

Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar dalam Mempertahankan Minat Pendengar pada Era Digital

Nasir ✉

Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Makassar

Abstrak

Agar radio berita tidak benar-benar ditinggalkan pendengar, maka radio dituntut melakukan transformasi agar dapat mengimbangi perkembangan zaman yang serba digital. Salah satunya dengan menyediakan fitur digital dan aplikasi yang memungkinkan pendengar dapat menikmati siaran radio tanpa terbatas waktu maupun tempat melalui *smartphone*. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar dalam mempertahankan minat pendengar dalam era digital. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian, kualitatif hasil observasi dan wawancara dianalisis dan diuraikan data-data yang diperoleh di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar dalam mempertahankan minat pendengar pada era digital, yaitu strategi yang pertama terletak pada bagian program radio yang akan disiarkan, yang dibagi menjadi empat tahap, yakni tahap perencanaan program, tahap produksi dan pembelian program, tahap eksekusi program dan dalam rangka tahap pengawasan dan evaluasi program. Strategi yang kedua, yaitu mempertahankan minat pendengar, terbagi menjadi lima tahap, yaitu: pembentukan kesesuaian, membangun kebiasaan, pengontrolan arus pendengar, pemeliharaan sumber daya program, dan daya penarik massa.

Copyright (c) 2022 Nasir

✉ Corresponding author :

Email Address : nasirpole23@gmail.com

PENDAHULUAN

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah lembaga penyiaran publik yang menyelenggarakan kegiatan radio yang bersifat memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran radio yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pada setiap stasiun RRI memiliki 4 program (Pro). Pro 1 sebagai pusat pemberdayaan masyarakat, yang ditunjukkan untuk segmen dari kalangan menengah ke bawah seperti petani, nelayan, dan ibu rumah tangga. Pro 2 sebagai pusat siaran kreatifitas anak muda, yang ditunjukkan untuk segmen remaja, anak-anak muda, dan pelajar. Program ini juga menjadi wadah bagi komunitas band-band indie. Sedangkan pro 3 sebagai pusat jaringan berita nasional, RRI memberikan layanan siaran konten berisi ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan, serta pada Pro 4 sebagai pusat siaran pendidikan dan budaya.

RRI merancang program siaran dengan memperhatikan asas narrowcasting, seperti program siaran pendidikan untuk memperkuat pembentukan karakter bangsa dan mendorong persatuan dan kesatuan bangsa, program siaran yang mengangkat berbagai permasalahan yang dirasakan oleh kelompok-kelompok minoritas yang tinggal di daerah perbatasan. RRI berupaya

memastikan bahwa informasi bukan cuma milik mereka yang tinggal di kota melainkan juga mereka yang tinggal di pelosok, termasuk warga negara Indonesia yang berada di daerah terdepan di negeri ini. RRI memiliki PRO 2 yang merupakan jaringan berita nasional dengan menyajikan berita dan informasi mengenai kalangan anak muda yang di pancar luaskan oleh setiap stasiun RRI daerah yang ada di seluruh penjuru Tanah Air. RRI Pro 2 hadir di tengah masyarakat atau di kalangan anak muda dengan mengusung sebuah misi memberikan informasi dan hiburan yang menarik dan sebanyak-banyaknya kepada masyarakat, sekaligus memberikan inspirasi dan motivasi kepada masyarakat. Perkembangan teknologi komunikasi sekarang dapat mengancam keberadaan radio yang menjadi media massa Prima Donnas saat itu. Munculnya berbagai jenis teknologi komunikasi, aplikasi dan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan banyak streaming lagu mulai mengancam posisi radio.

Agar radio berita tidak benar-benar ditinggalkan pendengar, maka radio dituntut melakukan transformasi agar dapat mengimbangi perkembangan zaman yang serba digital. Salah satunya dengan menyediakan fitur digital dan aplikasi yang memungkinkan pendengar dapat menikmati siaran radio tanpa terbatas waktu maupun tempat melalui smart phone. Memasuki era digital, yang mana seperti kita ketahui di lingkungan kita sekarang setelah munculnya teknologi yang sangat canggih sehingga sebagian besar kalangan anak muda mendengarkan berita atau informasi menarik lain dengan mudah mengakses melalui HP android yang sangat canggih itu sehingga minat pendengar radio dari stasiun RRI Makassar sedikit tertinggal. Berdasarkan hal di atas penulis, dilakukan penelitian dengan judul "Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar dalam Mempertahankan Minat Pendengar pada Era Digital"

Menurut Chandler (2019), "Strategi adalah penetapan sasaran dan arahan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan". Adapun menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi tersebut. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi dalam artian luas adalah faktor yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan pemimpin yang bisa dalam merumuskan strategi yang digunakan.

Menurut Anshori (2014:20-22), jenis-jenis strategi terdiri dari empat bagian, yaitu: 1) Klasifikasi Berdasarkan Ruang Lingkup Strategi ini merupakan strategi utama (induk). Strategi ini bisa dirumuskan lebih sempit sebagai strategi dan dapat dirancang sebagai sub strategi. 2) Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Organisasi Misalnya dalam perusahaan yang terdiri atas sejumlah divisi yang sekurang-kurangnya dua tingkat, yakni strategi kantor dan strategi divisi. 3) Klasifikasi Berdasarkan Sumber Material dan Bukan Material Kebanyakan strategi berkaitan dengan sumber daya yang bersifat fisik. Tetapi, strategi bisa mengenai penggunaan tenaga kerja manajer, tenaga ilmuwan, dan lain sebagainya. Strategi bisa juga berkaitan dengan gaya manajemen, gaya berfikir atau falsafah tentang hal yang merupakan sikap sebuah instansi pada tanggung jawab sosial. 4) Klasifikasi Berdasarkan Tujuan dan Fungsi Misalnya pertumbuhan yaitu sarana utama dari kebanyakan perusahaan dan ada banyak strategi yang bisa dipilih untuk menjamin pertumbuhan tersebut.

Radio adalah salah satu bentuk media massa, karena potensi untuk mengkomunikasikan sesuatu sangat besar kesetiap rumah, desa, kota, negara bahkan antar negara (melalui satelit). Tetapi radio lebih dari itu merupakan barang pribadi dibanding TV (yang umumnya ditonton orang banyak). Siaran radio berbicara langsung secara pribadi kepada pendengar, sehingga reaksi atas program seringkali dipengaruhi oleh reaksi individu. Jadi radio memiliki keuntungan memperoleh hubungan langsung dengan seseorang dan beribu-ribu individu. "Radio adalah media untuk orang perorang dan untuk saat ini" radio adalah tentang manusia, berfokus pada bahasa lisan dan bunyi

suara manusia mengarahkannya secara terus-menerus kepada berbagai kisah dari sudut pandang manusia. Seorang penyiaran bisa mengurangi perasaan kesepian pendengar sambil menciptakan rasa persahabatan (Prilani, 2010: 20).

Radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio diudara (Astuti, 2008: 5). Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas lewat udara dan juga bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut, seperti molekul udara. (Asep Syamsul, 2009: 12) Tahun 1896, Guglielmo Marconi menciptakan wireless telegraph yang menggunakan gelombang radio untuk membawa pesan dalam bentuk kode morse. Marconi lantas mendirikan perusahaan pengirim pesan kedatangan dan keberangkatan kapal, mendirikan stasiun pemancar dan penerima, terutama di kawasan yang tidak terjangkau kabel telegraf, dan bahkan mendirikan pabrik perakitan dan penyedia perlengkapan radio. (Astuti, 2008 : 5) Menurut Romli (2016:76-77), Radio adalah salah satu bentuk media massa yang memprioritaskan sisi musikalitas dalam programnya ternyata sekarang ini banyak dikembangkan ke dalam cakupan yang lebih luas lagi. Artinya, tidak hanya semua tentang musik dalam program siaran radio, karena berbagai kebutuhan informasi pun dapat dialokasikan pada berbagai program acara radio.

Era digital merupakan suatu masa di mana sebagian besar masyarakat pada era tersebut menggunakan sistem digital dalam kehidupan sehari-harinya. Sistem digital mengacu pada bentuk bahasa binari, di mana „kata“ dalam sistem tersebut disebut bits, yang terdiri dari urutan angka 0 dan 1. Sistem digital ini terbukti lebih mutakhir dari sistem yang dikembangkan sebelumnya, yaitu sistem analog. Kerja sistem analog berbeda dengan sistem digital. Sistem analog menghasilkan sinyal tiruan dari suara/ sinyal asli yang didapat secara utuh dari alam, sehingga kualitas sinyal tiruan yang didapat terkadang kurang jelas dikarenakan adanya faktor degradasi sinyal dan noise (suara latar yang mengganggu) (Carlin, 2010: 229). Sebaliknya, sistem digital dapat menghilangkan faktor pengganggu saat mentransmisi sinyal asli dengan cara encoding (mengubah sinyal asli menjadi bits) dan sampling dan quantizing (membuat sampel gelombang suara dan mengaturnya dalam interval yang disesuaikan berdasarkan kecepatan tertentu) sehingga hasilnya lebih jernih, akurat dan tidak mengalami delayed sinyal (sinyal tunda) (Carlin, 2010:230) Menurut Communication Technology Timeline yang dikutip Dan Brown, berbagai jenis media elektronik di dunia mulai merebak pada awal tahun 1880an dimulai dengan alat komunikasi telepon, tape-recorder, radio. Barang elektronik lainnya seperti televisi, TV kabel, telepon selular baru mulai digunakan oleh banyak masyarakat sekitar tahun 1940-1970 (Grant, 2010: 10). Teknologi komunikasi dari media elektronik pada awalnya masih menggunakan sistem analog, dan baru beralih ke sistem digital dengan ditandai hadirnya transformasi produk media seperti e-book, internet, koran digital, e-library, e-shop dsb. Masa ini juga sering disebut sebagai revolusi digital. Menurut wartawan Suara Merdeka, Muhamad Irsyam dalam artikelnya “Revolusi Digital dan Perilaku Konsumen” pada bulan 11 November 2013, revolusi digital ini telah dimulai pada awal tahun 1990-an di dunia. Dengan mengingat prinsip-prinsip sistem digital tadi, maka era digital merupakan era di mana aliran informasi melalui media-media komunikasi bersifat jelas, akurat dan cepat. Era digital merupakan masa di mana semua orang dapat berkomunikasi begitu dekat satu sama lain, meskipun mereka saling berjauhan. Kita dapat mengetahui informasi tertentu dengan cepat, bahkan secara real time. Era digital juga bisa disebut globalisasi. Globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi melalui pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek budaya lainnya.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini berusaha memecahkan masalah dengan menggambarkan problematika yang terjadi. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa peneliti ingin memahami, mengkaji secara mendalam serta memaparkannya dalam tulisan ini mengenai strategi radio (RRI) Makassar dalam mempertahankan minat pendengar. Adapun tahap yang dilakukan penelitian adalah sebagai berikut: 1. Menyajikan data dari hasil observasi dan wawancara, data yang telah diperoleh kemudian disusun lalu disajikan agar dapat memudahkan peneliti dalam memahami tentang hasil judul yang diteliti. 2. Menganalisis data, peneliti mempelajari menganalisis data tentang penyiaran RRI Makassar. Kemudian dari data tersebut, peneliti menganalisis sehingga menemukan makna itulah yang menjadi hasil penelitian. 3. Penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam proses analisa data. Peneliti harus mengerti dan tanggap terhadap sesuatu yang diteliti di lapangan dengan menyusun pola-pola pengarah dan sebab akibat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini, mendeskripsikan sumber data penting sebagai berikut:

Strategi Perencanaan Program

Pada tahap ini, sebuah stasiun penyiaran harus mampu mempersiapkan sebuah program siaran yang layak dan mampu memikat para pendengarnya. Radio RRI Makassar sebenarnya sudah memiliki program siaran yang dari dulu hingga sekarang masih disiarkan, hanya saja saat akan memulai siaran, para penyiar harus terlebih dahulu mencari dan menulis materi seperti apa yang cocok pada program yang telah dibuat untuk nantinya akan disampaikan kepada pendengar. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Mulyono kasi yang mengatakan bahwa "Radio RRI Makassar sudah membentuk Program-Program siarannya sejak dulu hingga sekarang. Tidak perlu banyak waktu untuk melakukan perencanaan lagi dikarenakan para penyiar hanya akan menyesuaikan apa-apa saja yang akan mereka bawa untuk siaran nanti yang tentunya harus sesuai dengan tema dari program yang telah ditentukan".

Strategi Produksi dan Pembelian Program

Pada tahap ini stasiun penyiaran telah menyusun rancangan program yang nantinya siap untuk diproduksi, mulai dari produksi program, produksi lagu-lagu lokal maupun mancanegara sampai pembelian program. Akan tetapi pada Radio RRI Makassar sendiri, produksi yang dilakukan seperti halnya pada produksi iklan, Radio RRI Makassar ternyata sama sekali tidak membuat suatu naskah atau materi yang nantinya akan penyiar sampaikan pada saat siaran iklan berlangsung. Karena pada tahap ini, seorang klien yang ingin memasukkan iklan ke Radio RRI Makassar, biasanya akan menyediakan sebuah naskah sebagai panduan untuk penyiar, yang nantinya para penyiar akan mulai produksi rekaman untuk iklan yang masuk itu. Lalu rekaman tersebut hanya akan tinggal diputar saja pada saat waktu iklan masuk. Biasanya saat akan memulai siaran, seorang penyiar akan diberikan naskah berupa materi apa yang nantinya akan mereka sampaikan saat siaran. Akan tetapi di Radio RRI Makassar, penyiar sama sekali tidak diberikan naskah sebagai panduan siaran, seperti yang dikatan oleh kak Enggi salah satu penyiar, yang mengatakan bahwa "Setiap penyiar memiliki tanggung jawab untuk mencari serta menulis materi apa yang akan mereka sampaikan kepada pendengar. Pada produksi program siaran ini ternyata para penyiar dituntut untuk mampu membuat sebuah materi yang semenarik mungkin untuk mereka sampaikan ke pendengar". Terkait dengan pembelian program atau pembelian lagu-lagu lokal, biasanya penyiar hanya tinggal mendownload lagu-lagu apa yang mereka inginkan di internet. Karena tidak ada proses pembelian dari lagu-lagu yang akan mereka putar. Hal ini diutarakan langsung oleh kepala bidang siaran Radio RRI Makassar yaitu Ibu Surya S, dimana Radio Citra RRI Makassar memanfaatkan situs download lagu yang tersedia di internet, cara ini

dianggap lebih memudahkan mereka dalam mendapatkan dan memutar lagu-lagu terbaru dan yang sedang populer.

Strategi Eksekusi Program

Setelah setelah program siaran telah selesai dibuat dan diproduksi, langkah selanjutnya yaitu eksekusi program. Pada tahap ini, setiap radio siaran akan mulai melakukan pelaksanaan program yang telah dirancang dan diproduksi sebelumnya. Ada berapa hal yang harus diperhatikan dalam tahap eksekusi program ini, di antaranya seperti pembagian waktu siaran dan juga strategi penayangan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pendengar. Pada Radio RRI Makassar sendiri sudah memiliki jam-jam siaran untuk setiap program siaran yang telah ditentukan, seperti pada program siaran Selamat pagi pemuda kreatifitas, disini seorang penyiar harus mampu menyampaikan informasi-informasi terkini dan terbaru yang mampu diterima oleh pendengar. Pada saat memberikan informasi berupa berita terkini contohnya, kak Enggi mengatakan bahwa seorang penyiar harus mampu menyampaikannya dengan kalimat yang tidak ambigu yang dapat menimbulkan salah arti atau kebingungan bagi pendengar. Dengan pangsa pasar terbanyak yakni usia 20-39 tahun. Penyiar harus benar-benar jeli dalam menyampaikan pesan atau informasi yang disampaikan. Karena apabila ini terjadi dan pendengar merasa bahwa informasi yang mereka butuhkan tidak sesuai dengan yang mereka inginkan, maka pendengar dapat dengan mudah mengganti channel siaran lain.

Strategi Pengawasan dan Evaluasi

Tahap ini merupakan tahap untuk meninjau ulang mengenai program yang telah disiarkan. Media penyiaran seperti radio tentunya pasti membutuhkan sebuah pengawasan maupun evaluasi yang dilakukan yang bertujuan untuk melihat apakah program yang disiarkan mampu sesuai dengan yang direncanakan atau tidak. Ibu Surya S mengatakan bahwa di Radio RRI Makassar akan selalu melakukan setidaknya setiap tiap hari melakukan evaluasi program siaran. Ini berarti pengawasan yang dilakukan oleh Radio RRI Makassar membutuhkan waktu untuk selalu melihat apakah program siaran yang dibuat berdasarkan perencanaan atau tidak. Sedangkan pada tahap pengawasan, ini dilakukan setidaknya setiap hari pada setiap penyiar, untuk melihat bagaimana cara penyiar saat menyampaikan materi yang mereka sampaikan kepada pendengar serta untuk melihat apakah pendengar banyak yang melakukan interaksi pada saat siaran berlangsung atau tidak. Ini bisa diketahui dengan melihat banyaknya jumlah request interaktif yang masuk pada tiap siaran berlangsung.

Strategi Kesesuaian

Pada tahap ini sebuah Stasiun penyiar seperti radio harus mampu membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari dari pendengar dan pastinya berbeda-beda dari waktu ke waktu dan dari hari ke hari. Dengan membuat dan memilih penjadwalan yang tepat, maka pendengar akan merasa bahwa apa yang disiarkan tepat berdasarkan apa yang mereka inginkan. Pada tahap ini, Radio RRI Makassar memiliki Program siaran seperti musik anak kreatifitas yang disiarkan di setiap waktu yang berbeda dengan stasiun yang lainnya.

Strategi Pembentukan Kebiasaan

Pada tahap ini diharapkan para pendengar mampu memiliki kebiasaan mendengarkan berdasarkan pada tiap waktu program siaran yang telah dibuat. Pada Radio RRI Makassar sendiri pembentukan kebiasaan terjadi karena para pendengar sudah memiliki program unggulannya masing-masing. Dari banyaknya program unggulan seperti pemutaran musik-musik pop sampai dengan musik barat, tentu memiliki jumlah pendengar yang berbeda-beda. Pendengar pasti akan terus stay/bertahan untuk mendengarkan program siaran mereka berlangsung. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Surya S, dengan terus menyiarkan program unggulan dari para pendengar yang

tentunya berbeda-beda setiap harinya, maka pendengar akan mulai membentuk kebiasaan mendengarkan Radio RRI Makassar dengan sendirinya.

Strategi Pengontrolan Arus Pendengar

Pada tahap ini sebuah radio siaran harus mampu mempertahankan jumlah pendengar mereka di setiap program siaran yang berlangsung. Biasanya para pendengar akan mudah mengalihkan channel mereka pada saat pergantian program siaran terjadi. Ini terjadi karena pendengar akan merasa bahwa pada saat pergantian program terjadi, berganti pulalah topik atau materi siaran sebelumnya. Ibu Enggi mengatakan "Upaya untuk mempertahankan pendengar-pendengar seperti ini dapat dilakukan dengan cara setiap penyiar melakukan koordinasi satu sama lain terkait apa pembahasan sebelumnya yang mampu membuat pendengar untuk tetap bertahan mendengarkan". Ternyata improvisasi juga penting dilakukan oleh penyiar yang akan berganti shift siaran agar pada masuk program baru, para pendengar masih akan tertarik untuk mendengarkan.

Strategi Penyimpanan Sumber Daya Program.

Tujuan dari tahap ini adalah biasanya radio siaran akan merekam ataupun menyimpan program-program siaran yang telah dibuat agar suatu saat nanti bisa dipakai kembali. Tentu dengan materi serta cara penyampaian yang berbeda-beda. Seperti pada program musik, menurut Ibu Surya S, ini merupakan salah satu program unggulan yang memiliki jumlah pendengar ke 2 terbanyak di semua siaran program RRI Indonesia. Program 2 menyiarkan berbagai lagu-lagu bernuansa pop dan lagu-lagu hiburan lainnya yang banyak digemari oleh kaum anak-anak muda. Program ini menjadi salah satu program unggulan yang terus menerus dijadikan sebagai sumber-sumber program yang akan datang. Fakta bahwa program siaran seperti rupawan menjadi salah satu sumber penyimpanan program siaran di Radio RRI Makassar. Ini dapat dilihat dari adanya tema-tema baru yang disampaikan di setiap harinya.

Strategi Daya Tarik Penarik Massa

Tahap ini perlu diperhatikan oleh setiap radio siaran karena setiap radio pasti memiliki caranya tersendiri untuk mampu memikat pendengar agar tertarik untuk mendengarkan siarannya. Salah satu caranya adalah dengan menyiarkan program-program yang menjadi favorit dari para pendengar. Pada strategi ini Ibu Surya S, mengatakan bahwa Radio RRI Makassar selain terus meningkatkan kualitas siaran dan juga materi siaran yang disampaikan, Radio RRI Makassar memiliki program unggulan yang sudah ada sejak lama yakni program siaran yang menayangkan informasi anak muda, gaya hidup dan musik. Oleh karena memang kebanyakan pendengar di Program 2 adalah anak muda. Selain itu juga ternyata RRI Makassar akan melakukan beberapa event yang diadakan dengan tujuan mampu menarik massa. Hanya saja cara ini dilakukan dan dianggap berfungsi jika ada klien yang masuk ke RRI Makassar.

Teknik Menyampaikan Informasi.

Tentu dalam menjalankan program yang telah disusun, selanjutnya menjadi tugas setiap penyiar untuk melakukan persiapan terlebih dahulu, terkait materi seperti apa yang akan dibuat, bagaimana cara menyampaikan materi tersebut agar mampu menarik pendengar dan lain sebagainya. Ternyata selain mempersiapkan alat-alat untuk siaran, para penyiar di Radio RRI Makassar juga dituntut untuk mampu menulis materi yang akan mereka sampaikan. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Enggi selaku penyiar Radio RRI Makassar di Program 2, yang mengatakan bahwa "Sebelum memulai siaran biasanya penyiar selain mempersiapkan materi, penyiar hanya menyiapkan alat-alat siaran saja, Ibu Surya S selaku kepala bidang siaran Radio RRI Makassar juga mengatakan bahwa biasanya para penyiar akan mencari bahan materi dari internet. Materi yang dicari biasanya memuat seputar informasi seperti berita dan lainnya". Bapak Mulyono Kasi mengatakan bahwa dalam menyampaikan materi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar atau sesuai kejadian yang terjadi dalam masyarakat, para penyiar akan menyesuaikan dengan jam

dan topik siaran yang berlangsung. Contohnya pada saat jam siaran tentang pendidikan. Pada tema ini tentu pangsa pasarnya pasti kebanyakan anak-anak muda para pelajar. penyiar pasti akan berusaha untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh mereka sesuai dengan topik yang ditentukan. Bapak Mulyono Kasi lanjut menjelaskan bahwa pada saat menyampaikan informasi kepada pendengar, penyiar harus berusaha untuk tidak menggunakan kata-kata asing atau kata-kata rumit yang dapat membingungkan pendengar. selain itu penyiar juga harus berusaha untuk tidak terlalu lama dan banyak omong, karena jika ini terjadi maka akan menimbulkan kebosanan terhadap pendengar yang nantinya sukar untuk berpindah channel. Radio RRI Makassar akan menyesuaikan materi apa yang akan disampaikan sesuai dengan usia dari para pendengar. Jika pendengarnya banyak kaum anak muda yang mayoritasnya mereka butuh info terkini, maka penyiar harus menyampaikan terkait info terkini.

Persentase Pendengar Aktif dan pasif

Radio RRI Makassar terkhusus Programa 2 memiliki semboyan atau ciri khas yaitu Radio Paling Akrab, dengan mengajak pendengarnya untuk ikut berinteraksi di setiap program yang disiarkan. Oleh karena itu, pendengar aktif merupakan individu yang secara aktif terlibat dalam proses komunikasi tidak hanya dengan mendengarkan pesan dengan penuh perhatian tetapi juga dengan hati-hati memperhatikan cara pesan tersebut disampaikan. Radio RRI Makassar selalu menganggap pendengarnya itu sebagai teman, dengan keakraban yang dilakukan oleh penyiar terhadap pendengar membuatnya menjadi radio yang difavoritkan oleh para anak muda dan terkhusus dirinya sendiri. Jika ada pendengar aktif tentu juga ada pendengar pasif, pendengar pasif merupakan orang-orang yang mendengarkan pesan secara persial. Pada dasarnya, apa yang dilakukan pendengar pasif adalah membiarkan orang lain berbicara tanpa interaksi atau klarifikasi. Karenanya komunikasi dengan pendengar pasif menjadi tidak efektif dan tidak lengkap. Ibu Surya S mengatakan bahwa "Di Radio RRI Makassar khusus untuk programa 2 itu memiliki jumlah pendengar terbanyak di seluruh program siaran lain nya yang ada di Indonesia. Sedangkan untuk pendengar pasif Ibu Surya mengatakan bahwa "Pendengar pasif itu kita tidak bisa menentukan berapa jumlahnya karena mereka hanya mendengarkan saja misalnya dalam perjalanan di mobil dan tidak merequest lewat akun WhatsApp atau aplikasi yang dimiliki oleh RRI Makassar."

Cara Radio RRI Makassar Bertahan Di Era Digital.

Radio RRI Makassar merupakan salah satu Radio Nasional yang sudah berdiri sejak 1942, juga akan memiliki cara tersendiri untuk bisa bertahan dan bersaing dengan media digital pada era digital saat ini. Ternyata dengan tetap mempertahankan jumlah pendengar dan terus meningkatkan kualitas materi siaran serta teknik maupun cara yang dilakukan penyiar dalam menyampaikan materi siaran agar dapat diterima oleh pendengar, merupakan cara RRI Makassar bisa tetap mempertahankan pendengarnya. Oleh karena penyiarlah yang bertanggung jawab atas materi yang dibuat. Radio RRI Makassar dengan membuka request lagu lewat media sosial dan beberapa aplikasi yang dimiliki sendiri oleh Radio RRI Makassar kepada para pendengar yang dapat menjadi daya tarik pendengar, menurut Ibu Surya S, inilah yang menjadi prioritas utama dari Radio RRI Makassar sendiri agar mampu mempertahankan pendengarnya. Tidak hanya itu, Radio RRI Makassar tidak ingin kehilangan dan tetap akan mempertahankan pendengarnya dengan cara menyediakan live streaming di internet. Menurutnya dengan disediakannya streaming ini, RRI Makassar akan dapat mempertahankan pendengarnya meski berada di kota yang berbeda. Meskipun kadang-kadang ada beberapa hambatan teknis yang terjadi yang membuat siaran live streaming ini sering terganggu.

Berkembangnya Radio RRI Makassar di Era digital

Menurut ibu Surya S, dengan memiliki usia yang sudah cukup tua dan masih tetap berdiri serta masih menyiarkan siaran hingga sampai saat ini, tentu Radio RRI Makassar sudah sangat

berkembang. Apalagi Radio RRI Makassar sekarang telah menghadirkan berbagai inovasi, salah satunya aplikasi ponsel pintar RRIplay Go, melalui aplikasi tersebut, pemirsa RRI dapat mendengarkan, membaca, sekaligus menyaksikan seluruh produk RRI dalam satu sentuhan jari. Dengan adanya RRIplay Go, pemirsa setia RRI dapat menikmati layanan dengan pengalaman baru. Selain itu, RRI juga bisa menjangkau segmentasi masyarakat dengan lebih luas. Aplikasi tersebut menghadirkan berbagai program pilihan, seperti National Network (P3), Voic Of Indonesia, Chanel Lima, RRI Radio, RRI Net „Tonton yang anda dengar“, RRI Online, RRI magz, LPPL, dan Editorial. Selain RRIplay Go, radio yang akan berulang tahun ke-76 itu juga menghadirkan system ruang berita terintegrasi berbasis kecerdasan buatan bernama RRI SPRINY (system pelacak ragam informasi news terkini). RRI SPRINT memuat big 67 data jurnalistik, meliputi teks, audio, video, hingga infografis dari RRI seluruh Indonesia. Dengan teknologi digital tersebut, kekayaan data RRI akan tersip rapi dalam format digital. Beberapa ribu berita RRI satu hari diseluruh Indonesia semua ada disana nanti. Ini salah satu upaya kita untuk membuat bahwa RRI ini adalah nanti dimasa yang akan datang akan menjadi satu acuan berita. Dengan itu semua menandakan bahwa RRI sudah sangat berkembang di era saat ini.

SIMPULAN

Strategi Radio RRI Makassar yang pertama terletak pada bagian program radio yang akan disiarkan, dalam strategi ini dibagi menjadi 4 tahap yaitu tahap perencanaan program, tahap produksi dan pembelian program, tahap eksekusi program dan yang terakhir yakni tahap pengawasan dan evaluasi program. Ada pun untuk strategi yang kedua, yaitu dalam rangka mempertahankan minat pendengar yang mana didalam strategi ini terbagi menjadi 5 tahap, yakni pembentukan kesesuaian, membangun kebiasaan, pengontrolan arus pendengar, pemeliharaan sumber daya program dan daya penarik massa.

Referensi :

- Adam, Rainer. (2006). *Persaingan dan Ekonomi Pasar di Indonesia*. Jakarta:Freidrich Nauman Stiftung
- Andrews, Kenneth R. 2005. *Konsep Strategi Perusahaan*. Jakarta:
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Eastman, Susan. 1985. *BroadcastiCable Programming : Strategies and Practices*. California: Wardsworth Publishing Company.
- Erlangga Asep Syamsul, M Romli. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung:
- Bambang, Hariadi. (2005). *"Strategi Manajemen"*. Jakarta: Bayumedia Publishing.
- Chaidir Pratama, M. (2012). *Proses Jurnalistik di Radio Siaran (studi mengenai pemberitaan di RRI Makassar)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga
- L. Rivers, William dkk. 2003. *Media Massa&Masyarakat modern: Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media.
- Machmud Muslimin. 2018. *Tuntutan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Ilmiah*. Malang: Selaras
- Masduki. 2006. *Jurnalistik Radio*, Yogyakarta: LkiS.
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: LkiS.
- Moleong, Lexy. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2009. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio&Televisi*. Jakarta: Kencana.