

**PERAN PENGARAH PROGRAM ACARA “SWEET MEMORY” DALAM
MENINGKATKAN MINAT DENGAR MASYARAKAT
(STUDI PADA PT. RADIO SUARA MITRA 92,8 FM RATAHAN)**

Oleh
Hanna AnisaEngelin Popo
Reiner R. Onsu
John .S. Kalangi
Email: hanna.aengelin@gmail.com

Abstrak

Radio merupakan dunia yang tidak asing lagi bagi masyarakat, dari lapisan bawah, menengah, hingga lapisan atas, baik tua maupun muda, semuanya pasti akrab dengan media yang satu ini. Sifatnya yang unik menjadikan radio selalu diminati masyarakat. Radio memiliki sifat unik karena radio menyajikan produksinya secara audio saja. Produksi program siaran radio adalah mentransfer naskah suara, yang ujungnya menjadi suatu hasil nyata dari sebuah ide. Pemograman adalah tahap paling penting dalam setiap kegiatan, tak terkecuali dalam membangun radio. Pemograman akan menentukan kemana arah radio hendak dibawa, untuk kepentingan siapa mereka ada, serta apa tujuan yang hendak dicapai. Radio Suara Mitra merupakan satu-satunya radio di Minahasa Tenggara. Radio suara mitra mempunyai beberapa program yang disiarkan, salah satunya yaitu program sweet memory. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka dan lebih menekankan pada makna (data dibalik yang teramati). Peneliti ikut berpartisipasi lama di lapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan, dan membuat laporan secara mendetail. Penelitian ini mengenai peran pengarah program sweet memory dalam meningkatkan minat dengar masyarakat. Peran pengarah program acara sweet memory dalam meningkatkan minat dengar masyarakat adalah meningkatkan kreatifitas sumber daya manusia, memperhatikan fasilitas yang ada, melakukan promosi selain melalui media sosial, tetapi melakukan kegiatan langsung dengan masyarakat untuk mendengarkan saran dan masukan.

Kata Kunci : Peran, Program Acara, Masyarakat

*THE ROLE OF THE "SWEET MEMORY" EVENT PROGRAM IN INCREASING INTEREST
IN THE LOCAL COMMUNITY
(STUDY AT PT. RADIO SUARA MITRA 92.8 FM RATAHAN)*

By

Hanna Anisa Engelin Popo

Reiner R. Onsu

J.S. Kalangi

Email: hanna.aengelin@gmail.com

Abstract

Radio is a world that is familiar to people, from the lower, middle, to upper layers, both young and old, all of whom must be familiar with this one media. Its unique nature makes radio always attractive to the public. Radio has a unique nature because the radio presents its production in audio only. The production of a radio broadcast program is to transfer the voice script, which ends up being a tangible result of an idea. Programming is the most important stage in every activity, not least in building radio. Programming will determine where you want the radio to be taken, for the sake of who they are, and what goals you want to achieve. SuaraMitra Radio is the only radio station in Southeast Minahasa. Partner voice radio has several programs that are broadcast, one of which is the sweet memory program. The method used is a qualitative research method. The data collected is in the form of words or images, so that it does not emphasize numbers and emphasizes more meaning (the data behind which is observed). Researchers participated in the field for a long time, carefully noted what happened, conducted reflective analyzes of various documents found in the field, and made detailed reports. This research is about the role of the director of the sweet memory program in increasing public listening interest. The role of the director of the program sweet memory in increasing public listening interest is to increase the creativity of human resources, pay attention to existing facilities, do promotions other than through social media, but conduct activities directly with the community to listen to suggestions and input.

Keywords: Role, Program Director, Society

PENDAHULUAN

Radio merupakan media komunikasi massa yang dapat menjangkau masyarakat luas namun terbatas. Radio merupakan dunia yang tidak asing lagi bagi masyarakat, dari lapisan bawah, menengah, hingga lapisan atas, baik tua maupun muda, semuanya pasti akrab dengan media yang satu ini. Sifatnya yang unik menjadikan radio selalu diminati masyarakat. Radio memiliki sifat unik karena radio menyajikan produksinya secara audio saja. Tidak seperti media cetak yang membutuhkan kemampuan membaca, radio dapat dinikmati semua kalangan termasuk buta huruf. Hal ini membuat radio memiliki kedekatan di hati para pendengarnya, sehingga radio bersifat personal karena kita dapat mendengarkannya sendirian.

Produksi program siaran radio adalah mentransfer naskah suara, yang ujungnya menjadi suatu hasil nyata dari sebuah ide. Produksi siaran radio pada dasarnya juga merupakan paduan penciptaan gambar suara dengan rangkaian kata-kata, suara-musik, dan sound efek menjadi kesatuan yang utuh yang mampu membangkitkan sugesti, emosi maupun imajinasi pendengarnya.

Pemograman adalah tahap paling penting dalam setiap kegiatan, tak terkecuali dalam membangun radio. Pemograman akan menentukan kemana arah radio hendak dibawa, untuk kepentingan siapa mereka ada, serta apa tujuan yang hendak dicapai.

Radio Suara Mitra merupakan satu-satunya radio di Minahasa Tenggara. Radio suara mitra mempunyai beberapa program yang disiarkan, salah satunya yaitu program *sweet memory*. Program acara ini merupakan acara music dengan tembang kenangan tahun 1970-2005. Bentuk program ini yaitu hiburan interaktif, pada kalangan orang tua (30-40 tahun). Jam siaran program *sweet memory*

kurang efektif karena disiarkan terlalu larut malam, yaitu pada jam 21.00-23.00. Lagu-lagu tembang kenangan juga masih perlu diupdate, karena yang disiarkan setiap harinya lagu yang sama. Para audiens tentu akan merasa bosan kalau yang disiarkan hanya lagu yang sama setiap harinya.

Sebagai sarana media publik, radio adalah sarana yang sangat strategis dalam mengembangkan segala informasi baik itu berita, iklan, dan musik. Begitu juga yang dilakukan oleh radio suara mitra, menyajikan berbagai kebutuhan masyarakat pendengar di kecamatan Ratahan dan Sekitarnya yang dekat dan dapat dijangkau dengan pemancar radio suara mitra.

Stasiun radio perlu manajemen yang tepat dalam membangun pencitraan di tengah-tengah masyarakat untuk menarik audiens. Oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : Peran Pengarah Program Acara Sweet Memory Dalam Meningkatkan Minat Dengar Masyarakat pada Radio Suara Mitra Ratahan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Peran

Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan atau status. Peran dipengaruhi oleh keadaan sosial baik dari dalam maupun dari luar dan bersifat labil. Peran adalah bentuk dari perilaku yang diharapkan dari seseorang pada situasi sosial tertentu. Peran menentukan apa yang diperbuat seseorang pada masyarakat. Peran juga menentukan kesempatan-kesempatan yang diberikan oleh masyarakat kepadanya.

Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah “komunikasi” merupakan terjemahan dari Bahasa Inggris ‘*Communication*’ yang dikembangkan di Amerika Serikat dan komunikasi pun

berasal dari unsur persuratkabaran, yakni journalism. Adapun definisi komunikasi dilihat dari dua sudut, yaitu dari sudut bahasa (etimologi) dan dari sudut istilah (terminologi).

Pengertian komunikasi secara etimologi ini memberi pengertian bahwa komunikasi yang dilakukan hendaknya dengan lambang-lambang atau bahasa yang mempunyai kesamaan arti antara orang yang memberi pesan dengan orang yang menerima pesan. Karena 'communis' disini bisa saja diberi arti dengan 'sama makna' atau 'sama arti' sehingga lambang-lambang yang diberikan itu merupakan milik bersama antara orang yang memberi lambang dengan orang yang menerima lambang. Jadi jika komunikasi itu menggunakan lambang atau bahasanya tidak dimengerti oleh yang menerima, maka itu bukanlah komunikasi yang efektif. Bahkan bisa saja sama, tapi maknanya berbeda.

Adapun pengertian komunikasi menurut istilah (terminology) banyak dikemukakan oleh sarjana-sarjana yang menekuni ilmu komunikasi, antara lain sebagai berikut :

- Carl I. Hovland, mengatakan bahwa komunikasi adalah "*The process by which an individual (the Communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicant)*" Proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang-orang lain (komunikant).
- William Albig, mengatakan dalam bukunya *Public Opinion* bahwa komunikasi adalah "Proses pengoperan lambang-lambang yang berarti di antara individu-individu."

- Hovland, Janis dan Kelley (1953) mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak).
- Berelson dan Steiner (1964) mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka, dan lain-lain.

Komunikasi juga bisa berarti upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan dan juga menuntut adanya partisipasi dan kerjasama dari para pelaku yang terlibat. Demikian juga komunikasi, pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang, baik berupa kata-kata, angka-angka, tanda-tanda atau yang lainnya, yang semuanya itu tentu harus adanya kesamaan makna dan pengertian. Komunikasi akan berhasil jika orang yang diajak bicara dapat memberi makna sesuai dengan yang diharapkan komunikator.

Pengertian Pengarah Program Acara

Pengarah Program acara adalah seseorang yang bertugas untuk mengintegrasikan unsur-unsur pendukung produksi, seperti studio, transmitter, dan pesawat penerima radio dalam sebuah produksi program acara radio dan bertanggung jawab terhadap aspek teknis maupun estetis serta mampu menterjemahkan sebuah gagasan/naskah/rundown sebuah program acara ke dalam pelaksanaan produksi program siaran. Tugas pengarah program acara yaitu : memahami program yang akan diproduksi, menguasai manajemen

produksi, dan mampu menggunakan alat produksi.

Pengertian Minat

Secara umum, pengertian minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat merupakan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu.

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan.

Radio

Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Menurut Anwar Arifin, radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya actual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat.

Sedangkan menurut H. A. Widjaja, radio adalah keseluruhan system gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima dirumah, dimobil, dan lain-lain dan dilepas dimana saja. Pengertian radio pertamanya adalah alat pesawat untuk mengubah gelombang radio menjadi gelombang bunyi/suara. Sedangkan pengertian lain dari radio adalah gelombang radio yang merupakan bagian dari elektromagnetik. Radio adalah media elektromagnetik yang termurah, baik pemancar maupun penerimanya.

Berarti terdapat ruang untuk lebih banyak stasiun radio dan lebih banyak pesawat penerima dalam sebuah perekonomian nasional. Radio dibandingkan dengan media lainnya adalah biaya yang rendah sama artinya dengan akses kepada pendengar yang lebih besar dan jangkauan lebih luas kepada masyarakat dengan tingkat ekonomi yang rendah. Itu keuntungan dari radio.

Perkembangan Radio

Perkembangan radio dimulai dari penemuan gramofon, yang juga bisa digunakan memainkan rekaman, oleh Edison pada tahun 1877. Pada saat yang sama James Clerk Maxwell dan Helmholtz Hertz melakukan eksperimen elektromagnetik untuk mempelajari fenomena yang kemudian dikenal sebagai gelombang radio. Keduanya menemukan bahwa gelombang radio merambat dalam bentuk bulatan, sama seperti ketika kita menjatuhkan sesuatu pada air yang tenang. Sejarah radio adalah sejarah teknologi yang menghasilkan peralatan radio yang menggunakan gelombang radio. Awalnya sinyal pada siaran radio ditransmisikan melalui gelombang data yang kontinyu baik melalui modulasi amplitude (AM), maupun modulasi frekuensi (FM). Metode pengiriman sinyal seperti ini disebut analog.

Selanjutnya, seiring perkembangan teknologi ditemukanlah internet, dan sinyal digital yang kemudian mengubah cara transmisi sinyal radio. Sejarah media penyiaran dunia dimulai ketika ahli fisika jerman bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya itu kemudian dilanjutkan Guglielmo Marconi (1878-1973) dari Italia yang sukses mengirimkan sinyal Morse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Sinyal yang dikirim Marconi itu berhasil menyebrangi Samudra Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan gelombang elektromagnetik. Pada tahun

berikutnya 1906 seorang promotor yang bernama Lee De Forest yang menciptakan audio tube (alat yang memungkinkan transmisi suara) yang digunakan untuk mengirimkan pesan ke udara.

Karakteristik Radio Sebagai Media Massa

Radio sering disebut-sebut sebagai media buta karena hanya menampilkan audio tanpa visual. Akan tetapi, radio dalam menjalankan perannya sebagai sarana komunikasi massal tetap dipercaya oleh khalayak. Book D. Cary yang dikutip oleh Rahanatha (2008:43) mengungkapkan beberapa karakteristik radio antara lain sebagai berikut:

- a. Radio terdapat di mana-mana, Book menyatakan bahwa penelitian menyebutkan bahwa sekitar setengah miliar pesawat radio yang ada di dunia, 73% diantaranya berada di rumah-rumah, toko-toko, kantor-kantor, sedangkan sisanya terdapat pada kendaraan bermotor. Jika kita berada pada jarak dengar sebuah radio yang sedang diputar, maka mau tidak mau kita akan mendengarnya.
- b. Radio bersifat memilih geografi, demografi, dan keragaman program stasiun radio membantu pengiklan untuk menetapkan target pendengar. Fleksibilitas semacam ini berarti bahwa spot dan adlips iklan dapat disiarkan, baik secara lokal, regional, maupun nasional bahkan internasional, pada jam-jam yang dapat disesuaikan dan program-program yang ditawarkan radio. Keragaman seperti ini akan memungkinkan pengiklan atau sponsor mampu menembak target yang sesuai.
- c. Radio bersifat ekonomis, Book mengungkapkan bahwa dalam satu minggu satu stasiun radio dapat meraih sembilan dari sepuluh pendengar berusia 12 tahun ke

atas. Pendengar berusia 18 tahun keatas mendengarkan radio selama hampir tiga setengah jam sehari. Seorang pengiklan biasanya mempercayakan kombinasi yang efektif atas jangkauan dan frekuensi dengan biaya yang relatif rendah per-ribuan orang.

- d. Radio cepat dalam menyampaikan informasi, jika timbul kebutuhan, maka pengiklan dapat mengiklankan produk yang langsung diudarkan dalam hitungan beberapa jam. Hal ini sangat menguntungkan pengiklan yang menghadapi situasi darurat.
- e. Radio bersifat partisipatif terdapat hubungan emosional antara pendengar dengan penyiar radio. Hubungan interaktif antara penyiar dan pendengar pun sangat mudah dilakukan.

Pendengar Radio

Pendengar adalah sasaran komunikasi massa yang melalui media radio siaran. Komunikasi dapat dikatakan efektif, apabila pendengar terpicat perhatiannya, tertarik terus minatnya, mengerti, tergerak hatinya dan melakukan kegiatan apa yang diinginkan si pembicara.

Pendengar radio atau audience media berlaku universal dan secara sederhana dapat diartikan sebagai kumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media atau komponen isinya. Audience media adalah terpaan media yang melibatkan kegiatan melihat, membaca pesan-pesan komunikasi dan mendengarkan radio. Audience adalah faktor yang paling penting bagi media, karena audience merupakan konsumen media. Kehadiran audience akan menentukan faktor keberhasilan suatu media. Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audience. Ada beberapa sifat

pendengar radio yang memang harus diketahui dan dipahami oleh seorang penyiar untuk bisa membantu jalannya proses siaran. Pendengar sendiri mempunyai makna seseorang yang mendengarkan siaran radio yang menjadi sasaran dari komunikasi massa melalui media radio. Komunikasi dapat dikatakan efektif ketika pendengar mau mendengarkan siaran tersebut, tertarik untuk mendengarkannya secara berkelanjutan, dan pada akhirnya mau melakukan apa yang telah disiarkan melalui media radio.

Penyiaran

Penyiaran berasal dari kata dasar siar, yang artinya tersebar atau menyebar ke semua arah. Penyiaran merupakan proses komunikasi suatu titik ke audiens, yaitu suatu proses pengiriman informasi atau isi pesan dari seseorang atau produser (profesi) kepada masyarakat melalui proses pemancaran gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi. Proses ini dapat berupa siaran radio ataupun televisi. Penyiaran menurut JB Wahyudi (1996) adalah “semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi, dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau jenis gelombang yang lebih tinggi untuk dapat diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi, dengan atau tanpa alat bantu.

Siaran sama artinya dengan broadcast yang dalam Undang-undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran adalah “rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran”. Sedangkjan penyiaran yang disebut broadcasting memiliki pengertian sebagai; Kegiatan pemancarluasan siaran

melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut, dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Penyiaran yang menggunakan media radio, isi pesannya berupa suara saja, sedangkan media televisi, isi pesannya berupa audiovisual gerak dan sinkron. Oleh sebab itu yang dimaksud dengan jurnalistik penyiaran adalah meliputi segi ideal, pengoperasian perangkat keras dan lunak, dalam mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita menjadi informasi audio/visual, baik dalam bentuk berita, maupun penjelasan hangat, dan menyajikannya pada pemirsa melalui proses penyiaran atau transmisi gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi dan dapat diterima khalayak melalui penerima radio atau pesawat penerima televisi dengan atau tanpa alat bantu.

UU Penyiaran

Undang-Undang Penyiaran (secara resmi bernama Undang-Undang No.32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran) adalah undang-undang yang mengatur tentang prinsip-prinsip penyelenggaraan penyiaran yang berlaku di Indonesia. Hal itu mencakup tentang asas, tujuan, fungsi dan arah penyiaran nasional, mengatur tentang ketentuan Komisi Penyiaran Indonesia, Jasa Penyiaran, Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Berlangganan, Lembaga Penyiaran Komunitas, Lembaga Penyiaran Asing, Stasiun penyiaran, dan jangkauan siaran, serta perizinan dan kegiatan siaran.

Dalam Undang-Undang Penyiaran terdapat pengertian siaran dan penyiaran.

Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.

Program Sweet Memory

Program acara sweet memory adalah salah satu program acara pada PT. Radio Suara Mitra 92,8 FM Ratahan. Program acara ini merupakan acara musik dengan tembang kenangan tahun 1970-2005. Program ini disiarkan dengan durasi 2 jam (21.00-23.00). Bentuk program ini yaitu hiburan interaktif, pada kalangan orang tua (30-40 Tahun). Program acara ini bisa direquest melalui telepon oleh para pendengar

Landasan Teori

A. Teori AIDA

AIDA adalah salah satu teori dasar yang banyak dipakai dalam dunia marketing sebagai tahapan yang harus di ingat dalam proses penjualan sebuah produk atau jasa. Menurut model ini, alat promosi harus menarik perhatian, mendapatkan dan mendorong minat, membangkitkan keinginan, dan menghasilkan tindakan.

Teori keputusan pembelian dalam model AIDA dijelaskan 5 Tahap :

1. Tahap Menaruh Perhatian (*Attention*), adalah tahapan dimana kita harus bisa membuat para konsumen sadar akan keberadaan produk kita. Baik promosi menggunakan iklan cetak, radio, televisi, atau jaringan personal lainnya.
2. Tahap Ketertarikan (*Interest*), setelah berhasil meraih perhatian konsumen, harus dilakukan follow up yang baik. Yaitu tahapan lebih dalam memberikan informasi produk,

membujuk dan mampu memberikan alasan kenapa konsumen harus membeli produk yang kita tawarkan.

3. Tahap Berhasrat/Berniat (*Desire*) adalah tahapan memberikan penawaran yang tidak dapat ditolak si konsumen harus membeli produk yang kita tawarkan.
4. Tahap Memutuskan Untuk Aksi beli (*Action*), tahapan dimana si konsumen agar mengambil tindakan untuk mulai membeli produk kita.
5. Tahap *Satisfaction*, yaitu tahapan akhir dimana konsumen merasa puas dengan produk kita dan akhirnya memutuskan untuk membeli produk kita lagi.

B. Teori Analisis SWOT

Sebuah analisis mengenai kekuatan, kelemahan, kesempatan, yang terbuka bagi perusahaan dan sejumlah ancaman yang teridentifikasi. Analisis SWOT dapat diterapkan pada banyak situasi dan keadaan yang berbeda.

Analisis yang dikenal dengan sebutan analisis *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* (*SWOT analysis*) atau analisis Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman adalah sangat penting untuk mengetahui posisi usaha yang dijalankan saat ini. Analisis ini merupakan suatu proses dimana kita menganalisis karakteristik usaha dan lingkungan yang dapat mempengaruhi usaha yang akan atau sedang kita jalankan. Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang dianalisis dari dalam yang dapat secara langsung kita kendalikan, seperti tenaga kerja, produksi, pemasaran. Peluang dan ancaman merupakan faktor yang dianalisis diluar organisasi atau perusahaan yang tidak dapat dikendalikan, namun masih dapat dihindari atau dimanfaatkan, seperti

persaingan, kondisi, ekonomi, kebijakan pemerintah, sosial, teknologi, dan pemasok. Analisis ini untuk meneliti satu per satu hal-hal yang dapat dimanfaatkan atau yang harus dihindari dan dijadikan pertimbangan-pertimbangan bagi segala macam tindakan yang akan dilakukan terutama yang berkaitan dengan rencana pengembangan usaha maupun yang lainnya.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di PT. Radio Suara Mitra 92,8 FM Ratahan, Kabupaten Minahasa Tenggara

Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka dan lebih menekankan pada makna (data dibalik yang teramati). Peneliti ikut berpartisipasi lama di lapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan, dan membuat laporan secara mendetail. (Sugiyono, 2007:1)

Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada peran pengarah program acara sweet memory PT Radio 92,8 FM Ratahan dalam meningkatkan minat dengar masyarakat, dengan menggunakan analisis SWOT. Hal tersebut dapat diteliti melalui aspek-aspek sebagai berikut :

1. Teknik
2. Program
3. Pemasaran

Informan Penelitian

Menurut Koentjaraningrat (1981) Informan terbagi 2 jenis, yaitu :

- a. Informan Pangkal, yaitu informan yang memiliki pengetahuan luas di bidang yang bersifat umum (general). Selain itu, informan pangkal juga harus memiliki kemampuan untuk memberikan rekomendasi dan informasi bagi peneliti kepada orang-orang yang mengetahui lebih rinci dan mendalam serta sesuai keahliannya.
- b. Informan kunci, yaitu informan yang memiliki keahlian atau pengetahuan mendalam di bidangnya, mampu menuturkan pengetahuan/keahlian/pengalaman hidupnya sesuai kebutuhan data peneliti.

Informan pangkal dalam penelitian ini terdiri dari 2 orang, mereka adalah Koordinator pengarah program acara sweet memory dan anggotanya).

Sedangkan informan kunci dalam penelitian ini adalah Masyarakat (Audien) sebanyak 5 orang.

Jadi total informan dalam penelitian ini berjumlah 7 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk membantu penyelesaian penelitian adalah :

- Wawancara Mendalam

Dalam pelaksanaan pengumpulan data di lapangan, peneliti dapat menggunakan metode wawancara mendalam yang sifatnya terbuka, yaitu metode riset, dimanamelakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus untuk

menggali informasi dari informan (Kriyantono, 2010).

Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relative tidak mempunyai kontrol atau respons informan bebas memberikan jawaban. Karena itu periset mempunyai tugas berat agar informan bersedia memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam, bila perlu tidak ada yang disembunyikan. Alasan menggunakan wawancara mendalam karena dalam penelitian ini hanya menggunakan informan yang sedikit.

Pada penelitian ini, peneliti menerapkan jenis wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara. Pedoman wawancara tersebut tidak berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendetail, melainkan hanya sekedar garis besar data dan informasi yang ingin di dapat dari informan.

- Observasi

Observasi berarti peneliti melihat dan mendengarkan apa yang dilakukan, diperbincangkan, dan dikatakan para responden dalam aktivitas kehidupan sehari-hari, baik sebelum, menjelang, ketika, atau sesudahnya. Aktivitas yang diamati terutama yang berkaitan dengan topic penelitian, tanpa melakukan intervensi atau memberi stimuli pada aktivitas obyekpenelitian (Hamidi, 2004:75)

Observasi ini dilakukan bersamaan waktunya dengan wawancara. Observasi dilakukan dengan melihat perilaku maupun ucapan subyek yang diteliti yang berkaitan dengan penelitian. Dengan melihat kegiatan-kegiatan, peristiwa-peristiwa yang ditemui di lapangan, maka observasi semacam ini akan berperan sebagai sumber bukti lain.

Teknik Analisis Data

Analisis kualitatif dalam suatu penelitian digunakan apabila data penelitian yang diangkat dari lapangan adalah juga memiliki sifat kualitatif. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif melalui analisis terhadap unsur-unsur yang memiliki hubungan-hubungan kontras satu sama lain dalam domain-domain yang telah ditentukan untuk dianalisis secara lebih terperinci.

Kegiatan analisis dapat dimulai dengan menggunakan beberapa tahap, yaitu:

1. Penggelaran hasil observasi dan wawancara
Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan digelar dalam lembaran-lembaran yang mudah dibaca, selanjutnya peneliti dapat melakukan editing terbatas.
2. Pemilahan hasil observasi dan wawancara
Hasil Wawancara dan observasi setelah digelar dipilah menurut domain-domain dan atau sub-domain tanpa harus mempersoalkan dari elemen mana sub-sub domain itu berasal
3. Menemukan elemen-elemen yang kontras
Pada tahap ini, peneliti dapat membuat table tertentu yang dipakai untuk mencari dan menempatkan pilihan sub-domain yang telah ditemukan elemen kontras.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Teknik

Kekuatan fasilitas radio suara mitra sudah dalam standar media penyiaran radio. Kelemahannya kurangnya pembaharuan barang, listrik yang tidak stabil, internet sering gangguan dan headphone atau headset yang sangat kurang. Untuk saat ini, ada peluang untuk mengembangkan fasilitas. Ancaman yang menjadi hambatan dalam mengembangkan fasilitas pada segi keuangan.

Program

Kekuatan program adalah lagu-lagu yang enak di dengar terutama bagi kalangan dewasa. Yang menjadi kelemahan waktu yang terlalu larut pada saat penyiaran sehingga kurang pendengar. Untuk peluang radio suara mitra bekerja sama dengan produser lagu dan menghadirkan penyanyi dari beberapa lagu yang ada di program sweet memory. Kedepannya akan mereka mengupdate lagu-lagu yg ada. Ancaman untuk program sweet memory, dikarenakan penyiar hanya satu orang saja, sehingga jika penyiar berhalangan maka program sweet memory tidak akan disiarkan. Dan Para pendengar yang ingin mendengarkan tembang kenangan, tetapi karena radio tidak disiarkan maka mereka pasti akan beralih ke media sosial seperti youtube.

Pemasaran

Pemanfaatan media sosial masih kurang karena hanya menggunakan media sosial facebook saja. Kelemahannya kurang dari segi lapangan seperti sosialisasi terjun langsung ke masyarakat sesuai segmentasi pendengar untuk mempromosikan program. Peluang sangat besar karena radio Suara Mitra merupakan satu-satunya radio yang ada di Minahasa Tenggara, sehingga peluang pasar dan pemasukan iklan besar. Ancaman yang menjadi hambatan karena kurangnya sumber daya manusia dan kurangnya

media sosial untuk mempromosikan program.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan di Radio Suara Mitra mengenai peran pengarah program acara sweet memory dalam meningkatkan minat dengar masyarakat sebagaimana fokus penelitian yaitu aspek teknik, program, dan pemasaran maka kesimpulan yang ditarik, setelah dianalisis melalui analisis SWOT adalah sebagai berikut :

Teknik, fasilitas yang ada di Radio Suara Mitra sudah cukup untuk standar penyiaran radio. Kelemahannya ialah kurangnya pembaharuan fasilitas, karena sejak berdirinya radio belum pernah ada pembaharuan fasilitas. Peluang bekerjasama dengan fasilitas lain untuk menambah fasilitas mungkin ada, tahun depan akan mengganti alat pemancar juga akan ada penambahan AC.

Program, perencanaan dan metode penyiaran radio suara mitra untuk program sweet memory sudah cukup baik. Untuk lagu-lagunya juga bagus untuk didengar, namun lagu-lagunya juga perlu diupdate, karena setiap hari lagu yang siarkan itu selalu sama dengan hari sebelumnya. Waktu penyiarannya juga terlalu larut. Penyiaran sering terhambat karena listrik yang kurang stabil, internet yang sering down, dan juga kurangnya penyiar.

Pemasaran, Media sosial yang bermanfaat dan berperan penting untuk mempromosikan Radio Suara Mitra, lebih khususnya program sweet memory hanyalah media facebook. Peluang sangat besar karena radio Suara Mitra merupakan satu-satunya radio yang ada di Minahasa Tenggara, sehingga peluang pasar dan pemasukan iklan besar. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh radio suara mitra menjadi ancaman karena masyarakat kurang mengetahui adanya program sweet memory di Radio Suara Mitra.

Pengarah program acara sweet memory dalam meningkatkan minat dengar masyarakat adalah meningkatkan kreatifitas sumber daya manusia, memperhatikan fasilitas yang ada, melakukan promosi selain melalui media sosial, tetapi melakukan kegiatan langsung dengan masyarakat untuk mendengarkan saran dan masukan.

Dari hasil analisis SWOT yang menonjol adalah kelemahan (weaknesses) karena kurangnya penyiar dalam program sweet memory dan juga lagu-lagu yang kurang update sehingga membuat para masyarakat merasa bosan juga waktu penyiaran yang terbilang sudah larut malam.

Saran

1. Radio suara mitra, agar memperbaiki dan memperbaharui fasilitas-fasilitas yang berjalan tidak baik agar penyiaran juga boleh berlangsung dengan baik dan tanpa hambatan.
2. Radio suara mitra, khususnya program sweet memory agar memaksimalkan waktu penyiaran, menambah penyiar agar penyiaran boleh berjalan sesuai jadwalnya dan mengupdate lagu-lagu yang ada.
3. Radio suara mitra, khususnya program sweet memory lebih giat lagi melakukan promosi program agar dapat menarik pendengar dalam meningkatkan eksistensi. Dan sebaiknya untuk mengadakan penambahan media sosial, seperti Twitter, Instagram dan lainnya, bukan hanya media facebook saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Arifin. *Strategi Komunikasi*, (Bandung: ARMICO, 1984)
- AsepSyamsuldan M. Romli. *Dasar-Dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009)
- Effendi, Onong U. 1993. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung:Remaja Karya
- Furchan, A. 1992.*Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- HA. Widjaja.*Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: RinekaCipta, 2000)
- Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*(Jakarta:Rajawali Pers,1998)
- JalaluddinRachmad. *Sosiolog iKomunikasi Massa*, (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2008)
- Jefkins, F. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Michael Burgoon. *Approaching Spech/Communication Process*(New York:Holt, Rinehart & Winston,1974)

Monleedan Carla. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, Jakarta: Prenada Media.

Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Pengelolah Radio dan Televisi*. Jakarta: KencanaPrenada Media Group.

Muhammad Mufid. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. (Jakarta: Kencana, 2005)

Nawari Ismail. *Metodologi Penelitian Untuk Studi Islam*, (Yogyakarta: Samudera Biru, 2015)

Onong Uchyana Effendy. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. (Bandung: MandarMaju, 1991)

Onong U. Effendy. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*....Op.Cit

Oemi Abdurrachman, MA. *Dasa-dasar Public Relation* (Bandung: Alumni, 1995)

Prof. Dr. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*

Phill Astrid S.Susanto. *Komunikasi dalam Teori dan Praktik* (Bandung: Binacipta, 1977)

Roudhonah, Hj. (2019). *Ilmu Komunikasi edisi revisi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada

Widyatama, R. 2005. *Pengantar periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia