

Strategi program acara radio : Suatu studi pada Radio Cosmopolitan FM

Ismiralda, Cera, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=74842&lokasi=lokal>

Abstrak

Jumlah dan jenis media massa pada saat ini semakin banyak dan beragam, namun perkembangan ini tidak disertai dengan kenaikan budget iklan yang ada. Akibatnya persaingan antar media massa termasuk media radio menjadi semakin ketat. Dalam kondisi persaingan seperti ini muncul sebuah stasiun radio baru yang membidik segmen wanita di Jakarta.

Gebrakan awal yang dilakukan untuk meningkatkan brand awarness adalah menggandeng brand Cosmopolitan yang telah lebih dulu dikenal sebagai majalah yang sarat akan info mengenai seks dan relationship. Dengan hadirnya radio ini yang merupakan radio pertama didunia yang menggunakan brand Cosmopolitan, maka peneliti ingin mengetahui pertama konsep awal pernbentukan radio Cosmopolitan, kedua bagaimana bentuk penjabaran konsep tersebut ke dalam salah satu program unggulan yaitu acara pagi dan ketiga bagaimana gambaran respon pendengar mengenai program acara tersebut dilihat dari kesukaan sampai ketidaksukaan terhadap topik acara, narasumber, variasi program, humor, karakteristik, musik dan sound effect yang digunakan.

Kerangka konsep penelitian ini adalah karakteristik media radio, fungsi media, brand, segmentasi. targeting dan positioning, audiens dan program radio. Konsep tersebut akan memberikan teori dan definisi yang dapat dijadikan acuan pada penelitian ini. Metodologi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang didukung dengan data kuantitatif yang selanjutnya dapat dijadikan acuan bagi manajemen radio untuk menetapkan langkah selanjutnya.

Dari hasil in depth interview yang dilakukan terlihat bahwa radio Cosmopolitan dibuat dengan konsep awal sebagai on air magazine. Namun karena perbedaan karakter kedua media tersebut, maka terdapat peruedhan usia antara pendengar Radio dan pembaca majalah Cosmopolitan. Info yang diberikan juga mengalami perubahan namun perubahan-perubahan ini harus tetap berada pada satu rujukan yang sama yaitu Fun Fearless Female.

Salah satu turunan dari konsep radio yang dibuat terciptain dari konsep program acara pagi yang ada setiap hari Senin sampai Jum'at dari jam 06.00 - 10.00 WIB tang disebut dengan acara Breakfast Club. Acara ini dibuat dengan konsep ringan santai, lucu dan tidak serius yang berfungsi sebagai teman perjalanan dari rumah ke tempat aktifitas dan bias membuat orang semangat menghadapi hari ini.

Topik yang dipilih setiap harinya dibagi beberapa kategori yaitu karir, keluarga, current issues, seks dan relationship. Penyiar yang bertugas harus seorang publik figure, memiliki karakter yang kuat dan good story teller. Dari hasil survey yang dilakukan sebagian responden menyukai topik karir dan seks. Sedangkan humor yang spontan dan istilah baru merupakan humor yang disukai oleh responden.

Penggunaan public figure dapat membuat responden memiliki ikatan emosional dengan penyiarinya, namun konsekuensi yang harus diterima adalah pendengar menjadi lebih loyal ke penyiamya dibandingkan dengan stasiun radio tersebut, akibatnya bargaining power pihak manajemen dapat melemah. Untuk menghindari hal tersebut, sebaiknya publik figur tersebut harus dapat mempromosikan program acara dan penyiar lainnya sehingga akan terjadi keseimbangan antar program acara lainnya.