saja. An exciting broadcast program that will determine the number of listeners. This study aims to determine the radio program management strategy in attracting the interest of listeners in dwijendra community radio. This research uses qualitative descriptive analysis technique with research subjects from station chief, radio technician, program management and listener. The result of this research is to put the radio broadcast program according to the target audience, socialize in social media like facebook, twitter and line, choose the interesting broadcast material such as up to date information, and to know the interest of listeners of dwijendra community radio from social interaction.

Keywords: management strategy, radio broadcast program, listener interest.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan media komunikasi saat ini sudah sangat berkembang hal ini dilihat dari banyaknya media media yang digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media penyiaran yang salah satunya adalah radio merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiensya dengan jumlah yang sangat banyak. Radio pada awalnya digunakan untuk kepentingan militer dan pemerintahan saja, namun seiring dengan perkembangnya waktu radio biasa di dengarkan oleh siapa saja dan dimana saja. Perkembangan radio saat ini bisa dilihat dari banyaknya program-program siaran yang menarik dan berkualitas sehingga dapat menarik pendegar. Dalam hal ini peran dari manajemen radio merupakan seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian penyusunan, penggaraha, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan . selain itu manajemen radio merupakan pelaksanaan dan perencanaan

kegiatan guna mencapai tujuan bersama. Diera globalisasi saat ini perkembangan radio sangat pesat dan minat pendengar radio saat ini semakin menurun hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin canggih seperti gadget dan media sosial lainnya yang membuat orang tidak tertarik mendengarkan radio. Hal ini harus dilihat oleh manajemen radio untuk membuat strategi program yang inovatif, unik, dan kreatif sehingga minat untuk mendengarkan radio lebih banyak peminatnya, program siaran radio yang menarik dapat membantu menjaga kualitas dari radio itu sendiri. Sehingga perlu dilakukan penelitian tentang bagaimana strategi manajemen program siaran radio dalam menarik minat pendengar.

Program acara hiburan dan tips lebih disukai masyarakat karena informasi-informasi yang menarik dan tidak membosankan. Program acara hiburan meliputi musik, life style, informasi kesehatan, film, artis dan banyak lagi informasi yang diminati pendengarnya. Program ini lebih banyak peminatnya dari pada informasi berita. Program berita lebih membosankan dibandingkan dengan program hiburan, alasannya karena dalam program hiburan lebih banyak informasi yang menarik yang juga banyak disukai para pendengar radio. Hal ini juga yang dilakukan Radio Komunitas Dwijendra dalam menjaga kualitas radio. Program-program dari Radio Komunitas Dwijendra juga lebih menarik pendengar, dengan memberikan program-program acara hiburan yang tentunya sangat bermanfaat bagi pendengar.

Radio Komunitas Dwijendra merupakan Radio Komunitas pendidikan dan budaya Bali. Radio Komunitas Dwijendra berdiri pada tanggal 30 April 2010 dengan frekuensi 107,7 FM. Radio ini mempunyai program siaran yang menarik salah satunya yaitu Dwijendra Afternoon dimana dalam acara tersebut menginformasikan berita terbaru seperti informasi film, musik, artis, dan tips kesehatan. Melihat dari masalah tersebut maka peneliti mengambil penelitian dengan judul Strategi Manajemen Program Siaran Radio Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi di Radio Komunitas Dwijendra).

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi manajemen program siaran radio dalam menarik minat pendengar di radio komunitas dwijendra. Dalam mengkaji permasalahan penelitian ini, digunakan teori-teori yang relevan. Dalam sebuah program siaran radio tentunya harus memiliki sebuah strategi agar program siaran radio yang akan dibawakan oleh penyiar biasa menarik pendengar.

Strategi adalah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Menurut Stephanie Kmarrus strategi didefinisikan sebagai suatu proses cara pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan itu bisa tercapai. Dalam hal ini perencanaan strategi stasiun penyiaran meliputi: Melakukan keputusan mengenai sasaran dan tujuan program penyiaran, Melakukan identifikasi dan sasaran (target) audiens, Menetapkan aturan untuk menetapkan strategi yang akan dipilih, dan memutuskan strategi yang akan digunakan.

Dalam hal ini, harus terdapat hubungan yang erat atas seluruh tujuan program penyiaran yang sudah ditetapkan, audiensnya yang ingin dituju dan juga strategi yang dipilih untuk

mencapai suatu hasil tertentu . Menurut Henry Mintzberg (1998) seorang ahli bisnis dan manajemen bahwa `strategi pengertian strategi di bagi menjadi 5 definisi yaitu strategi sebagai perencanaan, strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi (potition), strategi sebagai taktik (ploy), dan yang terakhir adalah strategi sebagai perpesktif. Menurut Lenerd, Christensen, Andrews, dan Guth (1965) sebagai mana di kutip Rangkuti (2009 : 3) strategi merupakan alat untuk mendapatkan keunggulan bersaing.

Manajemen radio pada umumnya di kenal dengan manajemen musik, berkaitan dengan siaran musik di radio. Manajemen memiliki peranan penting dan vital. Manajemen siaran musik stasiun radio pada dasarnya dibuat agar eksistensi radio tersebut tetap terjaga dan melekat dihati para pendengar. Dalam manajemen stasiun siaran radio terdapat beberapa divisi yang mendukung penyiaran tersebut, meliputi marketing, program director, music director, produksi siaran, siaran dan monitoring. Manajemen juga tentunya memiliki fsungsi salah satunya adaalah:

- 1) Perencanaan (planning)
- 2) Perencanaan mencakup kegiatan penentu tujuan yang akaan digunakann untuk mencapai tujuan tersebut.
- 3) Pengorganisasian (organizing)
Merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai denngan tujuan organisasi.
- 4) Pengarahan dan pemberi pengaruh.

Pengawasan

Merupakan untuk mmengetahui tujuan-tujuan organiusasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum.

Unsur-unsur manajemen

Unsur-unsur manajemen adalah penerapan dalam perusahaan yang saling berkaitan satu sama lain yaitu:

- 1) Man (sumber daya manusia)
Unsur manajemen yang paling vital sumber daya manusia. Manusia yang membuat perencanaan dan mereka pula yang melakukan proses untuk mencapai tujuan tersebut.
- 2) Money (uang)
Perusahaandalam menjalankan seluruh aktifitas sehari-hari tidak akan terlepas dari biaya yang diukur dengan satuan sejumlah uang. Dengan ketersediaan uang atau dana yang memadai maka manajemen perusahaan akan lebih leluasa dalam melakukan sejumlah efisien untuk mencapai tujuan akhir.
- 3) Material (bahan baku)
Ketersediaan bahan baku atau material sangat vita dalam proses produksi. Tanpa bahan baku sebuah perusahaan tidak bisa mengolah sesuatu untuk di jual.
- 4) Machines (peralatan mesin)
Untuk mengelola bahan baku menjadi barang jadi, dibutuhkan seperangkat mesin dari perlatan kerja. Dengan adanya mesin maka waktu yag dibutuhkan dalam proses produksi akan semakin lebih cepat dan efisien.

5) Methods (metode)

Dalam menerapkan manajemen untuk mengelola sejumlah unsur-unsur diatas dibutuhkan suatu metode atau standard opational procedure yang baku.

6) Market (pasar)

Konsumen atau pasar merupakan elemen yang sangat penting, tanpa pemintaan maka proses produksi akan terhenti dan segalanya akifitas perusahaan akan vakum. Agar dapat menguasai segmentasi pasar pihak manajemen harus memiliki strategi pemasaran yang handal dan dapat bersaing dengan kompetitor market sejenis baik dari sisi harga kualitas maupun kuantitas.(Ferry Rinaldi, 2015, unsur-unsur manajemen <http://www.kembar.pro/2015/10/6-unsur-manajemen-terpenting-dalam-fungsi-manajemen.html>, diakses pada tanggal 11 agustus 2017).

Radio pada awalnya digunakan sebagai alat komunikasi satu arah dan penggunaanya juga lebih banyak untuk kepentingan militer dan pemerintahan bahkan hingga saat ini. Radio merupakan teknologi yang sangat canggih pada masanya sampai sekarang teknologo komunikasi yang digunakan pada dasarnya menggunakan konsep yang ada pada radio. Radio merupakan sebuah teknologi yang mengirimkan sinyal dengan gelombang tertentu dan biasa dikenal dengan gelombang elektromagnetik yang merupakan hasil modulasi dann radiasi dari elektromagnetik. Radio tentunya memiliki beberapa jenis radio yaitu :

- 1) Radio jaringan
- 2) Radio am
- 3) Radio fm
- 4) Radio internet
- 5) Radio satelit
- 6) Radio berdefinisi tinggi (HD) Radio

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan atau, dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan dalam suatu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Dengan demikian program memiliki pengertian yang sangat luas. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikutinya siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran radio. . Pada stasiun penyiaran radio terdapat beberapa format misalnya: radio anak-anak, remaja, muda, dewasa dan tua. Berdasarkan profesi perilaku, atau gaya hidup format radionya : professional, intelektual, petani, buruh, mahasiswa, pelayan dan sebagainya. Menurut Joseph Dominick (2001) format stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam empat wilayah yaitu, kepribadian (personality) penyiar dan reporter, pilihan musik dan lagu, pilihan musik gaya bertutur, sport atau kemasan iklan, jinggel, dan bentuk-bentuk promosi acara radio lainnya. Membuat program radio membutuhkan kemampuan dan keterampilan agar menghasilkan produksi program yang menarik didengar. program radio

sebenarnya tidak terlalu banyak jenisnya diantaranya yaitu musik dan informasi, kedua jenis program ini kemudian dikemas dalam berbagai bentuk yang pada intinya harus memenuhi kebutuhan dalam hal musik dan informasi. Dalam hal ini berupa berita radio, pembicaraan radio, info hiburan, dan jingle.

1) Berita radio

Berita radio merupakan laporan atas suatu peristiwa atau pendapat yang penting atau menarik. Siaran berita berbeda dengan siaran informasi. Siaran berita adalah sajian fakta yang diolah kembali menurut kaidah jurnalistik. Salah satu bentuk siaran informasi yang populer di radio adalah informasi aktual yang diambil dari surat kabar atau internet.

2) Perbincangan radio

Perbincangan radio (talk show) adalah kombinasi antara seni berbicara dan seni wawancara. Seorang penyiar harus pandai berbicara atau pandai mengolah kata-kata. Program perbincangan biasanya diarahkan oleh seorang pemandu acara (host) bersama salah satu narasumber untuk membahas sebuah topik yang sudah direncanakan sebelumnya

3) Infotainment radio

Infotainment merupakan singkatan dari information dan entertainment yang berarti suatu kombinasi sajian siaran informasi dan hiburan atau sajian informasi yang bersifat menghibur. Infotainment dalam kemasan yang lebih lengkap kerap disebut sebagai majalah udara yaitu suatu acara yang memadukan antara musik, lagu, tuturan informasi, berita, dan iklan. Segmen program ini bersifat heterogen dan umumnya disajikan secara easy listening dengan durasi 5 hingga 60 menit.

4) Jingle radio

Jingle radio adalah gabungan musik dan kata yang mengidentifikasi keberadaan sebuah stasiun radio. Tujuan produksi radio adalah mempromosikan keberadaan radio baru di tengah masyarakat, memberikan informasi simbol atau identitas terpenting dari radio agar selalu diingat pendengar, citra radio dibenak pendengar, pada saat disiarkan berfungsi sebagai jeda, selingan, dan sejenisnya.

Radio komunitas adalah stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, dan peruntukan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas. Pelaksanaan penyiaran (seperti radio komunitas) disebut sebagai lembaga penyiaran komunitas. Radio komunitas juga biasa disebut dengan radio sosial, radio pendidikan, atau radio alternatif intinya radio komunitas “dari, oleh, untuk dan tentang komunitas”. Secara sederhana radio komunitas dapat dikatakan sebagai stasiun radio yang dimiliki, dan dikelola oleh komunitas di lingkungan, wilayah atau daerah tertentu, yang berfungsi untuk melayani kepentingan komunitas dengan ciri utama informasi yang diangkat adalah informasi lokal.

Menurut Undang-Undang No. 32 tahun 2002 yang dimaksud dengan Radio Komunitas adalah:

- 1) Jasa penyiaran radio yang diselenggarakan oleh lembaga penyiaran berbentuk badan Indonesia.
- 2) Di dirikan oleh komunitas tertentu
- 3) Bersifat independen
- 4) Daya pancar rendah
- 5) Melayani kepentingan komunitasnya
- 6) Untuk mendidik dan mengajak masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi, budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa.
- 7) Tidak komersial atau tidak merupakan bagian perusahaan yang mencapai keuntungan semata
- 8) Tidak mewakili organisasi atau lembaga asing serta bukan komunitas internasional
- 9) Tidak terkait dengan organisasi terlarang
- 10) Tidak untuk kepentingan propaganda bagi kelompok atau golongan tertentu

Radio komunitas juga memiliki kendala yaitu:

- 1) Keterbatasan Frekuensi dan Jangkauan

Radio komunitas saat ini hanya diperbolehkan beroperasi pada tiga kanal. Menurut ketentuan Kemenhub no 15 tahun 2002 dan no 15A tahun 2003 yakni di frekuensi FM 107,7 Mhz; 107,8 Mhz; 107,9 Mhz, dengan jangkauan yang terbatas yaitu power maksimal 50 watt, dan jangkauan layanan maksimal 2,5 km.

- 2) Minimya Partisipasi Komunitas

Berkembangnya radio komunitas bak jamur di musim hujan. Yang sangat terlihat jelas adalah banyaknya keinginan dari pihak luar untuk mendorong agar komunitasnya tertarik untuk memiliki radio komunitas. Banyak juga yang kemudian terjebak pada soal “keinginan” untuk mengangkat agendanya sendiri ketimbang memfasilitasi dan mendorong komunitasnya agar dapat mewujudkan radio komunitas.

Minat menurut kamus bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah keiinginan. Pendengar adalah sasaran komunikator dalam berkomunikasi. Kmunikasi dikatakan efektif apabila pendengar terpicat perhatiannya, tertarik terus minatnya, mengerti, tergerak hatinya dan melakukan kegiatan yang diinginkan si pembicara. Sebagai komunikator dengan pendengar yang jelek atau kurang baik, maka dengan sendirinya pendengar tidak akan mampu menangkap pesan yang disampaikan masing-masing. Akibatnya pendengar tidak akan mampu menangkap makna yang tersirat dalam ungkapan tersebut. . Komunikasi dikatakan efektif apabila keduanya saling memberikan tanggapan mengenai suatu hal yang sedang dibicarakan, memiliki kecakapan yang baik, membangun hubungan yang komunikatif dengan orang yang diajak bicara dengan begitu makna pesan yang disampaikan apakah itu harapan, komentar, gagasan dan sebagainya dapat berjalan dengan baik

Adapun jenis-jenis pendengar sebagai berikut:

- 1) Pendengar Spontan

Bersifat kebetulan. Tidak berencana mendengarkan siaran radio atau acara tertentu. Perhatian mudah teralih pada aktivitas lain.

2) Pendengar Pasif

Suka mendengarkan siaran radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri, menjadikan radio sebagai teman biasa.

3) Pendengar Selektif

Mendengar siaran radio pada jam atau acara tertentu saja, fanatik pada sebuah acara atau penyiar tertentu, menyediakan waktu khusus untuk mendengarkannya.

4) Pendengar Aktif

Secara reguler tak terbatas mendengarkan siaran radio, apapun, dimanapun, dan aktif berinteraksi melalui telepon. Radio menjadi sahabat utama, tidak hanya pada waktu luang. (Romeltea, 2012, jenis-jenis pendengar Radio, <http://romeltea.com/karakteristik-pendengar-radio/>, diakses pada tanggal 23 juli 2017).

2. METODE

Pendekatan dan Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendekatan Kualitatif, dimana penelitian yang dilakukan memiliki tujuan utama memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif, yaitu dengan menjabarkan bagaimana strategi manajemen program siaran radio dalam menarik minat pendengar di radio komunitas dwijendra. Sehingga melalui rancangan deskriptif ini akan diperoleh data dan jawaban atas fokus permasalahan yang diteliti.

Subjek penelitian ini adalah kepala stasiun, teknisi radio, manajemen program, dan pendengar.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis, yaitu wawancara dan dokumentasi . teknik wawancara dilakukan dengan empat orang narasumber dibagian program siaran untuk mencari informasi agar masalah dari penelitian ini terpecahkan, sedangkan untuk dokumentasi berupa foto-foto atau gambar yang dapat membantu mempercepat proses penelitian.

Empat informan dengan cara melakukan tanya jawab kepada informan yang memungkinkan penulis memperoleh informasi tentang strategi manajemen program siaran radio dalam menarik minat pendengar di radio komunitas dwijendra.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Teknik analisis data deskriptif kualitatif merupakan suatu teknik analisis data dengan Teknik ini pada tahap awal melakukan penjelajahan, kemudian dilakukan pengumpulan data yang mendalam mulai dari observasi hingga penyusunan laporan.

Lokasi penelitian ini adalah di Radio Komunitas Dwiejndra . Alasan dalam pemilihan lokasi ini adalah berdasarkan pertimbangan bahwa Radio Komunitas Dwijendra merupakan radio

berbasis pendidikan dan satu-satunya radio komunitas di Bali yang memiliki izin resmi dari menteri komunikasi dan informatika republik Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi manajemen program siaran radio dalam menarik minat pendengar di radio komunitas Dwiejendra adalah:

Perencanaan yang dilakukan radio komunitas Dwiejendra dalam menarik minat pendengar adalah menempatkan program siaran sesuai dengan sasaran pendengar, misalnya untuk anak-anak biasanya mendengarkan radio di pagi hari, di pantau oleh guru dan orang tua oleh karena itu dalam radio komunitas Dwiejendra mempunyai program siaran bernama dunia anak, acara ini berisikan lagu-lagu anak dan cerita dongeng yang dibacakan oleh penyiar. Selain itu untuk remaja dan juga dewasa radio komunitas Dwiejendra juga mempunyai program yang menarik tapi tidak lupa sesuai visi dan misi Radio Komunitas Dwiejendra, acara itu antara lain Request Line, dimana pendengar bisa ikut Request lagu favorit yang disukai pendengar, selain itu juga ada Dwiejendra Afternoon, dimana ada informasi seputar film, artis, musik, lifestyle, dan tips kesehatan, ada juga acara Locally Jamz, dimana biasanya ada band-band indie yang ikut siaran di Radio Komunitas Dwiejendra.

Untuk Pengorganisasian di Radio Komunitas Dwiejendra sendiri sesuai dengan SOP, dimana dalam struktur organisasi misalnya pengurus-pengurus organisasi seperti operator melakukan tugasnya masing-masing misalnya meng-up to date lagu-lagu terbaru, sehingga pendengar bisa tertarik untuk mendengarkan Radio Komunitas Dwiejendra, selain itu penyiar di Radio Komunitas Dwiejendra selalu berinovasi dengan cara melihat kebutuhan pendengar, kemudian membuat siaran tersebut menarik sehingga pendengar bisa tertarik untuk mendengarkan siaran tersebut. Proses pengorganisasian di Radio Komunitas Dwiejendra berjalan lancar.

Pengarahan dan pemberi pengaruh di Radio Komunitas Dwiejendra Fungsi mengarahkan (directing) dan memberikan pengaruh atau mempengaruhi (influencing) tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Dalam Radio Komunitas Dwiejendra pengarahan yang diberikan atasan kepada karyawan Radio Komunitas sangat memberi pengaruh demi kebaikan Radio Komunitas Dwiejendra dimana baik operator dan penyiarnya selalu bekerja sama, menyelesaikan tugas bersama-sama dan tidak ada yang namanya senior dan junior semuanya merata, baik operator dan penyiarnya kompak dan solid hal itu yang membuat Radio Komunitas Dwiejendra bisa berdiri hingga saat ini.

Pengawasan Radio Komunitas Dwiejendra adalah Proses pengawasan menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat diwujudkan oleh suatu penyiaran. Manajemen program siaran Radio Komunitas Dwiejendra juga selalu mengawasi dan memantau program siaran yang di siarkan oleh penyiar secara *on air*, selain itu memantau atau melihat interaksi dari media sosial. Menurut narasumber Ibu Ni Made Adi Novayanti, S.Ikom jika interaksi di media sosial begitu banyak maka banyak pendengar yang tertarik dengan program acara tersebut, begitupun sebaliknya jika interaksinya sedikit, berarti peminat untuk program acara itu juga sedikit.

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi manajemen program siaran radio dalam menarik minat pendengar di komunitas dwijendra, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

- 1) Menempatkan program siaran sesuai dengan sasaran pendengar, dari kalangan anak-anak usia 5-12 tahun, dimana untuk anak-anak program acaranya yaitu dunia anak, dalam acara tersebut terdapat lagu-lagu anak dan ada cerita dongeng yang dibacakan oleh penyiar. untuk remaja 13-18 tahun, dan dewasa 18 tahun keatas, ada program acara yaitu request line, dwijendra afternoon, dj hits, cemara dan masih banyak program siaran yang menarik yang tentunya dapat menarik pendengar.
- 2) Melakukan sosialisasi di media sosial, seperti di facebook yaitu: Radiokomunitasdwijendra, twitter: @djfm107,7, line: dwijendrafm107,7, telepon 0361-264-284 selain itu mengundang pendengar untuk ikut siaran di radio komunitas dwijendra. Seperti mengundang band-band indi, kemudian ada mahasiswa-mahasiswa dari fakultas ilmu komunikasi universitas dwijenda.
- 3) Memilih materi siaran yang menarik, seperti meng up to date informasi-informasi terbaru, dan meng up to date gaya siaran terbaru, lagu-lagu terbaru agar pendengar tertarik untuk mendengarkan program siaran tersebut.
- 4) Memiliki kriteria dalam penyusunan dalam program siaran yaitu pendidikan, budaya dan hiburan dimana untuk pendidikan 60%, budaya 30%, dan untuk hiburan 10%.
- 5) Untuk mengetahui minat pendengar, radio komunitas biasanya melihat interaksi dari media sosial. Semakin banyak yang ikut berinteraksi di media sosial maka semakin banyak yang mendengarkan Radio Komunitas Dwijendra dan begitupun sebaliknya, jika sedikit yang berinteraksi maka sedikit pula pendengarnya

Saran

Bagi Radio Komunitas Dwijendra:

- 1) Radio komunitas sebaiknya membuat Live Streaming siaran di youtube atau di sosial media lainnya seperti Instagram. Dimana hal tersebut dapat mempromosikan Radio Komunitas Dwijendra, selain itu agar para pendengar yang tidak bisa mendengarkan Radio pada saat itu bisa menonton dan mendengarkannya acara siaran tersebut setelah pulang kerja. Dikarenakan frekuensi dari Radio Komunitas Dwijendra tidak bisa menjangkau seluruh wilayah di Bali, maka dengan adanya live streaming di youtube masyarakat atau para pendengar bisa mendengar sekaligus menontonnya sehingga dapat menarik minat pendengar .

- 2) Dikarenakan Radio Komunitas memiliki keterbatasan dalam menyusun program siaran radio oleh karena itu, diharapkan bagi Manajemen program siaran radio khususnya program direktor harus memiliki inovasi dan kreatifitas yang tinggi sehingga dapat membuat program siaran radio yang dapat menarik minat pendengar.

Bagi penelitian selanjutnya:

Diharapkan kedepannya dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian yang lebih lanjut berdasarkan faktor-faktor lainnya dan variabel yang berbeda.

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Aizem. 2012, “ Media Massa Radio Sebagai Salah Satu Alat Media Komunikasi Massa”.
Pada Kuliah S2 Ilmu Komunikasi Universitas Andalas.

Ardianto, Elvinaro, Siti Karlinah, dan Lukiat Komala. 2007 “Komunikasi Massa-Edisi Revisi”.(Terj). Bandung Fikom Unpad.

Harley Prayuda. 2011. Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran.
Bandung Penerbit: Bayumedia.

Hasan Alwi, Dendy Sugono. 2002. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ke-3. Jakarta:
PT Persero

John, Vivian. 2008. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Prenada Media Group.

Lesanpura, Temmy.1992. Manajemen Produksi Radio Siaran. Jakarta: Diktat Internal.

Morissan. 2008. “Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi”.i.
Jakarta: Kencana Group & UIN Pres.

Narudin. 2009. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Rajawali-Press.

Prof. Dr.Khomsahrial Romli, M.Si. 2016. Komunikasi Massa. Jakarta: PT Grasindo.

Rachmiatie, Atie, 2007. “Radio Komunitas – Eskalasi Demokratisasi
Komunikasi”.Jakarta: Simbiosia Rekatama Media.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan
R&D. Cetakan ke-10. Bandung: Alfabeta

Tim Dosen Fikom Universitas Dwijendra.2010.Buku Panduan Skripsi Fakultas Ilmu
Komunikasi Universitas Dwijendra, Universitas Dwijendra Denpasar, Bali.

Werner J.Seren & James W. Tankard, Jr. 2011. Teori Komunikasi. Jakarta:
KencanaPrenadamedia Group.

Internet:

Manajemen program siaran

<http://www.komunikasipraktis.com/2014/10/strategi-manajemen-program-siaran-radio.html> (di akses pada tanggal 10 januari 2017)

PendengarRadio. <https://www.Pelangiblogssoms.blogspot.co.id/2010/11/pendengar-radio-sebagai-audience.html?m=1>(diakses pada tanggal 5 februari 2017)

Sejarah radio <https://www.kakmayaa.com/2016/10/10/sejarah-perkembangan-radio/> (di akses pada tanggal 23 maret 2017)

<https://www.google.com/2016/01/03webhp?sourceid=chromeinstant>
pengertian+radio+komunitas&*

<https://elektronika-mu.blogspot.co.id/2015/11/kelebihan-dan-kekurangan-radio.html>,
diakses pada tanggal 24 februari 2017)

Unsur-unsur manajemen <http://www.kembar.pro/2015/10/6-unsur-manajemen-terpenting-dalam-fungsi-manajemen.html>, diakses pada tanggal 11 agustus 2017).

Pengertian strategi menurut parah ahli

<http://www.pelajaran.co.id/2017/02/pengertian-strategi-menurut-pendapat-para-ahli-terlengkap.html>, diakses pada tanggal 27 februari 2017).

Jenis-jenis strategi, <https://www.scribd.com/doc/302593817/1-Jenis-Jenis-Strategi> diakses pada tanggal 24 agustus 2017.)