

**STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM MENINGKATKAN
PENDENGAR PROGRAM SIARAN
GET ALONG WITH BELLA DI PRAMBORS RADIO**



Intelligentia - Dignitas

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh :

Nama: Virgiawan Faizin

NIM: 1410621111

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

ABSTRAK

Virgiawan Faizin (1410621111), Strategi Kreatif Produser Dalam Meningkatkan Pendengar Program Siaran *Get Along with Bella* di Prambors Radio, 315 halaman; 156 halaman; 12 buku; 25 jurnal; Skripsi, Juli 2025, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta

Program siaran radio menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi massa, khususnya dalam menjangkau generasi muda melalui pendekatan kreatif dan adaptif. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan industri radio untuk terus berinovasi dalam menghadirkan konten yang relevan, menarik, serta sesuai dengan perilaku dan preferensi pendengar. Prambors sebagai radio anak muda menghadirkan program *Get Along with Bella* yang terbukti berhasil menciptakan keterikatan kuat dengan audiensnya, terutama segmen Gen Z. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi kreatif yang digunakan produser dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas pendengar program tersebut.

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi program disusun secara sistematis dan berkelanjutan agar mampu menjawab tantangan segmentasi audiens, perubahan tren, serta perkembangan teknologi dan industri media. Penelitian ini menggunakan teori strategi program yang mencakup dimensi: proses perencanaan yang terstruktur, fokus pada audiens sebagai pusat strategi, kreativitas dalam penyampaian pesan, serta pemanfaatan teknologi dan pertimbangan ekonomi-bisnis dalam operasional media.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif dalam paradigma konstruktivis, yang berupaya memahami makna di balik strategi kreatif produser dalam konteks produksi program siaran radio. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan metode deskriptif, dengan unit analisis berupa program *Get Along with Bella* di Prambors Radio. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan produser, program director, dan music director, observasi partisipatif terhadap proses siaran, serta analisis dokumentasi program dan konten digital. Untuk meningkatkan validitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai informan yang terlibat langsung dalam produksi program. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menangkap kompleksitas proses kreatif dan strategi adaptif yang dijalankan tim produksi dalam merespons kebutuhan audiens di era digital.

Ditemukan dalam penelitian ini bahwa strategi program Get Along with Bella dijalankan melalui proses riset audiens berbasis data, pemilihan penyiar yang sesuai dengan segmentasi, penyusunan format konten yang fleksibel dan kreatif, serta adaptasi multiplatform yang mengikuti perkembangan digital. Hasil juga mengungkap bahwa keberhasilan program sangat ditentukan oleh kreativitas dalam menyampaikan pesan yang relate dengan kehidupan audiens, pemanfaatan tren dan insight dari media sosial, serta strategi monetisasi yang mempertimbangkan nilai ekonomi program. Dengan demikian, strategi kreatif produser terbukti menjadi kunci penting dalam membentuk program siaran yang tidak hanya menarik, tetapi juga kompetitif secara industri.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kreatif yang diterapkan dalam program Get Along with Bella di Prambors Radio merupakan upaya terstruktur yang menggabungkan riset audiens, pendekatan segmentasi, serta inovasi dalam penyampaian konten. Produser merancang siaran dengan mempertimbangkan gaya hidup pendengar, memanfaatkan platform digital seperti TikTok dan Instagram untuk memperluas jangkauan, serta menjaga keseimbangan antara kualitas konten dan potensi komersial. Strategi ini terbukti efektif dalam mempertahankan relevansi radio di era digital yang kompetitif. Penelitian ini merekomendasikan agar Prambors terus mengembangkan program berbasis data, menjaga kreativitas, serta memperkuat distribusi digital demi menjangkau audiens yang lebih luas dan mendukung keberlanjutan bisnis media.

Kata Kunci: Strategi kreatif, program radio, perencanaan media, keterlibatan audiens, adaptasi digital, ekonomi media.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Virgiawan Faizin (1410621111), *Creative Strategy of the Producer in Increasing the Audience of the Broadcast Program Get Along with Bella on Prambors Radio*, 315 pages; 156 references; 12 books; 25 journals; Thesis, July 2025, Communication Studies Program, Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta 2025.

Radio broadcast programs play a vital role in mass communication strategies, particularly in reaching younger audiences through creative and adaptive approaches. This research is driven by the radio industry's need to continuously innovate in delivering content that is relevant, engaging, and aligned with the behaviors and preferences of its listeners. Prambors, as a youth-oriented radio station, presents the *Get Along with Bella* program, which has proven successful in building strong engagement with its audience, especially among Gen Z. The purpose of this study is to explore the creative strategies employed by the producer to increase both listener numbers and loyalty.

The core issue addressed in this research is how to design a systematic and sustainable program strategy capable of responding to challenges related to audience segmentation, shifting trends, and the evolving media and technology landscape. The study applies program strategy theory, which includes key dimensions such as structured planning processes, audience-centered focus, creative message delivery, and the integration of technology and economic-business considerations in media operations.

This research adopts a qualitative descriptive approach within a constructivist paradigm, aiming to understand the meaning behind the producer's creative strategies in the context of radio program production. The type of research used is a case study with a descriptive method, focusing on the *Get Along with Bella* program at Prambors Radio as the unit of analysis. Data collection techniques include in-depth interviews with the producer, program director, and music director, participatory observation during broadcasts, and analysis of program documentation and digital content. To ensure data validity, the study uses source triangulation by comparing information from various informants directly involved in the production process. This approach enables a comprehensive understanding of the creative and adaptive strategies applied by the production team in responding to audience demands in the digital age.

The findings reveal that the Get Along with Bella program strategy is implemented through data-driven audience research, strategic selection of presenters aligned with target segmentation, flexible and creative content formats, and multiplatform adaptation in response to digital developments. The results also show that program success is highly influenced by creativity in delivering content that resonates with the audience's lives, the use of trends and insights from social media, and monetization strategies that consider the program's economic value.

In conclusion, the producer's creative strategy serves as a critical element in shaping radio programs that are not only engaging but also competitive in the media industry. The study highlights that the creative strategy applied in Get Along with Bella is a structured effort that combines audience research, segmentation-based planning, and innovative content delivery. The producer designs the program with consideration for audience lifestyle, leverages digital platforms like TikTok and Instagram to expand reach, and maintains a balance between content quality and commercial potential. This strategy has proven effective in maintaining radio's relevance in today's competitive digital landscape. The study recommends that Prambors continue to develop data-driven programs, foster creativity, and strengthen digital distribution to reach broader audiences and ensure long-term media sustainability.

Keywords: *Creative strategy, radio program, media planning, audience engagement, Gen Z, digital adaptation, media economy.*

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

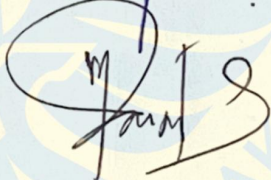
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum



Universitas Negeri Jakarta

Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D

NIP. 198107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Nada Arina Romli, M.I.Kom. NIP. 199109142019032022 Ketua Sidang		17/07 2025
2.	Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si NIP. 197803182008012010 Sekretaris		17/07 2025
3.	Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom NIP. 198101142005012002 Penguji Ahli		17/07 2025
4.	Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc NIP. 198405312019032008 Pembimbing I		17/07 2025
5.	Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si NIP. 197403092005012001 Pembimbing II		17/07 2025

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Virgiawan Faizin

NIM : 1410621111

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Judul KA : Strategi Kreatif Produser Dalam Meningkatkan Pendengar Program Siaran *Get Along with Bella* di Prambors Radio.

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul **"Strategi Kreatif Produser Dalam Meningkatkan Pendengar Program Siaran *Get Along with Bella* di Prambors Radio."** merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 25 Juni 2025



Virgiawan Faizin
NIM. 1410621111



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Virgiawan Faizin
NIM : 1410621111
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum/Ilmun Komunikasi
Alamat email : faizinvirgiawan@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Strategi Kreatif Produser Dalam Meningkatkan Pendengar Program Siaran

Get Along with Bella di Prambors Radio

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 4 Agustus 2025

Penulis

(Virgiawan Faizin)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Kreatif Produser Dalam Meningkatkan Pendengar Program Siaran *Get Along with Bella* di prambors Radio” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tidak akan dapat menyelesaikannya tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Komarudin, M.Si., beserta jajaran rektorat Universitas Negeri Jakarta.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D., beserta jajaran dekanat Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Dini Safitri, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., dan Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D., selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc, dan Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dan II dari peneliti yang telah banyak membantu dan memberikan arahan kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir penulisan skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si., Dr. Dini Safitri, M.Si., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si., Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc., Nada Arina Romli, M.I.Kom., Dr.

M. Fikri Akbar, M.Si., M.M., dan Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D., Mega Ayu Permatasari, M.Si, Noprita Herari, M.Ikom, yang telah memberikan banyak bimbingan, pengetahuan, dan membina peneliti selama mengemban pendidikan selama delapan semester.

7. Sahabat penulis, Boni, Luthfi, Dejet, Mario, Palopi, Zaahra yang telah menjadi teman diskusi serta memberikan segala bentuk dukungan kepada peneliti.
8. Keluarga penulis, Ayah, Bunda, dan Adik yang tak ada hentinya memberikan dukungan selama penulis melakukan perkuliahan hingga akhirnya menyelesaikan skripsi.
9. Orang yang memberikan banyak bantuan serta masukan selama penulis menjalani skripsi, Aceng, Kak Inung, Amar, Amanda, Hertanto, Dilla, dan semua mahasiswa ilmu komunikasi 2021 yang tidak bisa disebutkan satu persatu namun tetap memberikan dukungan terbaik.
10. Seluruh rekan Wadyabala Prambors yang ikut mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyusun skripsi.
11. Kak Tika Indria yang telah berkenan membantu penelitian ini sebagai tringulator dan telah menyempatkan dan mendukung serta memberikan semangat agar skripsi ini bisa berjalan dan berhasil.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini.

Jakarta, 30 Juni 2025

Intelligentia - Dignitas Peneliti

Virgiawan Faizin

NIM. 1410621111

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Identifikasi Masalah	23
1.5 Manfaat Penelitian.....	24
1.5.1 Manfaat Akademis	24
1.5.2 Manfaat Praktis.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Tinjauan Pustaka Terdahulu	26
2.2 Perspektif Teoritif	52
2.2.1 Teori Strategi Program.....	52
2.3 Tinjauan Konseptual	56
2.3.1 Komunikasi Massa	56
2.3.2 Strategi Kreatif.....	58
2.3.3 Program Radio	61
BAB III METODE PENELITIAN	65
3.1 Paradigma Penelitian.....	65
3.2 Pendekatan Penelitian	66
3.3 Jenis Penelitian	68

3.5	Subjek Penelitian	70
3.7	Teknik Reduksi dan Analisa Data	78
3.8	Teknik Keabsahan Data	79
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		82
4.1	Gambaran Umum Penelitian	82
4.2	Hasil Penelitian.....	85
4.2.1	Strategi Program	86
4.3	Pembahasan Penelitian.....	121
4.3.1	Strategi Program	122
4.3.1	Strategi Kreatif.....	171
4.4	Keabsahan Data	179
4.4.1	Strategi Program Adalah Proses Yang Terstruktur dan Strategis	180
4.4.2	Strategi Program Harus Mempertimbangkan Faktor <i>Audience</i> Sebagai Elemen Utama.....	181
4.4.3	Keberhasilan Strategi Program Sangat Bergantung Pada Kreativitas dan Inovasi dalam Penyampaian Pesan	182
4.4.4	Program Media Tidak Bisa Dilepaskan dari Aspek Teknologi dan Perkembangan Industri.....	183
4.4.5	Strategi Program Media Harus Mempertimbangkan Aspek Ekonomi dan Bisnis.....	184
4.5	Pengkodean (<i>Coding</i>)	185
4.5.1	Strategi Program Adalah Proses Yang Terstruktur dan Strategis	185
4.5.2	Strategi Program Harus Mempertimbangkan Faktor <i>Audience</i> Sebagai Elemen Utama.....	188
4.5.3	Keberhasilan Strategi Program Sangat Bergantung Pada Kreativitas dan Inovasi dalam Penyampaian Pesan	192
4.5.4	Program Media Tidak Bisa Dilepaskan dari Aspek Teknologi dan Perkembangan Industri.....	196

4.5.5 Strategi Program Media Harus Mempertimbangkan Aspek Ekonomi dan Bisnis	198
BAB V PENUTUP.....	203
5.1 Kesimpulan.....	203
5.2 Saran	205
DAFTAR PUSTAKA	207
LAMPIRAN	xv



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Poster Sunset Trip with Julio, Ilham Ramdana, dan Hanny Dini	3
Gambar 1.2 Data Nielsen Program Prambors Q1 2023	4
Gambar 1.3 Data Nielsen Program Prambors Q2 2023	4
Gambar 1.4 Poster Get Along with Bella	7
Gambar 1.5 Survei Goodstats bertajuk "Preferensi Pendengar Radio Anak Muda Indonesia 2024"	12
Gambar 1.6 Data grafik presentase pendengar muda radio	16
Gambar 4.1 Diagram Bagan Pohon Olahan Peneliti	121
Gambar 4.2 Akun sosial media (Tiktok) Bella	140
Gambar 4.3 Perpindahan konten dari on-air ke digital (Tiktok)	158
Gambar 4.4 Multiplatform konten Get Along with Bella di Instagram	161

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Tabel Subjek Penelitian	71



Intelligentia - Dignitas