



**STRATEGI PENYIARAN *MUSIC DIRECTOR* I-RADIO 89,6 FM
JAKARTA DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN
PENDENGAR MUSIK INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

Diajukan Oleh

Nama : Andys Tiara

Nim : 1206015011

Peminatan : Penyiaran



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2016**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andys Tiara
NIM : 1206015011
Program studi : Penyiaran (*Broadcasting*)
Judul : Strategi Penyiaran *Music Director* I-Radio 89,6 FM Jakarta
dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Musik Indonesia

Demi Allah S.W.T, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul diatas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, September 2016

Yang Menyatakan



Andys Tiara

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Penyiaran *Music Director* I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam
Upaya Mempertahankan Pendengar Musik Indonesia
Nama : Andys Tiara
NIM : 1206015011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran (*Broadcasting*)

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Sri Mustika, M.Si



Windaningsih, S.sos, M.I.kom

Tanggal : 25 Agustus 2016

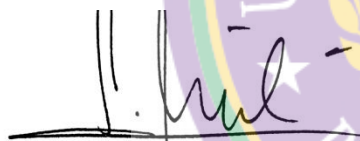
Tanggal : 25 Agustus 2016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Strategi Penyiaran *Music Director* I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam
Upaya Mempertahankan Pendengar Musik Indonesia
Nama : Andys Tiara
NIM : 1206015011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran (*Broadcasting*)

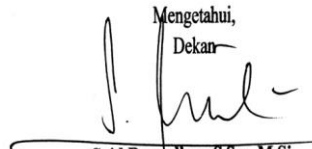
Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 31 Agustus 2016, dan dinyatakan LULUS.


Said Ramadhan, S.Sos, M.Si.
Penguji I
Tanggal: 30 September 2016


Dini Wahdyati, S.Sos., M.I.Kom.
Penguji II
Tanggal: 30 September 2016

Dr. Sri Mustika, M.Si
Pembimbing I
Tanggal: 23 September 2016

Windaningsih, S.Sos, M.I.Kom
Pembimbing II
Tanggal: 23 September 2016

Mengetahui,
Dekan

Said Ramadhan, S.Sos, M.Si.

ABSTRAK

Judul Skripsi : Strategi Penyiaran *Music Director* I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Musik Indonesia
Nama : Andys Tiara
NIM : 1206015011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Halaman : 128 + xxvii halaman + 6 tabel + 2 gambar
Kata Kunci : Strategi, *Music Director*, Pendengar

Radio merupakan salah satu media elektronik yang masih memiliki penggemar. Audiens radio di Indonesia kebanyakan kawula muda. Mereka gemar mendengarkan radio untuk mencari hiburan khususnya musik. Namun radio di Jakarta cenderung memutar musik-musik barat dengan prosentasi yang tidak seimbang dengan musik lokal. Berbeda dengan radio lainnya, I-Radio 89.6 FM Jakarta justru hadir dengan menyuguhkan 100% musik Indonesia dengan *tagline* “Indonesia Keren Banget” dan mengajak pencinta musik Tanah Air agar bangga menjadi bangsa Indonesia dengan mendengarkan musik Indonesia yang berkualitas melalui I-Radio.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Informan dalam penelitian ini terdiri dari *Music Director* I-Radio Jakarta sebagai informan kunci, Jurnalis sekaligus Musisi dan pendengar I-Radio sebagai informan tambahan.

Hasil penelitian menggambarkan bahwa strategi yang dilakukan *Music Director* I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam upaya mempertahankan pendengar musik Indonesia yaitu sesuai dengan teori Strategi Pengontrolan Audiens oleh Tyler Eastmant, meliputi Strategi Kesesuaian (*Compability*) dengan cara menyesuaikan pemilihan tipe musik dengan kebutuhan khalayak. Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habbit Formation*) dilakukan dengan menyiarkan *Spot* program acara agar dapat membangun minat kesadaran pendengar untuk mendengarkan. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*) ditempuh melalui “*Bounding*” kepada pendengar dan label musik. Strategi Penyimpanan Sumber-Sumber Program (*Conservation of Program Resources*) lagu-lagu hasil riset yang dikategorikan berdasarkan tahunnya untuk dapat diperdengarkan kembali secara acak. dan Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*), dilakukan dengan mengundang musisi-musisi untuk dapat mengudara.

Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji tentang strategi yang dilakukan *Music Director* I-Radio Jakarta dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif guna memperkaya literatur penelitian kualitatif khususnya dalam bidang penyiaran.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang, Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Penyiaran *Music Director* I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Musik Indonesia”

Dalam proses penyusunan proposal skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak yang berkaitan, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Said Ramadhan, S.Sos, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
2. Dr. Sri Mustika, M.Si. Wakil Dekan FISIP UHAMKA sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberi pelajaran ilmu, pencerahan ide, dukungan, kesempatan dan motivasi kepada penulis.
3. Dini Wahdiyati, S. Sos., M.I.Kom. Kaprodi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.

4. Windaningsih, S.sos, M.I.kom. Dosen pembimbing skripsi yang telah membantu, memberi dukungan dan membimbing penulis.
5. Ananda Badudu, jurnalis dan musisi Banda Neira yang telah meluangkan waktunya untuk bersedia menjadi informan via *telephone* dan *email*
6. Bapak Iwan Sastro, *Music Director* I-Radio 89,6 Fm Jakarta yang telah bersedia menjadi informan kunci. Juga kepada seluruh pihak staf I-Radio Jakarta yang mempermudah peneliti dalam penelitian dan observasinya.
7. Ibunda dan kedua adik-adik tercinta, terimakasih atas segala doa, dukungan, motivasi, dan kasih sayang yang selalu diberikan.

Serta pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, akhir kata semoga segala amal baik, bantuan, doa, kritik maupun saran serta bimbingan dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapatkan pahala dan ridho Allah SWT. Amin.

Saya menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, saya akan dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini selanjutnya. Akhir kata, semoga penulisan skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis dan pembaca, khususnya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Jakarta, 15 September 2016

Penulis

DAFTAR ISI

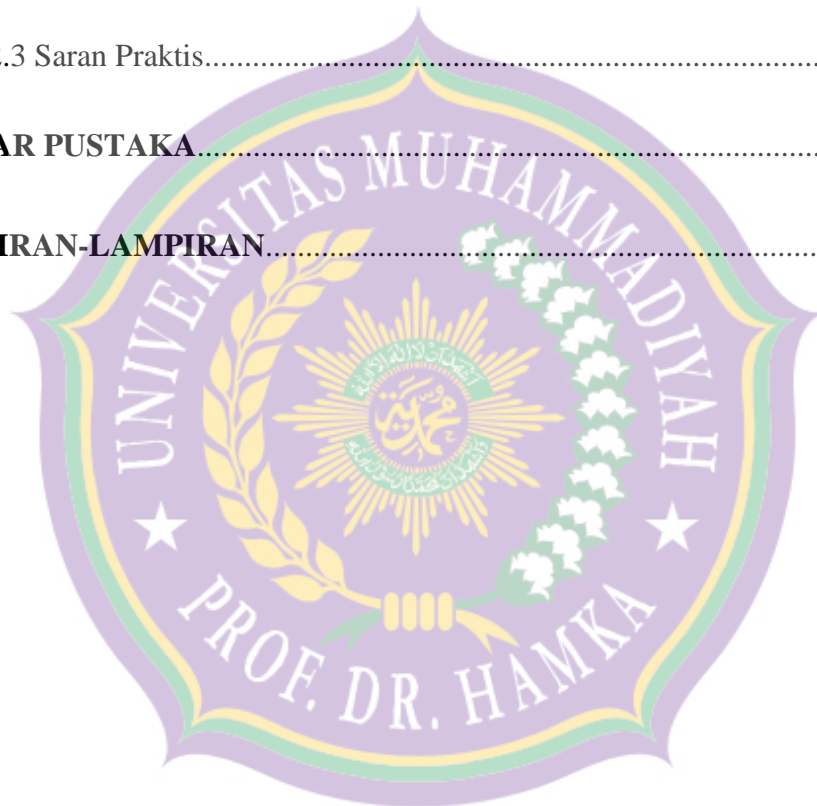
HALAMAN JUDUL (COVER)	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	12
1.3. Pembatasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Kontribusi Penelitian.....	13
1.5.1. Kontribusi Akademis.....	13
1.5.2. Kontribusi Metodologis.....	14
1.5.3. Kontribusi Praktis.....	14
1.5.4. Kontribusi Sosial.....	14

1.6.Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian.....	15
1.7. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	17
2.1. Paradigma Konstruktivisme.....	17
2.2. Hakekat Komunikasi.....	20
2.2.1. Definisi Komunikasi.....	22
2.2.2. Proses Komunikasi.....	23
2.2.3. Tujuan Komunikasi.....	26
2.2.4. Elemen Komunikasi.....	26
2.2.5. Konteks Komunikasi.....	28
2.2.6. Model Komunikasi Stewart L.Tubbs – Sylvia Moss.....	39
2.3. Komunikasi Massa.....	33
2.3.1. Definisi Komunikasi Massa.....	33
2.3.2. Karakteristik Media Massa.....	35
2.3.3. Karakteristik Isi Pesan Komunikasi Mas.....	37
2.3.4. Fungsi Media Massa.....	40
2.4.Komunikasi Organisasi.....	42
2.4.1. Aliran Informasi dalam Organisasi.....	43
2.4.2. Arah Aliran Informasi.....	44
2.5. Penyiaran.....	45
2.4.1. Pengertian Media Penyiaran.....	45

2.4.2.	Sifat Penyiaran.....	47
2.4.3.	Standar Penyiaran.....	49
2.4.4.	Fungsi Sosial Media Penyiaran.....	49
2.6.	Radio dan Perkembangannya.....	50
2.5.1.	Definisi Radio.....	50
2.5.2.	Sejarah dan Perkembangan Radio.....	51
2.5.3.	Karakteristik Radio.....	54
2.5.4.	Keunggulan Radio.....	56
2.5.5.	Kelemahan Radio.....	58
2.5.6.	Tipologi Pendengar Radio.....	59
2.5.7.	Ragam Program Radio.....	62
2.7.	Strategi Penyiaran.....	66
2.6.1.	Strategi.....	67
2.6.2.	Konsep Programing.....	68
2.6.3.	Penyusunan Program.....	71
2.8.	Teori Jaringan.....	72
2.9.	Teori Pengontrolan Audiens.....	74
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		76
3.1.	Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian.....	76
3.1.1.	Pendekatan Penelitian.....	76
3.1.2.	Jenis Penelitian.....	77

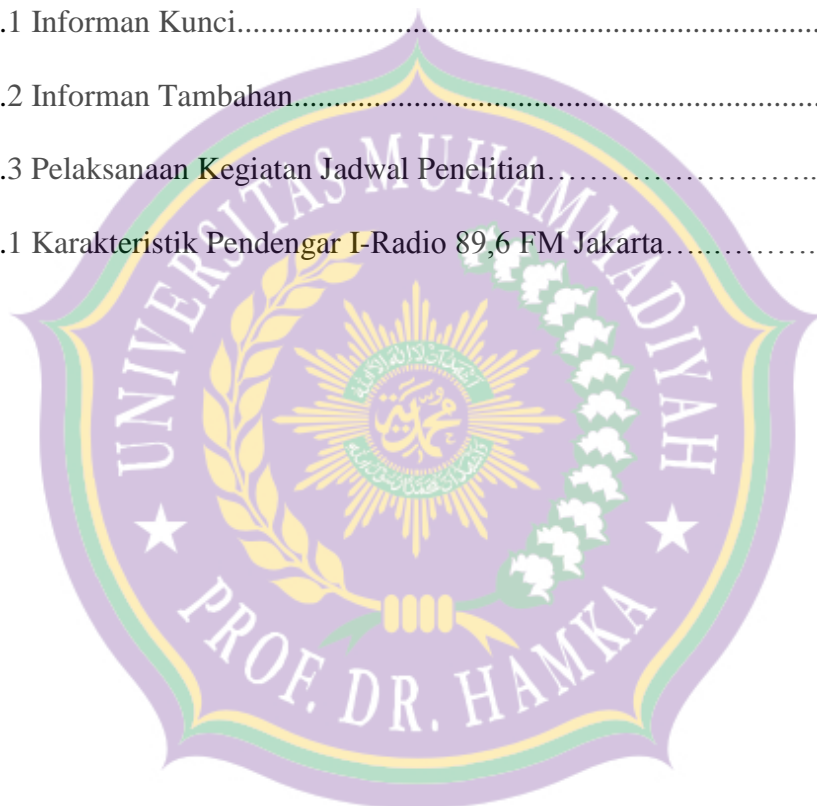
3.1.3. Metode Penelitian.....	77
3.2. Informan.....	79
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	82
3.4. Teknik Analisis Data.....	85
3.5. Analisis Triangulasi.....	86
3.6. Waktu, Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	88
4.1. Gambaran Umum I-Radio 89,6 FM Jakarta.....	88
4.1.1 Visi dan Misi I-Radio 89,6 FM Jakarta.....	91
4.1.2 Logo I-Radio 89,6 FM Jakarta.....	92
4.1.3 Profil I-Radio 89,6 FM Jakarta.....	92
4.1.4 Struktur Organisasi dan Uraian Tata Kerja PT.MRA.....	93
4.2. Hasil Penelitian.....	98
4.2.1 Strategi Penyiaran <i>Music Director</i> I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Musik Indonesia.....	98
4.2.2 Proses <i>Music Director</i> I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Musik Indonesia.....	105
4.3. Pembahasan.....	112
4.3.1 I-Radio 89,6 Fm Jakarta Sebagai Radio 100% Musik Indonesia.....	112
4.3.2 Penerapan Teori Jaringan dan Teori Mempertahankan Pendengar (Susan Tyler Eastman).....	116

BAB V PENUTUP	126
5.1 Kesimpulan.....	126
5.2 Saran-Saran.....	127
5.2.1 Saran Akademis.....	127
5.2.2 Saran Metodologis.....	127
5.2.3 Saran Praktis.....	127
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xix



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2.1 Sifat Media Penyiaran.....	47
Tabel 3.1 Informan Kunci.....	79
Tabel 3.2 Informan Tambahan.....	81
Tabel 3.3 Pelaksanaan Kegiatan Jadwal Penelitian.....	87
Tabel 4.1 Karakteristik Pendengar I-Radio 89,6 FM Jakarta.....	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Tubbs (Komunikasi Insani).....	30
Gambar 4.4 Logo I-Radio 89,6 FM Jakarta	92



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Radio merupakan salah satu media elektronik yang masih memiliki penggemar dan digunakan oleh banyak masyarakat. Radio sekarang ini telah menjadi media informasi dan hiburan yang semakin lama semakin berkembang hingga menjadi salah satu media informasi yang berperan di Indonesia.

Kehadirannya dalam media massa mempunyai sifat berbeda yang dapat menjadi kelebihan dan keunggulan dalam menyampaikan pesan berupa informasi maupun hiburan kepada masyarakat. Keberagaman, kecepatan dan dapat mencakup ruang lingkup informasi yang luas menjadi keunggulan-keunggulan radio. Di zaman yang serba *mobile* ini, radio menjadi salah satu media yang mudah digunakan karena nilai ekonomisnya, mudah didengar dimanapun dan kapanpun, tidak seperti media lain yang membutuhkan waktu untuk dikonsumsi.

Effendy (2008:107) menyatakan bahwa radio siaran mendapat julukan “Kekuasaan Kelima” atau *The Fifth Estate*, setelah pers yang dianggap sebagai “Kekuasaan Keempat” atau *The Fourth Estate*. Jika dibandingkan dengan radio, televisi sebenarnya lebih lengkap dalam hal audio dan visual yang lebih menarik khalayak dari pada radio. Meskipun demikian, sampai sekarang

televisi belum pernah diberi julukan “Kekuasaan Keenam” atau *The Sixth Estate*. Hal ini tentu menguatkan bahwa siaran radio tidak kalah bersaing dengan media baru yang banyak bermunculan saat ini.

Berdasarkan catatan Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) pada 28 Maret 2016, jumlah perusahaan radio se-Indonesia saat ini berkisar 1.300 stasiun. Di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi) terdapat sekitar 60 stasiun. Dari 60 stasiun legal di Jabodetabek yang terdaftar sebagai anggota PRSSNI sebanyak 49 stasiun. Banyaknya stasiun radio menyebabkan padatnya jalur frekuensi modulasi yang ada sehingga menimbulkan persaingan yang ketat dalam memperebutkan pendengar dan iklan.

Karena itu stasiun radio haruslah memiliki strategi agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini. Menurut Lisa A Burke dan Monica K Miller (dalam Richard 2003:362) strategi merupakan keseluruhan perencanaan dan tindakan sebagai suatu cara dalam menghadapi lingkungan untuk mencapai tujuan organisasi.

Strategi harus dilakukan untuk dapat mempertahankan posisi mereka ditelinga pendengar dan pengiklan. Mempertahankan merupakan suatu usaha supaya tetap tidak berubah dari keadaan semula (Poerwadarminta, 1954:992). Untuk dapat terus menjaga keberadaannya, maka stasiun radio harus merencanakan secara matang program siarannya. Jika program-programnya

menarik, maka pendengar akan tertarik mendengarkan. Pendengar yang banyak akan mengundang pemasang iklan.

Pada masa kini, sebagian besar pendengar radio bertujuan untuk mencari hiburan. Radio sebagai media memiliki produk hiburan yang merupakan hasil dari proses produksi yang dijalankan. Ragam produk hiburan radio bermacam-macam, seperti : drama radio, infotainment, program humor, program kuis, dan yang paling utama adalah program musik.

Menurut Masduki (2004:39), salah satu program siaran terpopuler di seluruh negara, termasuk Indonesia adalah program musik. Ia mengatakan bahwa siaran yang tergolong lima besar dalam radio adalah siaran musik. Michael C. Keith (1987:86) menempatkan siaran musik sebagai format siaran utama radio. Berdasarkan kontennya program musik terbagi menjadi *request* – pemutaran lagu berdasarkan permintaan pendengar. *Chart* – tangga lagu yang disusun berdasarkan kuantitas pilihan pendengar, biasanya disusun seminggu sekali (akhir pekan). *Live Music* – siaran langsung penyanyi yang menyanyikan lagunya di studio maupun di luar studio. *Chartshow Artist* – memutar lagu tanpa penyiar dengan selingan iklan, promo program (*exposure*), *jingle* atau insert lainnya.

Program musik memiliki peran penting dalam siaran radio. Musik merupakan komponen penting pembentuk identitas sebuah radio. Baik sisi mata uang, radio dan musik tidak dapat dipisahkan. Musik juga merupakan salah satu daya tarik radio, stasiun radio dapat lebih mudah memikat pendengar dengan

musik, karena salah satu sifat radio yang auditif sehingga musik dapat memanjakan pendengar.

Pada akhir 1990-an siaran radio swasta kini lebih menysasar target kawula muda. Samanya target dan segmentasi pasar yang ditetapkan oleh beberapa radio swasta lainnya dikarenakan kawula muda memiliki ciri-ciri psikografis amat beragam, diantaranya: rasa afiliasi sangat tinggi, mereka cenderung ingin tahu apa yang dilakukan oleh orang-orang disekitar mereka, memiliki rasa percaya diri yang rendah dan citra diri yang kurang kuat, egois, inovatif dan agresif. Oleh karena itu segmen ini sangat potensial untuk dijadikan sebagai target (Khasali, 1998:232).

Pendengar radio di Indonesia kebanyakan kawula muda. Mereka gemar mendengarkan radio untuk mencari hiburan khususnya musik. Sesuai dengan era globalisasi, maka musik-musik yang diputar di radio adalah musik-musik barat (mancanegara). Khususnya di wilayah jabodetabek, radio dengan segmentasi kawula muda ini justru cenderung memutar musik-musik barat dengan prosentasi yang tidak seimbang dengan musik lokal.

Terbukti berdasarkan data komposisi lagu-lagu di radio yang telah diperoleh penulis dari Rhenald Khasali (1998:482-491) dalam bukunya “Segmentasi, Targeting, Positioning” sebagai berikut :

Tabel 1.1
Format Musik Radio

Radio Group Masima Cooperation			
No	Radio	Segmentasi	Format Musik
1.	Prambors	Remaja, 15-20 tahun.	90% lagu barat – 10% lagu Indonesia.
2.	Delta FM	Pria, wanita, 30-40 tahun.	90% lagu barat – 10% lagu Indonesia.
3.	Female	Wanita aktif, 25-40 tahun.	95% lagu barat – 5% lagu Indonesia.
4.	Bahana	Pria dan wanita Dewasa.	90% lagu barat – 10% lagu Indonesia.

Sumber: (Khasali, 1998 : 482-491)

Penyajian musik barat yang lebih diutamakan dalam siaran media radio tentunya bertentangan dengan fungsi media massa sebagai sarana transmisi budaya, seperti disampaikan Schramm (dalam Wiryanto, 2000:10-13) bahwa komunikasi massa berfungsi mengawasi kemungkinan timbulnya bahaya, mengawasi terjadinya efek dari hiburan lalu menginterpretasikan hal-hal

tersebut sehingga dapat mengambil kebijakan agar menjaga berlangsungnya interaksi dan budaya. Namun yang terjadi media justru seakan mendukung khalayak untuk menyukai dan mengagumi budaya yang dihasilkan negara lain yaitu melalui musik.

Selera kawula muda mendengarkan musik lokal akhirnya semakin tergeser karena banyaknya radio perkotaan yang lebih memilih menyajikan musik mancanegara dan segala informasi gaya hidup barat yang tidak diimbangi dengan musik lokal.

Di antara banyak radio swasta yang gemar memutar lagu-lagu barat terdapat I-Radio. Berbeda dari radio lainnya, I-Radio hadir untuk menyuguhkan 100% Musik Indonesia. Dengan tagline “Indonesia Keren Banget” I-Radio ingin mendorong pencinta musik tanah air agar mencintai musik Indonesia.

Radio yang didirikan pada tahun 2000 ini membidik pendengar yang biasa disapa dengan I-listeners berusia 20-35 tahun, berciri-ciri aktif, bersemangat, mengikuti perkembangan terkini, mencintai dan bangga terhadap musik Indonesia.

Berdasarkan *Top Radio In Greater Jakarta* riset AC Nielsen pada Desember 2015, I-Radio 89,6 FM Jakarta menduduki *rating* ke-3 dengan total pendengar sebanyak 1.240.000. Sebagai stasiun radio komersil di Jakarta dengan format siaran 100% musik Indonesia pada saat banyak radio lain memutar musik barat sebagai daya tarik pendengarnya, tentu membuat I-Radio harus memiliki strategi Penata Musik (*Music Director*) dengan cara yang

berbeda agar dapat mempertahankan pendengarnya dalam persaingan yang ketat.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk membahas tentang strategi penyiaran yang dilakukan *Music Director* I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam upaya mempertahankan pendengar musik Indonesia.

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi penelusuran referensi dan pembanding penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Paradigma	Teori	Metode	Hasil Penelitian
1.	Elina Nauri Rizki, Program Studi Ilmu Komunikasi, Peminatan Penyiaran, Fakultas Ilmu Sosial	Manajemen Strategi Penyiaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pengakses di Mivo.Tv	Konstruktivisme	Jaringan dan Konsep Manajemen Strategi dan Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>).	Studi Kasus	Manajemen strategi penyiaran yang dilakukan Mivo.Tv untuk mengundang jumlah pengaksesnya yaitu dengan cara menetapkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan

	dan Ilmu Politik UHAMKA, 2012					pengawasan. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian strategi manajemen penyiaran I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam upaya mempertahankan pendengar musik Indonesia ialah penelitian dalam upaya meningkatkan dengan upaya mempertahankan serta media yang diteliti pun berbeda.
2.	Ardiansyah Nasution, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam,	Strategi Radio Prambors dalam Upaya Memperta-	Konstruktivisme	Teori dari Susan Tyler Eastman yaitu Strategi Kesesuaian	Studi Kasus	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa program Putus sama Nataya melakukan beberapa strategi untuk dapat mempertahankan pendengar. Strategi yang

	<p>Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010</p>	<p>hankan Pendengar Siaran Putus Sama Nataya di Radio Prambors Yogyakarta</p>		<p>(<i>Compabili</i> <i>ty</i>), Strategi Pembentuk -an Kebiasaan (<i>Habbit</i> <i>Formation</i>) , Strategi Pengontrol- an Arus Pendengar (<i>Control of</i> <i>Audience</i> <i>Flow</i>), Strategi Penyimpan an Sumber- Sumber Program (<i>Conseva</i></p>	<p>dilakukan sesuai dengan lima tahapan teori Susan Taylor Eastman. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian strategi manajemen penyiaran I- Radio 89,6 FM Jakarta dalam upaya mempertahankan pendengar musik Indonesia ialah latar belakang masalah yang diambil dan perbedaan akan media yang diteliti.</p>
--	---	---	--	---	--

				<p>-tion of Program Resources), Strategi Daya Penarik Massa (Mass Appeal).</p>		
3.	<p>Umi Nur Atiyah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta : Fakultas Ilmu Dakwah</p>	<p>Strategi Komunika si Public Relations Radio Gen FM pada Minat Pemasang Iklan</p>	<p>Konstruk- tivisme</p>	<p>Teori Difusi Inovasi, teori yang pada dasarnya menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi</p>	<p>Studi Kasus</p>	<p>Radio Gen FM melakukan beberapa jenis strategi komunikasi kepada pemasang iklan maupun pendngar. Strategi yang dilakukan Radio Gen FM diantaranya yaitu: strategi lewat program-program yang banyak diminati pendengar, strategi lewat event off air dan sponsoring serta strategi</p>

	<p>Dan Ilmu Komunikasi, 2011</p>			<p>disampaikan (dikomunikasikan) melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial</p>	<p>dengan menjaga citra positif dan menjalin hubungan baik dengan calon atau pemasang iklan. Dapat disimpulkan dari beberapa bentuk strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Gen FM, yang menjadi dasar dari keseluruhan strategi tersebut adalah dilakukannya riset dan inovasi. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian strategi manajemen penyiaran I-Radio 89,6FM Jakarta dalam upaya mempertahankan pendengar musik Indonesia ialah fenomena, objek</p>
--	----------------------------------	--	--	--	---

						<p>penelitian dan teori yang digunakan meskipun terdapat kesamaan meneliti hal – hal yang berkaitan dengan strategi.</p>
--	--	--	--	--	--	--

Dari penelusuran referensi atau penelitian terdahulu yang ada, penelitian yang dilakukan penulis tetap relevan, karena fenomena yang diangkat dalam penelitian ini berbeda dan belum pernah dilakukan atau diteliti sebelumnya, begitu pula dengan metodologi dan media yang menjadi tempat penelitian pun berbeda. walaupun terdapat teori yang sama digunakan oleh penulis di salah satu penelusuran referensi.

1.2. Perumusan Masalah

Radio merupakan salah satu media elektronik yang masih memiliki penggemar. Audiens radio di Indonesia kebanyakan kawula muda. Mereka gemar mendengarkan radio untuk mencari hiburan khususnya musik. Namun radio di Jakarta cenderung memutar musik-musik barat dengan prosentasi yang tidak seimbang dengan musik lokal. Berbeda dengan radio lainnya, I-Radio 89.6 FM Jakarta justru hadir dengan menyuguhkan 100% musik Indonesia dengan *tagline* “Indonesia Keren Banget”. Radio ini mengajak

pencinta musik Tanah Air agar bangga menjadi bangsa Indonesia dengan mendengarkan musik Indonesia yang berkualitas melalui I-Radio.

Berdasarkan paparan di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi *Music Director* I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam mempertahankan pendengar untuk tetap tertarik mendengarkan musik Indonesia?

1.3. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus, peneliti membatasi penelitian ini pada:

1). Strategi *Music Director* di I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam program musik.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini ialah: Untuk menjelaskan strategi penyiaran yang dilakukan *Music Director* I-Radio 89,6 FM Jakarta dalam upaya mempertahankan pendengar musik Indonesia.

1.5. Kontribusi Penelitian

1.5.1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam media penyiaran mengenai kajian tentang strategi penyiaran *Music Director* dan juga mengkaji tentang Teori Strategi Pengontrolan Audiens oleh Tyler Eastman.

1.5.2. Kontribusi Metodologis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan terhadap pengembangan metode penelitian khususnya dalam pendekatan kualitatif, paradigma konstruktivisme dan jenis penelitian deskriptif guna memperkaya literatur penelitian.

1.5.3. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi I-radio 89,6 FM Jakarta agar dapat mempertahankan pendengar musik Indonesia melalui strategi yang tepat dalam penataan musik. Dan juga untuk memperkenalkan ke masyarakat bahwa I-Radio 89,6FM merupakan salah satu media yang menjadi barometer musik Indonesia (lokal), sehingga dapat meningkatkan jumlah pendengar. Dan tentunya bagi perusahaan radio lainnya agar dapat seimbang menyajikan musik lokal karya anak bangsa yang memang layak untuk diperdengarkan bagi pendengar itu sendiri.

1.5.4. Kontribusi sosial

Penelitian ini dapat memberikan pengarahan kepada masyarakat luas untuk dapat lebih menghargai karya musik anak bangsa dengan cara sederhana yaitu mendengarkannya atau ikut *request* dan mendukungnya, sehingga musik Indonesia mendapati posisi atau peringkat yang baik ditangga lagu musik radio

Indonesia itu sendiri yang bersaing dengan banyaknya lagu mancanegara. Tidak hanya itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi dukungan atau semangat bagi musisi Indonesia agar dapat terus berkarya menciptakan musik Indonesia berkualitas sehingga musik lokal menjadi tuan rumah di negaranya sendiri.

1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Kelemahan dalam penelitian ini adalah tidak ada referensi penelitian serupa yang meneliti strategi penyiaran *Music Director* dalam upaya mempertahankan pendengar. Sedangkan untuk keterbatasan penelitian ini adalah waktu dan informasi radio yang selintas lalu, sehingga terdapat beberapa kekurangan dalam pengamatan khususnya musik.

1.7. Sistematika Penulisan

Agar mudah dalam penyusunan skripsi, peneliti menyusun proposal penelitian ini secara sistematis yang dibagi menjadi lima bab dan daftar pustaka. Sistematika penulisan skripsi ini diuraikan sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai latar belakang masalah penelitian, serta berisi rumusan masalah penelitian, pembatasan masalah penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, kelemahan dan keterbatasan penelitian, serta sistematika penulisan.

2. BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini menguraikan perspektif atau paradigma yang digunakan penulis dalam penelitian, hakekat komunikasi, penyiaran, media radio dan teori-teori yang menjadi landasan pokok dalam penelitian.

3. BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, metode pengumpulan data, informan dan teknik pengumpulan data serta lokasi dan waktu penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini, berisi mengenai deskripsi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian atau hasil wawancara dan pembahasan yang akan peneliti kaitkan dengan teori yang digunakan.

5. BAB V PENUTUP

Pada bab ini, berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran. Kesimpulan adalah rangkuman secara garis besar dari inti penelitian dan hasil penelitian yang telah dibahas dari keseluruhan bab. Saran adalah hal-hal yang perlu diambil dan diberitahukan untuk tindak lanjut yang lebih dari hasil penelitian.

6. DAFTAR PUSTAKA

Sumber-sumber atau referensi yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Effendy, Onong Uchjana, 1989. *Kamus Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju.
- _____, 1990. *Radio Siaran Teori Dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju.
- _____, 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Bandung: P.T. Remaja Rosdakarya.
- Eya, Grimonia, 2014. *Dunia Musik Sains – Musik Untuk Kebaikan Hidup*, Bandung: Nuansa Cendikia.
- Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran, Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*, Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Masduki, 2001. *Jurnalistik Radio*, Yogyakarta: Lkis
- _____, 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*, Yogyakarta: Pustaka Populer LkiS.
- McLeish, Robert, 2005. *Radio Production (5th Edition)*. Burlington: Focal Press.

- Morissan, 2008. *Manajemen Media Penyiaran*, Jakarta: Prenada Media Grup.
- _____, 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mudrajat, Kuncoro, 2006. *Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga
- Mulyana, Deddy, 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____, 2008. *Human Communication Prinsip-Prinsip Dasar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin, 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Prayudha, Harley, 2004. *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktek Penyiaran*, Malang: Bayu Media.
- _____, 2006. *Radio: Penyar It's not Just A Talk*. Malang: Banyumedia Publishing. Hal 34
- Purwatomo, 2007. *Ilmu Komunikasi dan Teknologi*. Yogyakarta: Grasia Book Publisher.
- Rhenal, Khasali, 1998. *Segmentasi, Targetting dan Positioning*. Yogyakarta: Mizan
- Tjiptono, Fandy, 1997. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triartanto, Yodo, 2010. *Broadcasting Radio Panduan Praktek dan Teori*, Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Wahyudi, 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wibowo, Freed, 2012. *Teknik Produksi Program Radio Siaran*, Yogyakarta: Grasia Book Publisher.

Wijananto, Agus, 2013. *Panduan Jurnalis Radio untuk Perdamaian*, Jakarta: **Search For Common Ground (SFCG) Indonesia**.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: P.T. Gramedia Widiasarana.

Internet:

<http://iradiofm.com/network/89-6-jakarta/> (diakses pada selasa, pukul: 16.40 wib)

http://www.kompasiana.com/hitchiker_12324/industri-musik-indonesia-di-persimpangan_5529c918f17e616027d623bd (diakses pada 21 maret 2016. pukul: 20.26 wib)

www.PRSSNI.com (diakses pada senin, 13 juni 2016, pukul: 14.35 wib)