

STRATEGI PENYIARAN RADIO RAMA FM BANDUNG DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA MEDIA ONLINE

RAMA FM BANDUNG RADIO BROADCAST STRATEGY IN MAINTAINING ITS EXISTENCE IN THE ONLINE MEDIA ERA

Tri Agung Nugraha Buana Wijaya¹, Muhamad Riki Maulana², Muhammad Ilham Akbar³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pasundan Bandung

Jl. Lengkong Besar No.68, Cikawao, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat
triagung7858@gmail.com, riki7g@gmail.com, muhamad.icam29@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi menciptakan banyak media informasi dan komunikasi yang mudah di akses oleh masyarakat, salah satunya adalah radio. Akan tetapi, di era modern ini, media radio menghadapi persaingan yang ketat dengan media-media online yang cenderung lebih mudah dan banyak diakses masyarakat. Oleh karena itu, Radio Rama FM Bandung perlu merancang dan mengimplementasikan strategi penyiaran yang relevan dengan kondisi masyarakat saat ini sehingga mampu bersaing dengan media-media online. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya dalam menghadapi dan mempertahankan eksistensi dalam persaingan di era media online, Radio Rama FM menggunakan strategi penyiaran yang meliputi fact finding, planning, communication, branding, dan evaluation. Dalam membuat program penyiaran yang banyak didengarkan masyarakat, Radio Rama FM Bandung melakukan riset mengenai minat masyarakat itu sendiri. Selain itu, Radio Rama FM tidak hanya mengandalkan penyiaran on air dalam bersaing di era media online, akan tetapi juga memanfaatkan promosi dengan mengadakan event off air dan melakukan promosi lewat media online itu sendiri sehingga lebih adaptif dalam mengikuti perkembangan zaman.

Kata kunci: Strategi penyiaran, Radio, Media online

A.PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di masa sekarang mempermudah manusia dalam menjalani aktivitas dan mendapatkan kebutuhan sehari-harinya, termasuk kebutuhan informasi. Seiring berkembangnya teknologi, media informasi dan komunikasi pun kian berkembang. Dahulu kala, komunikasi dilakukan dengan media-media non-elektronik seperti surat dan media cetak, di mana dalam proses pertukaran dan penyampaian informasinya memerlukan waktu yang cukup lama. Akan tetapi, teknologi kemudian menghadirkan banyak media komunikasi dan informasi baru yang mampu mengakses informasi dalam waktu yang cukup singkat, misalnya telepon, telegram, televisi, dan radio (Morissan, 2018).

Radio merupakan sebuah medium komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik untuk mentransmisikan informasi, seperti siaran berita, musik, wacana, dan program hiburan (Nasution, 2018). Secara umum, radio memainkan peran penting dalam menyediakan akses luas terhadap berbagai jenis konten kepada pendengarnya. Dengan cara yang efisien, radio mampu mencapai para pendengar di berbagai lapisan masyarakat, baik secara lokal maupun global. Penyiaran radio telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memberikan platform untuk menyampaikan berbagai informasi, hiburan, dan pendapat. Keberagaman format siaran, mulai dari radio berita hingga stasiun musik, menciptakan ekosistem yang kaya dan dinamis di dalam dunia penyiaran.

Akan tetapi, perkembangan teknologi dan informasi tidak berhenti, dan mulai melahirkan media-media informasi baru berbasis jaringan internet. Media-media tersebut dapat berbentuk *website*, aplikasi, platform sosial media, platform *chating*, platform video, atau platform audio yang dioperasikan melalui jaringan internet atau secara *online*. Media-media *online* ini memiliki kemudahan dalam proses mengaksesnya sehingga masyarakat mulai beralih kepada media *online* dan meninggalkan media konvensional berbasis frekuensi seperti radio. Jaringan internet ini menjadi alternatif utama bagi pengguna media *online*, yang dengan antusias mengaksesnya untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Fenomena ini memicu pertumbuhan media *online*, didukung oleh fakta bahwa pada tahun 2020, laporan We Are Social mencatat adanya 175,4 juta pengguna internet di Indonesia, menunjukkan peningkatan sebesar 17% atau 25 juta pengguna internet (Tiara & Oktaviani, 2021).

Tentunya hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi industri radio, termasuk Radio Rama FM Bandung. Radio Rama FM Bandung adalah salah satu stasiun radio yang menyiarkan berita seputar Bandung dan nasional, selebriti, olahraga, inspiratif, dan lainnya, menyiarkan musik-musik dangdut, pop Sunda, dan musik kekinian, juga menyiarkan program-program menarik lainnya. Radio Rama FM Bandung memiliki keunikan dengan cenderung membawakan program dan gaya penyiaran khas Sunda, sehingga cocok didengarkan oleh masyarakat Bandung.

Dalam menghadapi persaingan di era media *online*, Radio Rama FM tidak bisa bertahan hanya dengan strategi penyiaran program radio konvensional, akan tetapi perlu melakukan banyak inovasi dan riset yang relevan. Strategi penyiaran radio merupakan kunci utama dalam membangun dan mempertahankan basis pendengar. Radio yang sukses menggabungkan variasi program yang menarik dengan jadwal yang fleksibel, memastikan keberagaman konten untuk memenuhi selera beragam pendengar. Selain itu, interaksi langsung dengan pendengar melalui panggilan telepon, pesan teks, atau media sosial menjadi strategi penting untuk membangun keterlibatan dan kesetiaan pendengar (Rahayu et. al, 2019). Penyelenggaraan *event* khusus, wawancara dengan tokoh terkenal, dan promosi

berbasis komunitas juga dapat meningkatkan keterlibatan pendengar. Lebih dari itu, pemilihan musik yang tepat dan penyajian berita yang relevan adalah elemen kunci dalam menyusun strategi penyiaran yang berhasil, menciptakan pengalaman mendengarkan yang memuaskan dan memperkuat ikatan antara stasiun radio dan pendengarnya.

C.METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dalam kerangka penelitian kualitatif. Keputusan untuk memilih metode kualitatif didasarkan pada sifat permasalahan yang bersifat sosial. Permasalahan yang dipelajari oleh peneliti bersifat sosial dan dinamis, yang memerlukan pendekatan mendalam. Peneliti secara cermat mengumpulkan informasi melalui metode pengumpulan data yang umumnya digunakan dalam penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif cocok digunakan untuk menganalisis suatu fenomena sosial secara mendalam (Sugiyono, 2019). Oleh karena itu, penelitian ini memilih pendekatan kualitatif untuk menetapkan prosedur pencarian, pengumpulan, pengolahan, dan analisis data. (Moleong, 2014). Penggunaan pendekatan deskriptif karena penulis berusaha mendeskripsikan fenomena strategi penyiaran yang diimplementasikan oleh Radio Rama FM dalam mempertahankan eksistensinya dalam bersaing dengan media *online*. Moleong dalam (Gama, 2018) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan keadaan obyek penelitian pada saat sekarang sebagaimana adanya berdasarkan fakta- fakta.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui berbagai metode, seperti wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Penelitian ini mengandalkan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara serta tulisan terkait dengan fokus penelitian. Data sekunder yang digunakan mencakup berbagai dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami strategi yang diterapkan oleh Radio Rama FM Bandung dalam menghadapi persaingan di era media *online*.

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam paparan hasil penelitian, terungkap bahwa Radio Rama FM Bandung menghadapi tantangan signifikan dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan citra perusahaan, terutama menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan media *online*. Untuk mengatasi kompleksitas ini, Radio Rama FM Bandung telah menetapkan fokus strategis pada pemeliharaan citra perusahaan, melalui pelaksanaan berbagai *event* dan acara yang dirancang untuk menarik minat masyarakat secara luas. Upaya ini tidak hanya diarahkan untuk memperbaiki citra perusahaan, tetapi juga sebagai langkah proaktif dalam menjaga eksistensi perusahaan di tengah persaingan yang semakin intensif dan dinamis.

Sementara dalam urusan penyiaran, Rama FM Bandung menyiapkan strategi yang berbasis dengan kebutuhan masyarakat, sehingga setiap acara atau konten yang disiarkan adalah sesuatu yang memang ingin didengarkan oleh masyarakat kebanyakan. Adapun strategi yang digunakan oleh Radio Rama FM Bandung adalah: *fact finding*, *planning*, *communicating*, *branding*, dan *evaluation*.

Fact Finding

Konten penyiaran yang memiliki potensi untuk menarik minat banyak pendengar adalah konten yang secara langsung relevan dan sesuai dengan preferensi pendengar. Pemahaman mendalam terhadap apa yang diinginkan oleh para pendengar menjadi kunci kesuksesan dalam menyusun program siaran radio yang menarik. Dengan kesadaran akan pentingnya hal ini, pihak Radio Rama FM Bandung telah menetapkan langkah strategis dengan membentuk sebuah tim survei yang secara khusus bertujuan untuk melakukan riset menyeluruh terkait dengan minat masyarakat dalam mendengarkan konten siaran radio. Tim

ini tidak hanya berfokus pada menganalisis tren umum, tetapi juga mencari wawasan mendalam terkait preferensi individual pendengar, sehingga Radio Rama FM dapat menyajikan konten yang lebih personal dan sesuai dengan keinginan pendengarnya. Dengan demikian, langkah ini diharapkan dapat memperkuat koneksi antara stasiun radio dan pendengarnya, menciptakan pengalaman mendengarkan yang lebih memuaskan dan terkait erat dengan harapan serta kebutuhan mereka.

Planning

Setelah memperoleh data-data yang komprehensif mengenai kebutuhan informasi masyarakat, Radio Rama FM Bandung melangkah ke tahap selanjutnya, yaitu proses perencanaan yang menjadi kunci utama dalam menentukan keberhasilan pelaksanaan penyiaran. Proses perencanaan ini diakui sebagai langkah kritis karena memiliki dampak signifikan terhadap arah dan efektivitas keseluruhan strategi penyiaran stasiun. Dalam konteks ini, perencanaan bukan hanya sebatas langkah administratif, tetapi juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh Radio Rama FM.

Melalui proses perencanaan ini, stasiun radio dapat merinci dan merumuskan dengan jelas tujuan-tujuan strategis, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, yang ingin dicapai dalam periode tertentu. Selain itu, perencanaan juga menjadi wadah kreatif untuk merancang konten penyiaran yang tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, tetapi juga mencerminkan identitas unik dan visi stasiun tersebut. Dengan memastikan bahwa perencanaan ini disusun secara cermat dan terarah, Radio Rama FM memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan pengalaman mendengarkan yang memuaskan dan relevan bagi pendengarnya, sekaligus memperkuat kedudukan stasiun dalam industri penyiaran.

Communication

Proses penyiaran program adalah proses di mana terjadi interaksi komunikasi dari penyiar radio dan masyarakat pendengar. Penyiaran yang dilakukan oleh Radio Rama FM Bandung dinilai cukup baik, karena menggunakan bahasa komunikasi yang baik, lugas, interaktif, dan bernuansa akrab dengan para pendengar. Proses penyiaran tersebut dilakukan secara *on air*. Dibutuhkan keahlian khusus bagi para penyiar dalam membangun komunikasi yang baik dengan pendengar tanpa mengurangi esensi informasi yang ingin disampaikan (Budiarti, 2021).

Jenis-jenis program yang disiarkan oleh Radio Rama FM Bandung berupa berita seputar Bandung dan nasional, selebriti, olahraga, dan lain sebagainya, serta musik dan hiburan inspiratif lainnya. Adapun program-program yang pada Radio Rama FM Bandung ialah: Ceplos Ceplos Rama, Kado, Tatar Sunda, Galaxi Rama, Gentra Parahyangan Rama, G'Boy Dangdut Rama, dan G'Boy sore-sore.

Branding

Selain melakukan *branding* lewat siaran program *on air*, Radio Rama FM juga melakukan *branding* dengan strategi dan inovasi lain yang bersifat *off air*. Radio Rama FM Bandung sering membuat *event* seperti Geboy Mobile, Senam kebugaran, Kajian Ilmu, dan lain sebagainya. Dalam bersaing di era media *online*, Radio Rama FM Bandung juga memiliki platform media online-nya sendiri, seperti di Instagram, *website*, dan Tiktok. Hal tersebut tentunya memberikan banyak pengaruh positif bagi citra Radio Rama FM Bandung di hati masyarakat.

Menurut Saragih, Purba, dan Sipayung (2021), *branding* suatu media radio sangat penting bagi efektivitas strategi penyiaran. Dalam konteks ini, *branding* bukan hanya sekadar identitas visual atau nama, melainkan juga mencakup citra, nilai, dan daya tarik yang dapat mengukuhkan posisi media tersebut di benak pendengar. Sebuah identitas *brand* yang kuat dapat membantu membedakan media radio dari pesaingnya, menciptakan

kepercayaan dan loyalitas pendengar, serta memperkuat hubungan jangka panjang antara stasiun radio dan pendengarnya. Dengan demikian, pemahaman mendalam terhadap aspek-aspek *branding* menjadi kunci dalam merancang strategi penyiaran yang efektif dan berkelanjutan.

Evaluation

Dalam menjalankan serangkaian strategi penyiaran, Radio Rama FM Bandung memastikan bahwa setiap langkah telah diimplementasikan dengan cermat. Setelah melalui berbagai proses strategis, pihak stasiun radio ini tidak hanya berhenti pada perencanaan dan pelaksanaan, tetapi juga menjalankan tahap evaluasi yang teliti. Evaluasi ini tidak hanya berfungsi sebagai penilaian kinerja, tetapi juga sebagai alat untuk mengukur sejauh mana strategi penyiaran tersebut berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan melakukan analisis mendalam terhadap hasil implementasi, Radio Rama FM Bandung dapat mengidentifikasi potensi perbaikan dan penyempurnaan, memastikan kelangsungan dan peningkatan efektivitas strategi mereka di masa mendatang. Tahap evaluasi berperan sebagai tahap pembelajaran dalam menentukan strategi yang selanjutnya dalam penyiaran radio (Sinaga, .2017).

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi dan mempertahankan eksistensi dalam persaingan di era media *online*, Radio Rama FM menggunakan strategi penyiaran yang meliputi *fact finding*, *planning*, *communication*, *branding*, dan *evaluation*. Dalam membuat program penyiaran yang banyak didengarkan masyarakat, Radio Rama FM Bandung melakukan riset mengenai minat masyarakat itu sendiri. Selain itu, Radio Rama FM tidak hanya mengandalkan penyiaran *on air* dalam bersaing di era media *online*, akan tetapi juga memanfaatkan promosi dengan mengadakan *event off air* dan melakukan promosi lewat media *online* itu sendiri sehingga lebih adaptif dalam mengikuti perkembangan zaman.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Budiarti, L. (2021). *Asyiknya Jadi Penyiar Radio*. Guepedia.
- Gama, M. A. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Tjankir 13*. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 7(2), 148–153.
- Ikhwan, M. (2022). *Manajemen Media Kontemporer: Mengelola Media Cetak, Penyiaran, dan Digital*. Jakarta: Prenada Media.
- Karauan, T. A., Boham, A., Onsu, R. (2018). *Strategi Penyiaran Radio Motion FM Manado Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar*. Acta Diurna Komunikasi, 7(4).
- Maharani, D. (2021). *Strategi RRI (Radio Republik Indonesia) Palembang Mempertahankan Minat Pendengar di Era Digitalisasi Penyiaran*. Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan, 4(1): 1-11.
- Moleong, Ilexy J. (2014). *Metode Penelitian kualitatif (revisi)*. Bandung: RemajaRos
- Nasution, N. (2018). *Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam*

- Menghadapi Persaingan Informasi Digital*. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2): 167-178.
- Morissan. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Novia, D. H., Simbolon, B. R. (2019). *Strategi Komunikasi Penyiar Radio SLA FM 105.6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar*. JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 4(1): 1-13.
- Rahayu, T. Y., Rosmalah, K., Katili, D. (2019). *Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya*. Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya, 4(1): 139-153.
- Rahmi, W., & Darmawati. (2021). *Strategi Penyiar Radio Suara Safasindo 98.2 FM Payakumbuh dalam Mempertahankan Kualitas dan Eksistensi Siaran*. Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi, 3 (4): 186-195.
- Saragih, K. R. M., Purba, F., Sipayung, T. (2021). *Strategi Komunikasi Penyiar Radio KARINA Pematangsiantar Dalam Program Nostalgia*. Manajemen: Jurnal Ekonomi, 3(2): 187-195.
- Saputro, D. R. (2020). *Strategi Penyiaran Radio Komunitas di Era Internet (Studi pada Radio Komunitas di Purwokerto)*. At-Tabyir: Jurnal Komunikasi Islam, 7(1): 160-181.
- Sinaga, C. N. A. P. (2017). *Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom FM dalam Mempertahankan Eksistensinya*. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(1): 1-16.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Tiara, E., & Oktaviani, F. (2021). *Strategi PR Radio Dahlia dalam Menghadapi Persaingan di Era Industri 4.0*. AL-KALAM: Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen, 8(2): 22-37.