

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio merupakan media massa yang masih bertahan meskipun mulai bermunculan media atau *platform* baru yang pada dasarnya menyajikan hal yang sama. Namun meskipun begitu di era saat ini, eksistensi radio dapat dikatakan mulai menurun diakibatkan persaingan yang semakin ketat.

Pendengar yang mulai bergeser generasi juga menjadi penyebab penurunan eksistensi radio di era saat ini. Dilansir dari laman resmi Komisi Penyiaran Indonesia, pada tahun 2025 kondisi radio dapat dikatakan tidak baik baik saja, dimana pendengar radio secara umum mengalami penurunan dan terdapat 56 radio dihentikan karena selama 6 bulan lamanya *off* siaran, lalu frekuensi diambil negara. Radio pada akhirnya mulai berusaha untuk mengembangkan dan mengembalikan eksistensinya dengan berbagai macam cara. (RG, 2025)

Berdasarkan data yang telah ditemukan, telah terjadi berbagai pembaharuan dalam industri penyiaran. Perubahan ini tidak hanya dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan preferensi pendengar, tetapi juga untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik sebuah radio terutama program siaran.

Salah satu bentuk pembaharuan yang paling terlihat adalah dibuatnya sebuah program siaran baru yang disiapkan dengan konsep

baru, terkini, dan lebih sesuai dengan perkembangan zaman. Program ini dibuat untuk menjangkau pendengar yang lebih luas sekaligus mempertahankan loyalitas pendengar. Dengan adanya siaran baru tersebut, industri penyiaran diharapkan mampu terus bersaing dan memberikan kontribusi bagi dunia informasi dan hiburan. (Pratiwi et al., 2023)

Hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa banyak pendengar program *Sunset Trip* yang disiarkan pada jam prime time sore hari, sebelum hadirnya program *Get Along with Bella*, belum menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap acara tersebut. Program "Sunset Trip," yang tayang dari hari Senin hingga Jumat, secara konsisten hadir dalam slot waktu strategis yang seharusnya mampu menjangkau khalayak luas, terutama para Kawulamuda sebutan target utama Prambors Radio. Namun, kenyataannya, program ini dinilai kurang berhasil menciptakan daya tarik yang kuat maupun membangun keterlibatan emosional dengan para pendengarnya.

Hal ini dapat dilihat dari minimnya interaksi pendengar. Kurangnya inovasi dalam konten, pendekatan yang kurang relevan dengan gaya hidup dan minat anak muda masa kini, serta lemahnya strategi promosi diduga menjadi beberapa faktor penyebab mengapa program ini tidak mampu bersaing secara optimal dengan tayangan radio lain di jam yang sama. Dengan demikian, dibutuhkan upaya kreatif dan pembaruan strategi agar program-program yang disiarkan di jam prime time benar-benar mampu

merebut perhatian dan loyalitas pendengar utama Prambors Radio. (Pratiwi et al., 2023).

Sebelumnya Sunset Trip sendiri merupakan program siaran yang sudah mulai ditayangkan sejak 2016, dengan penyiar awal yaitu Kresna Julio, Ilham Ramdana, dan disusul oleh Nadya Julia, dan sempat berganti Kresna Julio, Ilham Ramdana, dan Hanny Dini di 2019, hingga formasi terakhirnya Kresna Julio dan Paquita Genuschka. (Purnama, 2023)

Gambar 1.1

Poster Sunset Trip with Julio, Ilham Ramdana, dan Hanny Dini

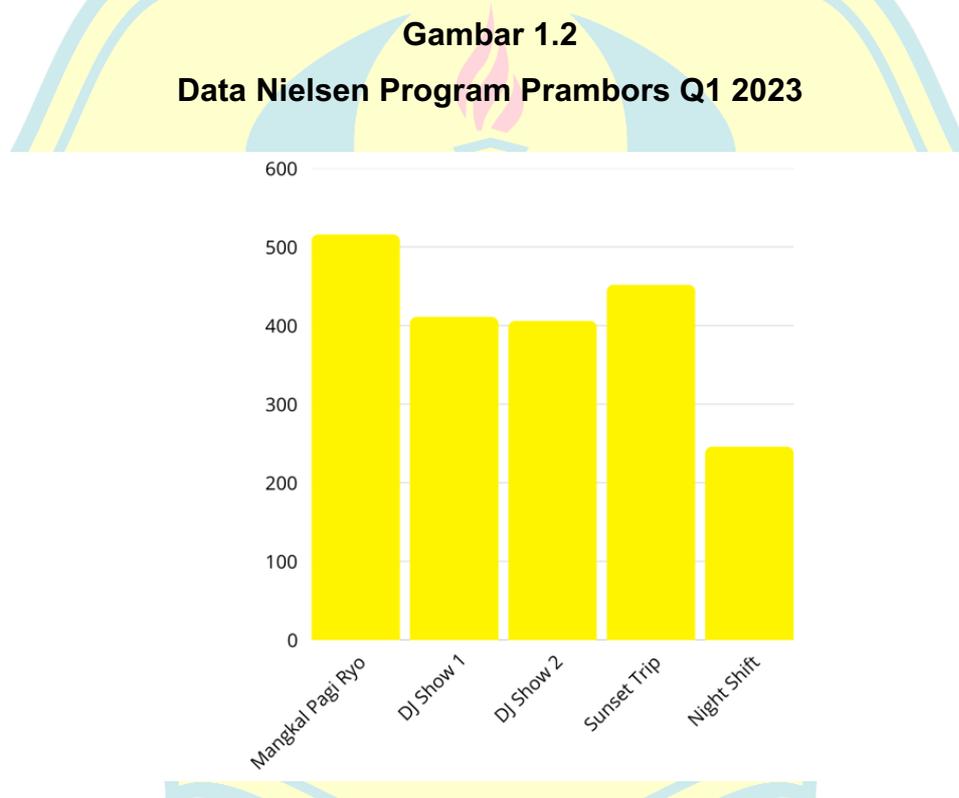


Sumber: Pramborsfm.com (Diakses pada 5 Desember 2024, pada pukul 22.19)

Salah satu alasan utama program "Sunset Trip" tidak dilanjutkan adalah bahwa acara ini dianggap kurang menghibur dan tidak mampu memenuhi kebutuhan dalam memberikan pengalaman mendengarkan radio yang menyenangkan atau menarik. Kekurangan dalam elemen hiburan ini

membuat program "Sunset Trip" kalah bersaing dengan acara lain yang lebih interaktif atau relevan dengan selera Kawulamuda.

Berdasarkan temuan data yang didapatkan oleh peneliti dari data *Nielsen* program siaran radio di Prambors pada kuartal pertama (Q1) tahun 2023, dapat diketahui bahwa program "Sunset Trip" meraih angka 452 ribu pendengar.

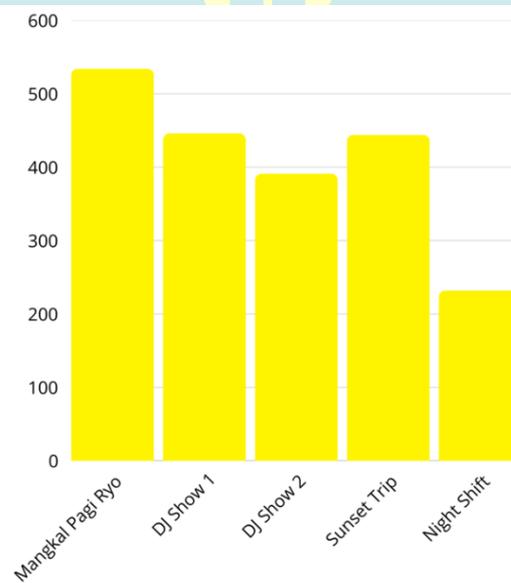


Sumber: Prambors (Diakses pada 24 Februari 2025, pada pukul 17.55)

Ditemukan juga bahwa berdasarkan data Nielsen untuk kuartal kedua (Q2) tahun 2023, program "Sunset Trip" mengalami penurunan jumlah pendengar, meskipun tidak tergolong signifikan, dengan angka mencapai 444 ribu pendengar. Angka ini menempatkan Sunset Trip pada posisi kedua sebagai program dengan jumlah pendengar terbanyak di

Prambors Radio, tepat di bawah program unggulan Mangkal Pagi Ryo. Penurunan ini meskipun relatif kecil, tetap menjadi indikator penting bagi tim produksi dan manajemen untuk mengevaluasi daya tarik konten sore hari. Hal ini dapat berkaitan dengan pergeseran preferensi audiens, pola aktivitas pendengar pada jam prime time sore, atau bahkan munculnya kompetitor konten digital lainnya yang menarik minat segmen usia yang sama. Oleh karena itu, data tersebut menjadi salah satu dasar penting dalam menyusun strategi konten yang lebih relevan dan interaktif, guna menjaga posisi kompetitif Sunset Trip di tengah dinamika perilaku audiens yang cepat berubah.

Gambar 1.3
Data Nielsen Program Prambors Q2 2023



Sumber: Prambors (Diakses pada 24 Februari 2025, pada pukul 18.20)

Hal tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengevaluasi kembali konsep program, baik dari segi konten, penyampaian, maupun daya tariknya, agar mampu menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan memenuhi kebutuhan Kawulamuda yang cenderung mudah berganti dan memiliki preferensi yang terus berkembang.

Setelah perubahan tersebut, dibuat lah *Get Along with Bella* yang merupakan program siaran *prime time* yang disiarkan oleh Prambors Radio pada sore hari, tepatnya mulai pukul 16.00 hingga 20.00 WIB, dengan Bella Arswendita sebagai penyiar utama yang memandu program siaran tersebut.

Program siaran yang pertama kali mengudara pada Januari 2024 ini ditujukan untuk pendengar berusia 14 hingga 28 tahun. Segmentasi usia ini dipilih karena mencerminkan karakteristik utama dari Kawulamuda. Pendengar yang menjadi target dari *Get Along with Bella* meliputi berbagai kalangan, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga pekerja muda atau *first jobber* yang mencari hiburan dan relaksasi setelah menjalani aktivitas padat seharian.

Program ini dirancang untuk menjadi teman di waktu senggang, sekaligus menghadirkan konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka, mulai dari topik ringan tentang percintaan dan persahabatan, hingga diskusi hangat seputar isu-isu sosial yang sedang berkembang. Dengan pendekatan yang ringan namun tetap informatif, *Get Along with Bella* berusaha membangun kedekatan emosional dengan pendengar,

menjadikannya bukan hanya sebagai program hiburan, tetapi juga sebagai ruang berbagi pengalaman dan inspirasi bagi generasi muda urban Indonesia.

Berikut merupakan poster digital yang menjadi bahan promosi program siaran *Get Along with Bella* yang diunggah pada media sosial, dalam poster ini menunjukkan wajah Bella sebagai penyiar, nama program siaran, *tagline*, serta jam tayang dari program siaran *Get Along with Bella*

Gambar 1.4
Poster *Get Along with Bella*



Sumber: Pramborsfm.com (Diakses pada 14 Desember 2024, pada pukul 14.23)

Get Along with Bella menghadirkan gaya siaran yang sangat santai dikemas dengan pembawaan yang menyenangkan, sehingga pendengar merasa nyaman dan dekat, seolah-olah mereka sedang berbicara dengan teman nya sendiri. Bella Arswendita, dengan ciri khasnya dalam menciptakan suasana akrab, berhasil menjadikan program siaran ini lebih

dari sekadar sebuah program siaran radio. Program siaran ini mengedepankan kedekatan dengan pendengar, menjadikan radio sebagai teman dekat yang siap menghibur dan memberikan informasi secara ringan. *Tagline* yang diusung oleh program siaran ini, yaitu "*Your Radio Bestfriend*," menggambarkan dengan jelas konsep yang ingin disampaikan: menjadikan radio sebagai teman terbaik pendengar yang selalu hadir untuk menemani aktivitas mereka.

Keberhasilan *Get Along with Bella* dalam menciptakan suasana yang hangat dan bersahabat ini menjadi daya tarik utama yang membedakan *Get Along with Bella* dari program radio lainnya, dan hal ini menjadi alasan mengapa banyak pendengar merasa senang, nyaman dan menikmati setiap sesi siaran yang berlangsung.

Get Along with Bella tidak hanya memberikan hiburan yang menyenangkan, tetapi juga menghadirkan berbagai *benchmark* yang menarik dan unik, seperti ABC5DASAR, GAC (*Get Along Club*), WAO (*Wrong Answer Only*).

Benchmark-benchmark ini memberikan karakteristik khusus pada program siaran ini, sehingga menjadikannya mudah dikenali dan diingat oleh para pendengarnya, yang lebih akrab disebut dengan sebutan Kawula muda. (Chandra, 2024)

Berdasarkan data nielsen yang dikutip dari Prambors, diketahui bahwasanya terdapat peningkatan pada Q4 2024 pada program *Get Along*

with Bella, Prambors Network secara umum naik 4% atau sekitar 36.000 dengan cume saat ini 928.000 listeners (sebelumnya 892.000 Listeners).

Dengan adanya hal tersebut membuat *Get Along with Bella* berhasil menciptakan identitas yang kuat dan membedakannya dari program siaran lain, sekaligus membuat pendengar merasa lebih dekat dan terlibat dalam setiap siaran. Selain itu, program siaran *Get Along with Bella* juga menyajikan beragam topik menarik yang selalu *up-to-date* dan relevan dengan minat Kawula muda. Mulai dari berita terkini mengenai industri musik, hingga tema-tema yang dapat mengundang pendengar untuk berpartisipasi dan berinteraksi langsung dalam setiap siaran.

Interaksi ini menjadi salah satu daya tarik utama dari *Get Along with Bella* di mana pendengar tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi juga turut serta dalam alur siaran radio, memberikan opini, atau bahkan terlibat dalam permainan dan segmen menarik yang disajikan. Hal ini tidak hanya membuat siaran menjadi lebih hidup, tetapi juga memperkuat hubungan antara penyiar dan pendengar, menjadikan program ini lebih seperti obrolan santai dengan teman dekat yang selalu siap menemani setiap hari.

Pada proses dalam pembuatan sebuah program siaran, produser merupakan individu yang bertanggung jawab untuk mengubah atau menciptakan ide-ide kreatif menjadi konsep yang praktis dan dapat diterima oleh masyarakat luas. Mereka harus memastikan bahwa ada dukungan finansial yang cukup untuk melaksanakan produksi program televisi, serta

mampu mengelola seluruh proses produksi, termasuk penjadwalan yang tepat. (Kunci et al., 2019)

Menciptakan sebuah program yang berkualitas bukanlah tugas yang sederhana. Proses ini memerlukan keahlian dan keterampilan khusus agar tayangan yang dihasilkan dapat diterima dan diapresiasi oleh masyarakat. Produser harus mempertimbangkan berbagai aspek, mulai dari konten yang relevan hingga cara penyampaian yang menarik. Selain itu, seorang produser juga perlu memahami selera dan preferensi pendengar untuk memastikan bahwa tayangan tersebut tidak hanya informatif tetapi juga menghibur. Oleh karena itu, keberhasilan sebuah program sangat bergantung pada kemampuan tim produksi dalam merancang dan menyajikan konten yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pendengar. (Muflih & Yahya, 2023)

Dibalik pembuatan sebuah program siaran, tentu perlu diperhatikan kembali target pendengar dari radio tersebut. Setiap radio memiliki target pendengar yang berbeda, dan bagaimana dapat memenuhi kebutuhan target pendengar tersebut. Perbedaan antara jenis pendengar radio seperti Prambors dan radio yang masih eksis hingga saat ini seperti iRadio, GenFM, Mustang, Hardrock, JakFM, KissFM, dan Global Radio dapat dilihat dari beberapa aspek.

Prambors menyasar anak muda mulai usia 15-24 tahun dengan fokus pada musik asing dibandingkan dengan musik lokal dengan perbandingan 70:30, sementara GenFM meskipun secara target pendengar

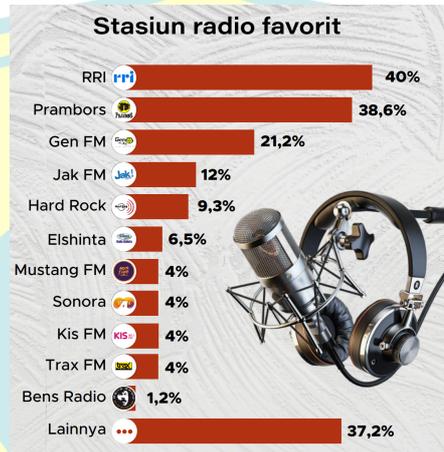
cenderung mirip dengan Prambors, namun GenFM menekankan musik lokal Indonesia yang lebih dominan. Radio menyajikan interaksi yang tinggi dengan konten digital dibanding dengan *on air* dan memutarakan 100% musik lokal Indonesia dan menekankan target pendengar di usia 20-35 tahun, sedangkan Mustang memiliki format yang unik dan dinamis. Hardrock fokus pada musik rock, JakFM menawarkan konten beragam termasuk berita dan hiburan dan menargetkan pada pendengar usia dewasa atau dapat dikatakan pegawai kantoran, dan KissFM menyajikan musik pop dan kontemporer. Global Radio menawarkan konten global dan beragam.

Setiap radio memiliki keunikan dan target pendengar yang berbeda-beda, mempengaruhi jenis pendengar yang mereka sasar. Prambors dan GenFM berfokus pada anak muda dengan strategi berbeda, sementara Hardrock dan KissFM memiliki fokus spesifik pada genre musik tertentu.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Goodstats pada tahun 2024 bertajuk "Preferensi Penggunaan Radio Anak Muda Indonesia 2024". Prambors radio menduduki peringkat ke dua dengan presentasi di angka 38.6% yang menandakan Prambors menjadi salah satu radio favorit dan banyak di dengarkan oleh pendengarnya setelah RRI dengan target pendengar yang cenderung lebih luas.

Adapun di bawah ini gambar 1.5 mengenai survei dari goodstats bertajuk “preferensi pendengar radio anak muda Indonesia 2024”.

Gambar 1.5
Survei Goodstats bertajuk "Preferensi Pendengar Radio Anak Muda Indonesia 2024"



Sumber: [GoodStats.id](https://www.goodstats.id) (Diakses pada 19 Mei 2025, pada pukul 22.23)

Prambors Radio, sebagai salah satu media massa yang masih menjadi pilihan di kalangan Kawula muda, memiliki peran yang penting dalam menyampaikan sebuah informasi sekaligus hiburan bagi pendengarnya, khususnya generasi muda. Melalui program-program siarannya yang menarik dan kreatif, Prambors mampu menciptakan suasana yang menyenangkan, sehingga memberikan pengalaman mendengarkan Radio yang tidak hanya menghibur namun juga memberikan informasi baru bagi pendengar. Dengan konten siaran yang dibuat sesuai dengan minat dan kebutuhan pendengar. (Sriwati et al., 2022)

Prambors Rasionia atau lebih dikenal dengan sebutan Prambors sendiri merupakan salah satu perusahaan penyiaran terbesar di Indonesia. Merupakan kependekan dari beberapa nama daerah terkenal di Jawa

Tengah, yaitu Prambanan, Mendut, Borobudur, dan sekitarnya. Sementara itu, kata Rasionia merupakan singkatan dari Radio Siaran Sosial Niaga, yang selaras dengan visi perusahaan yaitu tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga memiliki peran dalam menyampaikan informasi dan mendukung aktivitas sosial serta komersial.

Melalui program-program menarik dan inovatif yang disesuaikan dengan minat Kawulamuda, Prambors terus berupaya mempertahankan relevansinya di tengah persaingan industri media, baik dari radio konvensional maupun platform digital yang kini berkembang pesat. Dengan adanya unit yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia menunjukkan komitmen Prambors untuk mendukung penyebaran informasi sekaligus memberikan hiburan yang berkualitas kepada pendengarnya di seluruh Indonesia.

Dilansir dari laman resmi prambors radio, seiring dengan perkembangan zaman, Prambors terus memperluas jangkauannya untuk menjangkau lebih banyak pendengar di berbagai daerah di Indonesia. Saat ini, Prambors radio ini telah hadir di delapan kota besar dengan frekuensi masing-masing, yaitu Prambors Jakarta di 102.2 FM, Prambors Bandung di 98.4 FM, Prambors Semarang di 102 FM, Prambors Solo di 99.2 FM, Prambors Yogyakarta di 95.8 FM, Prambors Surabaya di 89.3 FM, Prambors Medan di 97.5 FM, dan Prambors Makassar di 105.1 FM. Dengan jaringan siaran yang luas, Prambors mampu menjadi pilihan bagi generasi

muda di berbagai kota untuk mendapatkan informasi terkini dan hiburan.
(Pramborsfm.com)

Meskipun pada tahun 2000-an, jumlah pendengar radio di Indonesia mengalami penurunan yang signifikan dibandingkan dengan masa lalu yang lebih cerah. Banyak orang mulai beralih ke media yang lebih modern dan interaktif, seperti televisi dan internet, yang menawarkan konten lebih menarik. Dalam menghadapi tantangan ini, pengelola radio berupaya menerapkan berbagai strategi inovatif untuk menarik kembali minat pendengar, terutama di kalangan generasi muda. (Hayati & Ariestanty, 2023)

Meskipun begitu industri penyiaran radio pada saat ini tetap berupaya untuk beradaptasi dan berkembang mengikuti perkembangan zaman, dengan memperkenalkan berbagai inovasi dan bentuk siaran baru yang lebih menarik bagi pendengar. Berbagai stasiun radio termasuk Prambors Radio mulai mengintegrasikan teknologi digital pada programnya untuk meningkatkan kualitas siaran dan memperluas jangkauan pendengar, seperti dengan memanfaatkan *platform streaming online* dan media sosial untuk menjangkau pendengar yang lebih luas.

Perkembangan ini turut merangsang sebuah pertumbuhan industri penyiaran di berbagai wilayah diluar maupun dalam negeri. Perkembangan ini secara jelas menunjukkan bagaimana sebuah industri radio dapat terus memberikan sebuah inovasi dan pastinya tetap relevan di tengah tantangan digitalisasi yang terus berkembang.

Industri penyiaran khususnya radio mengintegrasikan teknologi terkini ke dalam sebuah program siaran dan memiliki fokus pada penajaman sebuah segmen audiens untuk memenuhi minat spesifik kelompok pendengar tertentu. Selain itu, pengelola radio juga memperluas usaha melalui aktivitas off-air, seperti acara komunitas, untuk membangun hubungan lebih dekat dengan audiens.

Melalui survei yang dilakukan oleh Goodstats di tahun 2024 mengenai “Preferensi Pengguna Radio Anak Muda di Indonesia 2024” diketahui bahwasanya radio dapat dikatakan menjadi media komunikasi yang penting pada golongan generasi muda di Indonesia.

Hal tersebut dapat dibuktikan dari temuan bahwa 52% responden menyatakan masih mendengarkan radio dengan frekuensi minimal sebulan sekali atau lebih, menunjukkan bahwa radio tetap memiliki tempat di tengah gempuran media digital. Menariknya, puncak frekuensi terbanyak berada pada rentang 2-4 hari sekaligus dengan persentase 14,6%, sebagaimana dicatat oleh GoodStats (2024). Oleh karena itu, mempertahankan relevansi konten siaran dan menyesuaikannya dengan kebutuhan audiens menjadi kunci untuk menjaga keterikatan dalam jangka panjang. (GoodStats, 2024)

Intelligentia - Dignitas

Berikut adalah gambar 1.6 mengenai data grafik presentase pendengar muda radio.

Gambar 1.6
Data grafik presentase pendengar muda radio



Sumber: [GoodStats.id](https://www.goodstats.id) (Diakses pada 23 Januari 2025, pada pukul 12.34)

Minat radio di kalangan generasi muda mungkin dipengaruhi oleh program-program yang semakin kreatif, inovatif, dan sesuai dengan minat para pendengar, seperti musik, berita, hiburan, hingga interaksi langsung melalui panggilan atau media sosial. Hal ini menjadi bukti bahwa meskipun teknologi berkembang pesat, radio tetap memiliki menjadi opsi hiburan bagi pendengarnya, termasuk generasi yang tumbuh di era digital.

Melihat radio pada era saat ini, masih menjadi media komunikasi yang efektif. Dengan teknologi yang semakin berkembang, radio tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga memungkinkan melakukan interaksi langsung dengan pendengar melalui panggilan telepon dan media sosial. Selain itu, radio di era terkini juga memanfaatkan platform *streaming*

dan *podcasting* untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan pengalaman mendengarkan yang lebih fleksibel. Hal ini menunjukkan bahwa radio tetap memiliki peran penting dalam dunia komunikasi saat ini. (Kustiawan et al., 2024)

Disisi lain, mayoritas pendengar radio di Indonesia kini telah memiliki ponsel yang dilengkapi fitur mendengarkan radio dan akses internet. Dengan adanya peningkatan jumlah pengguna smartphone secara berturut-turut pada tahun 2016, 2017, 2018, 2019, dan 2020 menunjukkan angka penggunaan masing-masing sebesar 2,5 miliar, 2,9 miliar, 3,2 miliar, dan 3,5 miliar. Diperkirakan pada tahun 2021 jumlah pengguna akan mencapai 3,8 miliar. (Ulag et al., 2022). Oleh karena itu, pengelola radio mulai mengenalkan konvergensi media dengan menggunakan teknik siaran streaming dan *podcasting* untuk memberikan pengalaman mendengarkan yang lebih fleksibel. Meskipun banyak perubahan terjadi, radio transistor masih tetap menjadi pilihan utama bagi banyak pendengar, menunjukkan bahwa radio tetap memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. (Hayati & Ariestanty, 2023)

Jika ditelaah lebih jauh, radio sendiri adalah salah satu media massa tertua, dimulai pada tahun 1887 ketika J.C. Maxwell dan Heinrich Hertz menciptakan gelombang radio. Sejak saat itu, radio terus berkembang dan tetap dipercaya oleh masyarakat hingga kini. Sebagai media konvensional, radio berperan penting dalam menyebarkan informasi dengan cakupan yang lebih luas dibandingkan media cetak. Meskipun berada di era digital

yang didominasi oleh generasi baru yang lebih terkini, radio tetap relevan dan mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. (Kustiawan et al., 2024)

Radio masih dinikmati banyak pendengar, namun fungsinya sebagai sumber informasi dan hiburan mulai tergeser oleh kemajuan teknologi dan era digital. Masyarakat kini lebih memilih media digital yang lebih cepat, interaktif, dan fleksibel, meski radio tetap memiliki pendengar setia.

Berdasarkan hasil survei terakhir yang dirilis oleh *Nielsen Radio Audience Measurement* pada tahun 2016, radio masih menjadi salah satu media yang cukup diminati oleh generasi muda, didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 57% pendengar radio berasal dari kelompok usia muda, yaitu generasi Z dan generasi milenial yang berusia. Jika di perdalam lebih lanjut, dari total tersebut, pendengar dari kalangan milenial mendominasi dengan persentase sebesar 38%, sementara generasi Z dengan presentase 28%.

Hal ini memberikan gambaran yang berbeda dari asumsi umum yang selama ini berkembang, di mana radio sering dianggap sebagai media yang hanya menarik bagi kalangan usia tua, berbanding terbalik dengan data yang membuktikan bahwa radio masih relevan dan mampu menarik perhatian generasi muda di tengah banyaknya persaingan dengan platform digital dan media baru.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul analisis ide kreatif

produser dalam meningkatkan pendengar program siaran *Get Along with Bella* di Prambors Radio, dengan harapan hasil dari penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya inovasi dalam konten siaran dalam ranah industri radio. Dengan menganalisis bagaimana ide-ide kreatif produser dapat menarik perhatian pendengar, penelitian ini dapat memberikan referensi bagi stasiun radio lain untuk melaksanakan praktik yang efektif dalam meningkatkan kualitas program siaran. Di tengah persaingan yang ketat, kemampuan untuk menarik dan mempertahankan pendengar sangatlah penting. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai strategi pemasaran yang lebih baik.

Dalam hal kontribusi terhadap ilmu komunikasi, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang kreativitas dalam produksi media, khususnya di ranah radio. Fokus terhadap proses kreatif yang dilakukan oleh produser memberikan sudut pandang baru mengenai bagaimana ide-ide inovatif tidak hanya dirumuskan, tetapi juga diimplementasikan ke dalam format siaran yang menarik dan relevan bagi pendengar. Penelitian ini tidak hanya membahas konsep secara teoretis, tetapi juga menyajikan contoh konkret penerapan strategi kreatif dalam dunia penyiaran radio, yang dapat menjadi referensi atau model praktik bagi para profesional di bidang media. Selain itu, penelitian ini turut menggali lebih dalam mengenai interaksi yang terjalin antara program siaran dan pendengarnya, memperlihatkan dinamika komunikasi dua arah yang terjadi dalam konteks media massa. Melalui pemahaman tersebut, kita dapat melihat bagaimana komunikasi

tidak hanya bersifat menyampaikan pesan satu arah, melainkan juga membentuk relasi, membangun loyalitas audiens, serta menciptakan pengalaman media yang lebih personal dan bermakna. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberi kontribusi pada aspek produksi konten, tetapi juga memperluas cakupan studi komunikasi dalam memahami perilaku audiens, pola konsumsi media, dan peran media dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini juga memiliki keterkaitan yang erat dengan ranah ilmu komunikasi, khususnya dalam fokus komunikasi massa dan manajemen media. Dalam konteks ilmu komunikasi, strategi kreatif yang dilakukan oleh seorang produser merupakan bagian yang sangat penting dari proses komunikasi massa, di mana pesan-pesan yang disusun dan dikemas melalui media dalam hal ini radio ditujukan kepada khalayak luas. Proses ini tidak hanya melibatkan penyampaian informasi, tetapi juga bagaimana informasi tersebut dikemas secara menarik, relevan, dan sesuai dengan karakteristik audiens, agar dapat diterima dan membangun keterlibatan (*engagement*) dengan pendengar.

Melalui analisis terhadap strategi kreatif produser, penelitian ini membahas bagaimana pesan-pesan media disusun, teknik kreatif apa saja yang digunakan untuk menarik perhatian, serta bagaimana inovasi dalam isi dan format siaran dapat meningkatkan jumlah pendengar. Hal ini mencerminkan aspek penting dari ilmu komunikasi, yaitu pemahaman tentang proses *encoding* (pengkodean pesan oleh komunikator) dan

decoding (penafsiran pesan oleh komunikan), serta pentingnya umpan balik dalam menciptakan komunikasi yang efektif.

Selain itu, penelitian ini juga terkait dengan ranah komunikasi strategis dan komunikasi pemasaran media, karena strategi kreatif yang dilakukan produser bertujuan untuk membangun *positioning* program siaran di benak audiens dan bersaing dengan program lain di waktu yang sama. Penelitian ini turut menggambarkan dinamika interaksi antara media dan audiens dalam konteks platform tradisional seperti radio, yang tetap relevan di era digital dengan penyesuaian strategi dan konten.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan dengan ilmu komunikasi, akan tetapi juga berkontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi dalam hal praktik media, strategi konten, manajemen siaran, serta studi audiens, khususnya dalam konteks media radio yang kini menghadapi tantangan besar di tengah berkembangnya media digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi pengembangan industri radio tetapi juga memberikan kontribusi penting bagi ilmu komunikasi, membuka jalan untuk inovasi lebih lanjut dalam dunia penyiaran.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang, pentingnya mengkaji berbagai elemen kreatif oleh seorang produser, seperti pemilihan tema, pengembangan format siaran, dan pengelolaan konten yang disesuaikan dengan selera pendengar. Selain itu, bagaimana produser menggunakan elemen-elemen

hiburan dan informasi yang relevan untuk menarik perhatian pendengar. Pada praktiknya, produser memainkan peran penting dalam menciptakan interaksi langsung antara penyiar dan pendengar. Peneliti akan mengeksplorasi bagaimana produser memanfaatkan *platform on air* untuk meningkatkan keterlibatan pendengar, serta menjaga hubungan yang lebih akrab dan interaktif dengan pendengar. Peneliti akan memberikan gambaran tentang seberapa efektif strategi kreatif yang diterapkan produser dalam menarik dan meningkatkan pendengar, serta memberikan wawasan mengenai hal-hal yang berkontribusi pada keberhasilan program siaran di tengah persaingan industri radio yang semakin ketat.

Dengan demikian, melalui latar belakang dan temuan yang telah dijelaskan, peneliti melakukan pendalaman dan berfokus untuk meneliti di Prambors radio guna meninjau dan menganalisis bagaimana strategi kreatif produser dalam meningkatkan pendengar program siaran *Get Along with Bella* di Prambors Radio?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi produser dalam meningkatkan pendengar program siaran *Get Along with Bella* di Prambors radio meliputi perencanaan program, eksekusi program, dan evaluasi program. Dimana juga akan meliputi pemilihan topik yang relevan dan menarik bagi pendengar muda, penerapan format siaran yang inovatif, serta upaya untuk menciptakan interaksi langsung antara penyiar dan

pendengar, yang menjadi elemen penting dalam menjaga loyalitas pendengar.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika dunia penyiaran radio yang terus berkembang, serta memberikan rekomendasi yang berguna bagi produser dan penyiar dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik program radio di masa depan.

1.4 Identifikasi Masalah

Program siaran radio *Get Along with Bella* yang mulai mengudara sejak Januari 2024 merupakan salah satu upaya Prambors Radio dalam menarik perhatian pendengar muda, khususnya Kawulamuda berusia 14-28 tahun yang tinggal di kota-kota besar. Meskipun program ini hadir dengan pendekatan konten yang segar dan relevan, peningkatan jumlah pendengar tidak terjadi secara instan dan memerlukan strategi yang matang dari tim produksi, khususnya produser.

Di tengah persaingan ketat antar program siaran radio dan pergeseran kebiasaan konsumsi media ke platform digital seperti podcast dan streaming musik, tantangan bagi produser *Get Along with Bella* adalah bagaimana menciptakan siaran yang bukan hanya menarik, tetapi juga mampu membangun loyalitas audiens. Oleh karena itu, strategi kreatif yang diterapkan oleh produser menjadi kunci penting dalam mengemas konten, memilih topik, membangun interaksi dengan pendengar, serta menciptakan

diferensiasi dari program lain serta bagaimana tahapan rancangan perncanaan program, eksekusi program dan evaluasi program dilakukan..

Akan tetapi, masih diperlukan pemahaman lebih lanjut mengenai bagaimana strategi kreatif tersebut dirancang dan diterapkan dalam praktik siaran, serta sejauh mana strategi tersebut efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan jumlah pendengar. Minimnya dokumentasi serta penelitian mendalam terkait strategi produksi kreatif di radio, khususnya di konteks lokal seperti Prambors, juga menjadi alasan penting mengapa isu ini perlu dikaji lebih jauh dalam ranah akademik.

1.5 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat manfaat yang terbagi menjadi dua jenis. Manfaat yang dimaksud yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis. Peneliti memberikan pemahaman bahwasanya manfaat ini adalah bentuk dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Berikut manfaat penelitian ini dari segi akademis dan praktis:

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi referensi lain bagi akademisi dalam mengembangkan kajian mengenai strategi kreatif untuk program siaran radio. Diharapkan juga dari hasil penelitian ini dapat diimplementasikan dalam kurikulum *radio journalism*, serta memberikan wawasan dan saran yang mendukung pengajaran yang lebih mendalam dan optimal terkait strategi kreatif untuk meningkatkan jumlah pendengar radio.

1.5.2 Manfaat Praktis

Besar harapannya dari penelitian ini dapat memberikan evaluasi dan masukan bagi Prambors Radio dalam mengoptimalkan jalannya sebuah program siaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi masukan atau bahan acuan bagi instansi radio atau media lain yang sejenis dalam usaha meningkatkan pendengar program siaran atau bahkan suatu radio.



Intelligentia - Dignitas