

STRATEGI MUSIC DIRECTOR RADIO ELGANGGA 100.3 FM BEKASI DALAM MEMPERTAHANKAN MINAT PENDENGAR

Dwiki Haris Prasetyo¹, Yasser Fikry²

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi

Jalan Wijaya II No 62 Jakarta 12160

¹wearefromyogyakarta@gmail.com

²yasserfkr@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi seorang *Music Director* Radio Elgangga dalam mempertahankan minat pendengar. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan wawancara yang mendalam. Wawancara dilakukan dengan 3 informan yaitu *Music Director* sebagai key informan, Produser sebagai informan 1 (satu) dan Penyiar sebagai informan 2 (dua). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya sebuah strategi yang dilakukan oleh *music director* terhadap mempertahankan minat pendengarnya. Dengan memutar lagu lagu yang *hits* yang disukai oleh pendengarnya serta menerima dan memutar lagu dari *requestan* dari pendengar adalah salah satu strategi yang dimiliki oleh *music director* radio Elgangga.

Kata Kunci : Strategi Music Director, Radio Elgangga, Mempertahankan Minat Pendengar

ABSTRACT

This research was conducted to determine the strategy of a Music Director of Radio Elgangga in maintaining listeners' interest. In this study, the researcher used a qualitative research approach and data collection techniques for this study used in-depth interviews. Interviews were conducted with 3 informants, namely Music Director as key informant, Producer as informant 1 (one) and Broadcaster as informant 2 (two). The results of this study indicate that the importance of a strategy carried out by the music director to maintain the interest of the listener. By playing hit songs that are liked by listeners and receiving and playing songs from requests from listeners is one of the strategies that music director of Elgangga radio has.

Keywords: Strategy Music Director, Radio Elgangga, Maintaining Listener's Interest

Pendahuluan

Kota Bekasi ialah salah satu kota yang menggunakan media siaran sebagai sarana hiburan, dan suara tersebut dapat didengar dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Radio digunakan sebagai wadah bagi

masyarakat khususnya masyarakat Bekasi untuk menyebarluaskan informasi dan hiburan. Salah satunya adalah stasiun radio Elgangga yang memiliki kanal 100,3 FM dan telah dilabeli sebagai stasiun radio

dangdut sejak 19 Januari 1986. Stasiun radio yang sudah mengudara selama 35 tahun ini menjadi media leader di Bekasi bahkan menjadi stasiun radio pertama dengan pendengar terbanyak di Bekasi. Radio elgangga adalah radio swasta yang berlokasi di Bekasi yang memiliki identitas Radio Dangdut. untuk menjangkau seluruh masyarakat Bekasi dan tidak terhapus dari stasiun radio swasta lainnya. Radio Elgangga memiliki beberapa genre diantaranya Dangdut dengan persentase 60%, Pop dengan persentase 30%, dan Daerah dengan persentase 10%. Elgangga sendiri memiliki keunikannya yaitu radio elgangga menerima requestan lagu dari pendengarnya untuk diputar serta radio elgangga on air siaran 24 jam. (Elgangga, 2019)

Dikutip dari website Radio Elgangga pada tahun 2019 menurut hasil survei dari AC Nielsen Radio Elgangga menempati urutan pertama dengan jumlah pendengar sebanyak 1.915.000 pendengar dalam *Top 10 Radio Listener Wave #3 2019* kemudian diikuti dengan Radio RDI di urutan kedua dan Radio ELSTA di urutan ketiga. (Elgangga, 2019). AC Nielsen secara regular melakukan survei ke pendengar di wilayah Jakarta dan Bekasi, hasilnya mengutip dari website radio elgangga menempati urutan tertinggi di kategori pendengar terbanyak pada Januari 2020 – Desember 2020. (Elgangga, 2019)

Radio Elgangga memiliki beberapa program yaitu Bang Jamal, Okinawa, Mantun Yuk, Nyongsong dan lain lain. Dan semua mengudara setiap hari atau minggu. Dari semua jenis program yang disajikan oleh Radio Elgangga, semua pasti memutar

music. Music yang diputarkan bisa bermacam macam genrenya, terdapat dangdut yang lebih mendominan, lagu daerah, serta lagu pop juga tetap diputarkan oleh Radio Elgangga. Program radio meliputi program musik, *talk show*, dan program berita. Pada saat yang sama, dasar dari program musik stasiun radio adalah musik itu sendiri. Karena salah satu alasan utama mendengarkan radio adalah mendengarkan musik. Karena musik adalah hiburan. (Effendy, 2003)

Music ialah sebuah bahan yang fundamental dari stasiun radio. (Perebinosoff et al., 2012). Musik adalah urat nadi sebuah radio, maka demi menjaga eksistensi dan kelangsungan hidup sebuah perusahaan seperti radio diperlukan manajemen yang baik untuk mengatur pelaksanaan pencapaian tujuan instansi perusahaan tersebut.

Dalam sebuah stasiun radio, musik-musik yang diputar itu dipilih oleh seorang music director. Music Director di radio bertanggung jawab untuk mendistribusikan lagu di setiap program, terlepas dari apakah cocok untuk mendengarkan lagu Kategori 1 di program A, untuk pemutaran lagu, bisa lagu segar maupun lagu lawas. Untuk lagu-lagu baru, Music Director memainkan peran penting dalam memperkenalkannya kepada penonton. Banyak sekali musik musik segar yang muncul di radio setiap harinya, sehingga ia juga bertugas dalam membuat, memelihara serta mengatur semua data musik tempat dia bekerja. (Novriska, 2016)

Departemen music director bertanggung jawab memproduksi berbagai bentuk suara lagu dan promosi (kalau ada proyek dari agensi iklan). Setelah suara diproduksi, departemen

akan merekam datanya. Departemen lain (seperti departemen produksi dan penyiaran) membutuhkan data ini, yang nantinya akan muncul dalam bentuk format audio musik serta iklan yang bakal dimainkan pada waktu tersebut. Departemen manajemen radio menyiapkan departemen musik director selaku departemen yang mampu menyepakati permintaan berbagai bentuk audio lagu dan iklan untuk dimasak, supaya mendengarkan hasilnya dengan memukau dan bermutu tinggi. (Novriska, 2016)

Dari paparan latar belakang tersebut, menarik untuk dikaji oleh peneliti, “Strategi Music Director Radio Elgangga 100.3 Fm Bekasi Dalam Mempertahankan Minat Pendengar”. Karena peneliti tertarik untuk meneliti strategi-strategi yang digunakan oleh radio elgangga untuk terus bisa bersaing dalam mempertahankan pendengarnya. Sebelum melakukan penelitian ini, telah lebih dulu dilakukan perbandingan yang ada sebelumnya, tentunya sebagai rujukan bagi observasi ini. Terdapat dua bahan sebagai rujukan bagi observasi ini.

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Guntur Eko Prase tyo (2018)	Peran Music Director Terhadap Identitas Brand Radio Geronimo FM	Metode Kualitatif	peran seorang music director dalam sebuah radio adalah menentukan bahwa

	Yogyakarta		musik yang akan di putar saat siaran itu layak atau tidak, tepat atau tidak ketika lagu jenis A diputar dalam program acara B dan diwaktu C. Mereka juga mengawasi jalannya musik yang diputar saat siaran agar tidak keluar dari ketentuan .
Laili Zamlatul Faoziyah dan Geri Suratno	Strategi Program Director Radio Prambors 102.2 FM Dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar	Metode Kualitatif	Strategi program director pada radio prambors dalam mempertahankan loyalitas pendengar menurut hasil wawancara yaitu; untuk mempertahankan

			loyalitas pendengar radio prambors mempunyai 5 faktor penting.
--	--	--	--

Rumusan Masalah

Peneliti tertarik untuk dapat mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan stasiun radio Elgangga 100.3 FM Bekasi dalam mempertahankan minat pendengar

Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah **Bagaimana strategi music director radio Elgangga 100.3 FM Bekasi dalam mempertahankan minat pendengar?**

Tujuan Penelitian

Untuk menjawab identifikasi masalah, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh music director radio Elgangga 100.3 FM Bekasi dalam mempertahankan minat pendengarnya serta juga mengetahui hambatan dalam pelaksanaan strategi music director radio Elgangga 100.3 FM Bekasi dalam mempertahankan minat pendengar

Manfaat Penelitian

Sebagai masukan kepada stasiun radio Elgangga 100.3 FM Bekasi serta stasiun-stasiun radio lain baik yang ada di Kota Bekasi maupun di luar Kota Bekasi agar dapat terus menjaga jumlah pendengarnya serta menjaga eksistensi radionya.

Tinjauan Literatur

Komunikasi

Dalam bahasa Latin, komunikasi adalah membangun persatuan diantara dua orang atau sekelompok. Everett M. Roger dan D. Lawrence Kincaid percaya bahwa komunikasi yaitu terdapat dua orang atau sekelompok membuat atau bertukar informasi berita satu dengan yang lainnya, sehingga membentuk pemahaman Bersama. (Cangara, 1998)

Dalam bahasa, komunikasi deklaratif disebut informasi, komunikator adalah seseorang yang memberikan suatu informasi, dan komunikan adalah seseorang yang mendapatkan sebuah informasi. Singkatnya, komunikasi mengacu pada teknik pertukaran informasi dengan peserta. Dalam menganalisis pesan komunikasi, terdapat dua aspek, pertama yaitu isi pesan, lalu kedua yaitu simbol. Menurut spesifik, isi informasi adalah pikiran atau perasaan. (Effendy, 1993)

Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada dasarnya ialah komunikasi melewati sebuah saluran publik (media cetak maupun elektronik). Karena, dahulu perkembangan komunikasi publik hanya bermula dari perkembangan istilah saluran (saluran komunikasi publik). Masyarakat dalam pengertian komunikasi publik mengacu pada penerima berita yang berhubungan dengan saluran public. Oleh sebab itu, massa di sini mengacu pada pendengar, pendengar, pembaca atau penonton. (Nurudin, 2009)

Gerbner, seorang pakar komunikasi juga mendefinisikan komunikasi massa yang lebih rinci. Menurut Gerbner (1967), "komunikasi

publik ialah pembuatan dan pengedaran yang paling banyak dibagikan beralaskan teknologi dan sistem laju informasi yang berkelanjutan dalam masyarakat industri". Komunikasi massa mengacu pada arus informasi berkelanjutan yang dimiliki oleh sebagian besar masyarakat industri, yang didasarkan pada teknologi dan institusi produksi dan distribusi. (Ardianto et al., 2007)

Media Massa

Saluran komunikasi publik ialah alat atau fasilitas yang dipakai untuk komunikasi publik. Dari pengaruh budaya, sosial dan politik hingga media, media massa niscaya akan memberi seuah imbas pemikiran dan perilaku publik. Media membangun pandangan khalayak umum dalam membawa suatu metamorfosis yang luar biasa. (Ardianto et al., 2007)

Media massa dapat membimbing, membimbing dan mempengaruhi kehidupan sekarang dan di masa depan. Bahkan media massa pun bisa menentukan, di masa mendatang nanti, ada kemajuan apa yang bakalan terjadi. Dibandingkan jenis komunikasi lainnya, keunggulan saluran publik ialah bisa menanggulangi suatu kendala ruang maupun waktu. Bahkan, saluran publik pun bisa segera menebar berita dalam waktu yang tidak terbatas. (Nurudin, 2009)

Radio

Radio ialah anak pertama dalam industri penyebaran sebuah informasi. Penyiaran menghasilkan suara dan suara merupakan aset penting dalam penyiaran kepada masyarakat luas, sekaligus menjadi aset utama. Penyiaran kepada

masyarakat luas. Merupakan stimulus yang dapat ditoleransi dengan sendirinya. Menurut psikologis, suara ialah sensasi yang dapat dirasakan dalam paket pendengaran. (Masduki, 2004)

Radio merupakan salah satu media massa yang turut merambah dunia digital. Khalayak radio kini bisa mengakses siaran radio melalui internet. Pendengar tetap bisa mendengarkan siaran radio secara online, serta media sosial yang digunakan oleh khalayak sehingga arah komunikasi diantara khalayak dengan media massa pun saat ini terjalin secara interaktif. (Nasrullah, 2015)

Berdasarkan data yang dihimpun oleh APJII, jumlah pengguna internet yang memanfaatkan internet untuk mendengarkan radio masih memiliki presentase yang sedikit dibandingkan dengan konsumsi konten lainnya di internet. Radio masih bisa bertahan ditengah gempuran media baru hingga saat ini, karena radio menjadi garda terdepan dalam menyampaikan informasi secara aktual dan faktual. Radio juga menjadi penyampai informasi yang terbebas dari *hoax* yang sering muncul dalam media baru. Pada proses berita radio, umumnya disampaikan langsung narasumber dalam bentuk siaran langsung atau rekaman (sindonews.com, n.d.). Radio dalam konvergensi memiliki yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. (Sugiya, 2012)

Stasiun radio Elgangga yang memiliki kanal 100,3 FM dan telah dilabeli sebagai stasiun radio dangdut sejak 19 Januari 1986. Stasiun radio yang sudah mengudara selama 35 tahun ini

menjadi media leader di Bekasi bahkan menjadi stasiun radio pertama dengan pendengar terbanyak di Bekasi. Radio elgangga adalah radio swasta yang berlokasi di Bekasi yang memiliki identitas Radio Dangdut. untuk menjangkau seluruh masyarakat Bekasi dan tidak terhapus dari stasiun radio swasta lainnya. Radio Elgangga memiliki beberapa genre diantaranya Dangdut dengan persentase 60%, Pop dengan persentase 30%, dan Daerah dengan persentase 10%. Elgangga sendiri memiliki keunikannya yaitu radio elgangga menerima requestan lagu dari pendengarnya untuk diputar serta radio elgangga on air siaran 24 jam. (Elgangga, 2019)

Penyiar Radio

Penyiar radio adalah seseorang yang bertugas membawakan atau memandu acara di didalam sebuah program siaran radio. Pekerjaan seorang penyiar radio adalah mengeluarkan suara, berbicara, berinteraksi secara tidak langsung atau melakukan komunikasi secara lisan dengan pendengarnya. Oleh karena itu, seorang penyiar harus “lancar berbicara” dengan memiliki kualitas vokal yang memenuhi kriteria sehingga dapat mengeluarkan “suara emas” (*golden voice*). (Junito, 2020)

Seorang penyiar radio dapat dikatakan sebagai tolak ukur kesuksesan sebuah stasiun radio dalam berkomunikasi atau berhubungan langsung dengan pendengarnya. Keberhasilan sebuah program acara radio adalah apabila jumlah pendengar dan jumlah pemasukan iklan utamanya ditentukan dengan keahlian penyiar dalam membawakan dan

“menghidupkan” sebuah progam siaran. (Romli & Syamsul, 2009)

Music Director

Sebagai Music Director, ada satu perihal yang patut diamati yaitu pengetahuan tentang pementasan musik. Sebab, disaat memilih lagu yang akan diputarnya, harus memiliki pengetahuan serta keahlian dalam bermusik. Kemahiran yang praktis adalah sebuah ilmu yang dimiliki oleh seorang Music Director dengan Pembawa acara musik. Mereka harus memperhatikan hakl tersebut serta mereka juga harus memiliki pengetahuan yang teoritis, tentang Repertoar maupun pengetahuan sejarah yang dirancang untuk membuat Repertoar terlatih terlayani dengan baik. (Lismayanti, 2017)

Music Director memiliki tugas ialah pertama menata *time clock beat music* ditiap menitnya, beat itu ditata lewat playlist harian, kedua memperoleh dan memngirim kembali CD contoh dari perusahaan serta lagu disortir apakah lagu tersebut pantas dimainkan atau tidak, ketiga membuat daftar lagu harian, mingguan, dan bulanan, keempat mengatur data-data lagu mulai dari penyanyi, tahun, dan label, kelima membentuk tangga lagu, keenam memonitor penyiar bila ada penyiar yang *out of playlist*, ini untuk menjaga *air personilinya*. (Rahmawati & Rusnandi, 2011)

Musik

Musik adalah ciptaan manusia yang unik dengan kemampuan yang berpengaruh untuk mengantarkan sebuah perasaan dan mengontrol perasaan. (Johansson, 2006)

Dari sebagian peristiwa berharga di dalam hidup, bisa berhubungan dengan musik, seperti pernikahan dan acara bahagia lainnya, atau acara sedih saat menghadiri pemakaman. (O'Connell, 2002)

Dunia lahir dengan musik. Musik yaitu sebuah bahasa yang memuat unsur umum / keseluruhan, yaitu bahasa yang mengarungi batas usia, jenis kelamin, etnis, kepercayaan, serta kewarganegaraan. (Campbell, 2001)

Musik sebagai suatu hasil karya seni bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi musik yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur musik yaitu irama, melodi, harmoni, bentuk, struktur lagu, dan ekspresi sebagai satu kesatuan. Lebih pantas dikatakannya musik mengandung unsur melodi, irama, dan harmoni dengan unsur pendukung berupa bentuk, gagasan dan warna bunyi yang dipadukan dengan unsur-unsur lain seperti bahasa, gerak dan warna. (Jamalus, 1988)

Musik dangdut dan dunia di sekitarnya menjadi wajah dan penanda manusia Indonesia. Ini menjadi sangat krusial dan membuktikan kalau dangdut sebagai musik nasional harus dilestarikan dan dikembangkan oleh masyarakat Indonesia terutama generasi penerus bangsa yaitu remaja. (Weintraub, 2010)

Penemuan musik dangdut irama dang-dut diperkirakan merupakan suatu onomatophea antara hentakan kendang dan liukan (dut). (Sedyawati & Damono, 1983)

Strategi

Strategi dasarnya ialah sebuah agenda (*planning*) dan sebuah manajemen (*management*) demi mencapai sebuah target. Tapi, untuk mencapai sebuah target

tersebut, strategi tidak dapat berlaku hanya menjadi sebuah peta jalan yang cuman menunjukkan arah, akan tetapi, juga harus menunjukkan strategi operasional. Strategi komunikasi juga menjadi pedoman bagi perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi agar mencapai sasaran. Supaya sasaran ini tercapai, sebuah strategi komunikasi perlu memperlihatkan bagaimana melakukannya secara strategis. Dimakna tertentu, sebuah metode (*metode*) bisa saja berubah makna karena perkembangan waktu seusai dengan situasinya maupun kondisinya. Seperti halnya strategi di bidang apa pun, strategi komunikasi juga perlu *disupport* oleh paham. Karena, sebuah teori didasarkan pada ilmu dari sebuah pengalaman yang dapat diandalkan. Para ahli telah mengemukakan banyak teori komunikasi, tetapi seperti yang disarankan oleh pakar terkenal Harold D. Lasswell, ada strategi komunikasi yang dapat digunakan untuk mendukung strategi komunikasi. (Effendy, 2003)

Tahap Strategi

Tahapan Strategi berisi tiga tahap diantaranya adalah, Perumusan Strategi, Pelaksanaan Strategi, dan Evaluasi Strategi. (David, 2004)

Tahap pertama perumusan strategi, yang meliputi beberapa hal, antara lain pengembangan misi dan visi organisasi, dan memilih kegiatan yang akan digunakan strategi tersebut. (David, 2004)

Tahap kedua implementasi strategi atau pelaksanaan strategi, tahap ini bisa dijelaskan tahap Tindakan manajemen strategis. Eksekusi strategi atau pelaksanaan strategi biasanya dianggap

sebagai tahapan strategi yang paling rumit, karena membutuhkan disiplin, pengorbanan dan komitmen, karena suksesnya pengembangan strategi tidak selalu menjamin kesuksesan eksekusi atau pelaksanaan strategi. Strategi implementasi terbilang memastikan wujud atau tujuan disetiap tahunnya, merumuskan suatu program atau kebijakan, membagikan sumber daya, merubah struktur organisasi yang sudah ada, menyesuaikan proses produksi. (David, 2004)

Tahapan yang terakhir adalah evaluasi strategi. Tahapan tersebut ialah tahap terakhir strategi, terdapat kegiatan fundamental untuk mengevaluasi strategi, diantaranya mereview faktor diluar (*external*) dan didalam (*internal*) yaitu perumusan strategi saat ini, mengukur prestasi kerja, melakukan tindakan korektif dalam arti menuntut reposisi perusahaan untuk menjadi lebih kompetitif di masa depan. (David, 2004)

Dalam pelaksanaannya suatu strategi harus dapat berfungsi dan berjalan dengan baik untuk wujud dan tujuan yang dibuat atau direncanakan bisa mencapai dengan hasil yang tepat dan benar. Jika suatu strategi secara teknis dapat dieksekusi atau dilakukan harus dengan nilai dan misi organisasinya, maka dapat membentuk keunggulan dan memanfaatkan peluang berdasarkan isu-isu strategis sambil meminimalkan atau mengatasi kelemahan, maka dapat dikatakan bahwa strategi tersebut menjadi efektif. Untuk diselesaikan, strateginya adalah legal, moral, etis dan mewakili harapan organisasinya agar bisa lebih baik. (Miftahuddin, 1999)

Paradigma Post Positivisme



Minat Pendengar

Sifat pendengarnya berbeda-beda. Mereka bervariasi diumurnya, jenis kelamin, tingkat Pendidikan, dan kondisi kehidupannya. Oleh karena itu, daya radio tidak dapat melindungi dan menjamin dengan informasi yang diberikan jurnalis bisa dipahami dan diterima penonton atau pendengar. Sebab akal khalayak atau pendengar tidak bisa menyimpan berita atau informasi dalam jumlah besar, maka konsep penyajian dalam program harus disederhanakan dengan membatasi fakta. Radio ialah media komunikasi searah atau satu arah, jadi radio mengejar pemahaman audiens pertama dengan bentuk kata atau bahasa sederhana. Sebab arti sebuah informasi diberikan lewat suara, wartawan seharusnya tahu dimana harus menekankan suku kata, kata, dan pola

tutur bahasa yang terkait suara besar atau keras dan lemah. (Romli & Syamsul, 2009)

Metode

Metodologi

Metodologi adalah suatu ilmu yang berhubungan dengan mengarungi sebuah lintasan untuk memahami maksud yang telah ditentukan sebelumnya. Konsisten dari pengertian observasi tersebut, observasi dapat didefinisikan seperti suatu upaya yang memerlukan pemahaman tentang realitas seakurat atau seakurat mungkin, seperti halnya sebuah tujuan. (Ramayulis, 2014) Oleh karena itu, metodologi penelitian adalah ilmu jalan menuju pemahaman. Jalannya harus ditentukan dengan cara yang bertanggung jawab secara keilmuan, dan data yang digali untuk mendapatkan penafsiran harus melewati kondisi akurasi, yang berarti kebenaran harus diakui.

Paradigma

Paradigma adalah pola atau model struktur dari suatu hal (komponen dan hubungan) atau bagaimana komponen berfungsi (perilaku dalam kondisi). Sementara itu, menurut Capra yang diambil oleh Lexy J. Moleong dalam "Metodologi Penelitian Kualitatif", konsep paradigma ialah konsep dianut oleh masyarakat, nilai persepsi dan konstelasi praktik, yang membentuk realitas spesifik, pemahaman. Dasar bagaimana mengatur diri sendiri. (Lexi & M.A., 2010)

Pendekatan Kualitatif

Metode penelitiannya adalah kualitatif. Sugiyono mencontohkan dalam buku "Metode Penelitian dan

Pengembangan Kualitatif dan Kuantitatif" terbitan tahun 2012: "Metode kualitatif yaitu sebuah Teknik observasi yang didasarkan pada filosofi post-positivis. Metode ini dimanfaatkan untuk melakukan penelitian dalam keadaan alamiah, dimana peneliti adalah Alat Kunci. Proses pengambilan data menggunakan metode triangulasi (kombinasi), dan analisis data berkarakter berupa induktif / kualitatif, dan buah observasi kualitatif memusatkan pada makna induksi. (Sugiyono, 2012)

Kualitatif dan deskriptif adalah sebuah cara yang dipakai oleh peneliti ini. Ini karena ketika menyelidiki suatu masalah, data digunakan untuk memproses masalah dan melakukan analisis berupa analisis yang bukan berupa angka, daripada membuktikan atau menyangkal spekulasi yang dibuat oleh peneliti sebelum melaksanakan penelitian. Cara kualitatif untuk mengukur sebuah spekulasi teori. Berlandaskan sejumlah paham observasi kualitatif, macam observasi ini berfokus pada pemaparan evidensi berbentuk kalimat-kalimat sehingga kalimat-kalimat tersebut memiliki makna yang dalam, yaitu pengunjung dan pengamat, yang berasal dari kemungkinan tindakan. Data penelitian disajikan dalam bentuk fakta yang dijumpai oleh peneliti di tempat kejadian. (Sugiyono, 2016)

Strategi Penelitian

Deskripsi dan penjelasan yang menyeluruh dari semua segi perseorangan, kelompok, maupun institusi, program, atau keadaan sosial. Peneliti studi kasus berharap dapat mempelajari data sebanyak mungkin tentang subjek yang diteliti. Seorang

peneliti kerap memakai berbagai *interview*, observasi, *review* arsip, metode investigasi, dan informasi apa saja untuk mendeskripsikan suatu masalah secara *detail*. Interview dimaksudkan sebagai perbincangan antara dua orang atau lebih dengan maksud untuk memperoleh informasi yang dibutuhkannya, dan interview dengan banyak peserta disebut kelompok fokus. Melalui *interview*, peneliti mendapatkan banyak data yang bermanfaat bagi peneliti. (Sarosa, 2012)

Teknik Pengumpulan Data

Terdapat sejumlah teknik untuk menggabungkan sebuah evidensi yaitu dari berbagai pengaturan, berbagai sumber, serta berbagai teknik. Jika Anda melihat area sekitar anda, anda dapat menggabungkan data di area wilayah alam, di laboratorium menggunakan teknik eksperimental, menggunakan berbagai narasumber di rumah, serta di jalan dapat menggunakan seminar, dll. Dari segi sumber data, sumber primer dan sekunder bisa dimanfaatkan untuk mengumpulkan sebuah data. (Sugiyono, 2012)

Pengamatan

Pengamatan (observasi) ialah suatu cara untuk mengumpulkan data, dimana kolaborator merekam keterangan ketika mereka menyaksikan informasi selagi proses observasi. Anda bisa memandang, mendengar, dan kenyataan yang dirasakan dari kejadian ini, lalu mencatatnya sesubjektifnya. (Sujarweni, 2014)

Teknik Analisis Data

Pengkodean (koding) yaitu aktivitas menciptakan kode. Kode bisa

berbentuk kata atau frasa bagi pengkaji untuk mengenali, mendeskripsikan, dan atau menyingkat perkataan, gugusan kalimat, atau rangkaian tulisan. Pengkaji terlebih dahulu membaca teks data penelitian, kemudian menandai teks yang telah dibaca untuk memulai analisis, kemudian mereka juga dapat mengklasifikasikan dan menganalisis kode-kode tersebut. (Sarosa, 2012)

Koding Terbuka (Open Coding)

Para pengkaji membedah tulisan tersebut lalu menyingkat menjadi kode-kode representatif. Pengkodean terbuka berkarakter deskriptif dan mewakili nama, kepribadian, serta kejadian yang terekam dalam tulisan. Langkah ini menjadi dasar dari mengkaji, pada tahap ini peneliti akan mengidentifikasi dan menandai teks sebelum dikaji berkelanjutan.

Koding Axial (Axial Coding)

Pengkodean aksial yaitu serangkaian proses dimana sebuah evidensi dikodekan secara publik dan diatur ulang dengan cara baru dengan menyambungkan kelas yang sudah ada.

Koding Selektif (Selective Coding)

Kegiatan penting pada tahap ini yaitu membuat rancangan yang dapat menjelaskan hubungan saat ini antara bermacam bagian golongan (kode). Para pengkaji mengambil langkah ini secara harfiah, membandingkan rancangan, berbagai golongan, dan pengertian teoretis dengan evidensi. (Sarosa, 2012)

Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menentukan lokasi penelitian yang bertempat di kantor Radio Elgangga 100.3

Fm Bekasi yang bertempat di Jl. Serma Marjuki No.30, RT05/RW02, Marga Jaya,

Kecamatan Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat (17141).

Hasil dan Pembahasan

STRATEGI MUSIC DIRECTOR RADIO ELGANGGA 100.3 FM BEKASI DALAM MEMPERTAHANKAN MINAT PENDENGAR

Menjadi seorang *music director* di sebuah stasiun radio tidaklah mudah seperti yang kita bayangkan, karena di dalam stasiun radio, *music director* adalah seorang yang mengatur, mengontrol serta mengkoordinasikan musik diseluruh acara program yang ada. Seorang *music director* dalam sebuah radio menentukan bahwa musik yang akan diputar saat siaran itu layak atau tidak, tepat atau tidak.

Music director juga bertanggung jawab pada proses pra produksi, produksi dan pasca produksi. Tugas seorang *music director* adalah membuat *playlist* lagu untuk disetiap program acara yang ada di radio. Berikut penjelasan *key informan Music Director Radio Elgangga* “Kita *playlist* lagu disetiap program acara, terus kita kerja sama juga sama hubungan baik sama label *recording* karena dia ngirim materi lagu kita. Dia ngirim email. Sekarang via email, dulu kaset. Dulu jamannya gw kaset, gw ngambil ke kantornya. Gw ke musica, misalkan ke musica, gw ke musica, setiap dulu tuh kalo MD tuh setiap rabu ngambil fisiknya. Misalkan gw, dulu di musica kan, D’Masiv, D’Masiv masih CD sih, Iwan Fals, minta kasetnya, pulang bawa belanjaan tuh kita, bawa fisiknya cd, kaset, poster.”

Di luar radio seorang *music director* juga harus membangun hubungan yang baik terhadap *label recording* yang ada. Karena untuk mendapatkan sebuah materi lagu, seorang *music director* harus meminta langsung ke *label recording*. Jika seorang *music director* tidak mampu membangun hubungan yang baik dengan *label recording*, akan sulit bagi seorang *music director* untuk mendapatkan materi lagu untuk radionya.

Dalam menentukan musik, seorang *music director* tidak sepenuhnya mementingkan kualitas musik, karena jika kualitas musik itu baik, tetapi ternyata terlalu berat untuk diterima oleh masyarakat dan pendengarnya, hal itu juga tidak akan menguntungkan pihak perusahaan radionya. Seorang *music director* melihat kualitas lagu secara keseluruhan, tidak dilihat secara *detail* seperti *chord*, *melody* dan aspek musical lainnya tetapi melihat apakah lagu tersebut cocok tidak dengan radionya atau lagu tersebut akan *booming* atau *hits* tidak. Proses ini termasuk kedalam pra produksinya seorang *music director*. Berikut penjelasan *key informan Music Director Radio Elgangga* “Ya itu, kuping kita kan kalo MD kan istilahnya kuping emas. Itu dengerin lagu yang bakal *booming* apa nih. Kita seleksi juga, kita dengerin dari label, kita dapet lagu banyak, kita dengerin, wah nih cocok buat radio gw nih segmentnya, kalo ngga cocok ga bakal kita list. Jadi ada yang bilang tuh, wah ini radio kayak punya MD nih.

Radio ini ga masuk, ini ga masuk, ini lagunya terlalu mellow.”

Ketika seorang *music director* sudah mendapatkan materi lagu dari berbagai *label recording*, ada proses mensortir lagu-lagu apa saja yang cocok dengan segmen radionya. Dengan mendengarkan lagunya satu per satu, dikumpulkan lalu dibuatkan *playlist* untuk ditiap program acaranya. Lagu yang ditentukan oleh seorang *music director* dalam sebuah radio mendominasi mengikuti selera masyarakat dan terutama pendengarnya. Karena para pendengarnya adalah yang membuat radio tersebut tetap hidup dan tetap eksis.

Dizaman sekarang, pesatnya perkembangan teknologi saat ini membuat mudah pekerjaan bagi seorang *music director*. Karena adanya komputersasi membuat proses pra produksi semakin mudah untuk mendapatkan materi lagu hanya dengan kirim mengirim melalui *E-Mail* dengan *label recording*. Proses produksipun saama halnya, karena lagu sudah berbentuk *digital* tidak seperti dahulu yang masih berbentuk kaset ataupun CD yang dimana proses produksi lebih mudah memutar lagu-lagunya. Untuk proses pasca produksi hanya mengeditnya menggunakan sebuah program *tooledit*.

Seorang *music director* juga harus memberikan sebuah inovasi agar program acaranya atau radionya banyak didengarkan oleh masyarakat dan pendengarnya. Radio Elangga sendiri membuka interaksi dengan pendengarnya yaitu dengan cara membacakan *request* dari pendengarnya. Dengan adanya

request dari pendengar, seorang *music director* mampu memahami apa saja lagu yang diinginkan oleh para pendengarnya.

Dengan begitu, evaluasi dapat menjadi salah satu strategi yang dilakukan oleh *music director*. Setiap radio dan program acaranya pasti pernah mengalami turun *rating*, *music director* mencari letak kesalahannya serta mempertahankan yang sudah menjadi kelebihannya. *Music director* mengevaluasi musik yang disetel hari ini disetiap programnya karena itu sangat penting. Apakah lagu yang diputar cocok dengan situasi dihari itu, apakah cocok dengan keadaan pendengarnya.

Kesimpulan

Strategi *Music Director* dalam mempertahankan minat pendengar adalah dengan memutar lagu lagu yang *hits* yang disukai oleh para pendengarnya serta tetap *up to date* terus tentang lagu lagu yang disukai oleh pendengar. Melakukan *survey*, pendengar kita suka lagu apa dan menerima dan memutar lagu *request*-an dari pendengar.

Hasil dari strategi *Music Director* mempertahankan minat pendengar sudah bisa dibilang berhasil *Music director* bisa memberikan lagu lagu yang disukai oleh pendengarnya serta lagu lagu yang sedang *hits*. Dengan strategi yang dimiliki *Music Director* saat ini, Radio Elangga masih bertahan hingga saat ini dan masih menjadi Radio Dangdut unggulan yang ada.

Daftar Pustaka

Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S.

- (2007). *Komunikasi Massa*. Simbiosis Rekatama Media.
- Campbell, D. (2001). *Efek Mozart*. Gramedia Pustaka Umum.
- Cangara, H. (1998). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Rajagrafindo Persada.
- David. (2004). *Manajemen Strategis: konsep-konsep*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Effendy, O. (1993). *Ilmu Komunikasi: Teori dan praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Elgangga. (2019). *Radio Elgangga*. <https://www.radioelgangga.com/company-profile/>
- Jamalus. (1988). *Pengajaran Musik Melalui Pengalaman Musik*. Depdikbud.
- Johansson, B. B. (2006). Music and brain plasticity. In *European Review* (Vol. 14, Issue 1, pp. 49–64). <https://doi.org/10.1017/S1062798706000056>
- Junito, D. B. (2020). *Strategi Program "Morning Zone" Di Trax Fm Jakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar*.
- Lexi, J., & M.A., M. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin*. PT. Remaja Rosdakarya. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Lismayanti, R. (2017). *Laga-Laga: Jurnal Seni Pertunjukan*.
- Masduki. (2004). Menjadi Broadcaster Profesional. In *Menjadi Broadcaster Profesional*. Pustaka Populer LKiS.
- Miftahuddin. (1999). *Perencanaan Strategi Organisasi Sosial*. Pustaka Pelajar.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Novriska, R. D. (2016). *Manajemen Siaran Musik Pada Music Director Radio Fresh 94,3 Fm Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi*.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa – Nurudin*. PT. Rajagrafindo Persada.
- O'Connell, S. (2002). *Focus on IELTS*. Longman. [https://www.amazon.com/Focus-IELTs-Student-iTest-CD-ROM/dp/1408241366%0Ahttp://ci.nii.ac.jp/ncid/BB03219275%0Ahttps://openlibrary.org/books/OL9471143M/Focus_on_IELTS_\(FOCU\)%0Ahttps://lens.org/025-052-854-731-58X](https://www.amazon.com/Focus-IELTs-Student-iTest-CD-ROM/dp/1408241366%0Ahttp://ci.nii.ac.jp/ncid/BB03219275%0Ahttps://openlibrary.org/books/OL9471143M/Focus_on_IELTS_(FOCU)%0Ahttps://lens.org/025-052-854-731-58X)
- Perebinosoff, P., Gross, B., & Gross, L. S. (2012). Programming for TV, radio, and the internet: Strategy, development, and evaluation. In *Programming for TV, Radio, and the Internet: Strategy, Development, and Evaluation*. <https://doi.org/10.4324/9780080480466>
- Rahmawati, & Rusnandi. (2011). *Berkarier di Dunia Broadcast*. Lascara Aksara.
- Ramayulis. (2014). *Metodologi Agama Islam*. Kalam Mulia.
- Romli, M., & Syamsul, A. (2009). *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Nuansa.
- Sarosa, S. (2012). Penelitian Kualitatif : Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January). PT. INDEKS. <http://belajarsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Sedyawati, E., & Damono, S. D. (1983). *Seni Dalam Masyarakat Indonesia, Bunga Rampai*. PT. Gramedia.
- Sugiyono, A. (2012). *Transformasi Konvergensi Media : Studi Kasus Grand Strategy Harian Kompas*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Alfabeta.
Sujarweni, W. (2014). *Metodologi
Penelitian*. PT. PUSTAKA BARU.
Weintraub, A. (2010). *Dangdut Stories:*

*A Social and Musical History of
Indonesia's Most Popular Music.*
Oxford University Press, Inc.

