

# Strategi Produser Program “Bang Jamal” Radio Elgangga 100.3 FM Bekasi dalam Mempertahankan Eksistensi Pendengar

I Nyoman Krhisna Mulyawan, Rizky Fauzi  
 Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi  
 STIKOM InterStudi Jakarta  
 Jakarta, Indonesia  
 inyomankm@gmail.com, rifa271187@gmail.com

**Abstract**—Radio Elgangga is a radio located in the city of Bekasi and has been labeled with Radio Dangdut since January 1986. Elgangga Radio serves to provide education, entertainment, health, information. The people of Bekasi City use Radio as a means of information, entertainment. Radio Elgangga has its flagship program, namely bang JAMAL Program (Wake Up Don't Be Lazy). The purpose of this research is to find out how the producer's strategy in maintaining the Existence of the Listener. The study used the Qualitative Descriptive Method by collecting data through interviews, observations, and documentation. This research uses David Fred's Theory which consists of Planning, Implementation, Evaluation. The results of this study show that the producer's strategy has a predetermined planning stage, an examination is carried out before the event so that no mistakes occur and the producer must know the target audience, always evaluate the program and also the broadcaster. The goal is done to find out whether the program runs according to the strategy carried out by the producer or not and to produce a good program of the show and can strengthen the existence of listeners.

**Keywords**—Strategy, Producer, Program, Radio.

**Abstrak**—Radio Elgangga merupakan Radio yang berada di Kota Bekasi dan telah dilabeli dengan Radio Dangdut sejak Januari 1986. Radio Elgangga berfungsi memberikan edukasi, hiburan, Kesehatan, informasi. Masyarakat Kota Bekasi menggunakan Radio sebagai sarana Informasi, hiburan. Radio Elgangga memiliki Program unggulanya yaitu Program BANG JAMAL (Bangun Jangan Malas). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi produser dalam mempertahankan Eksistensi Pendengar. Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Teori David Fred yang terdiri dari Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi produser memiliki tahapan perencanaan yang sudah ditetapkan, dilakukanya pemeriksaan sebelum acara agar tidak terjadi kesalahan serta produser wajib mengetahui target pendengarnya, selalu melakukan evaluasi terhadap program dan juga penyiaranya. Tujuan tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah program tersebut berjalan sesuai strategi yang dilakukan produser atau tidak dan untuk menghasilkan program acara yang baik dan dapat mempertahankan eksistensi pendengar.

**Kata Kunci**—Strategi, Produser, Program, Radio.

## I. PENDAHULUAN

Radio menjadi salah satu bentuk media massa (*audio electronic media*) yang memiliki sifat individual atau personal, media imajinatif, yang mampu berpartisipasi aktif pendengarnya dalam membentuk pengalaman opini atau pandangan, sensasi, dan perasaan yang dibuat oleh media radio dengan sangat fleksibel. Mendengarkan program radio tidak memakan waktu sendiri, tetapi bisa dilakukan sambil melakukan sesuatu seperti makan atau minum, duduk santai, dan bekerja (Effendy, Ilmu Teori, Filsafat Komunikasi, 2003).

Kemajuan teknologi perkembangan teknologi informasi, media massa, dan teknologi komunikasi (media multimedia, media cetak, dan elektronik) mengalami perkembangan yang begitu pesat. Hal ini mendorong berkembangnya strategi di bidang program acara radio. Banyak program radio mencoba menyajikan program radio yang dibuat untuk menarik perhatian publik. Pilihan kegiatan apapun bergantung dengan program yang disiarkan, yang bisa menarik perhatian khalayak. Radio digunakan sebagai alat untuk menyampaikan berita atau informasi dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, ada banyak cara untuk mengirimkan informasi, dan radio bekerja dalam mengirimkan berita arau informasi, dan juga dapat berlomba dengan pembawa berita atau informasi lainnya (Effendy, Ilmu Teori, Filsafat Komunikasi, 2003).

Melihat kejadian saat ini di seluruh stasiun radio memicu dampak terhadap pengelolanya agar konsisten dalam banyaknya persaingan yang berjalan. Karena hal itu, seharusnya industri radio berupaya agar memberikan dan menciptakan bermacam-macam program acara siaran yang bisa mengundang hati pendengar dari segmen yang ditentukan. Radio merupakan wadah bagi masyarakat untuk menyebarluaskan informasi atau berita dan juga hiburan. Radio Elgangga yang memiliki kanal 100.3 FM adalah Radio yang berada di Kota Bekasi dan telah dilabeli dengan Radio Dangdut sejak 19 Januari 1986. Masyarakat Kota Bekasi menggunakan radio sebagai sarana hiburan, informasi, dan sarana tersebut dapat didengar dalam

berbagai aktivitas sehari-hari (Kurniawan, Wawancara, 11 Januari 2022).

Radio Elgangga 100.3 FM memiliki beberapa genre diantaranya adalah Dangdut 60%, Pop 30%, dan Daerah dengan persentase 10%. Elgangga sendiri memiliki keunikannya yaitu radio elgangga menerima request lagu dari pendengarnya untuk diputar dan Radio Elgangga on air siaran selama 24 jam (Elgangga, Radio Elgangga, 2018). Dikutip dari website Radio Elgangga <https://www.radioelgangga.com/radio-no-1/> 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 <https://www.radioelgangga.com/radio-no-1/> menempati urutan tertinggi di kategori pendengar terbanyak pada Januari 2020 – Desember 2020 (Elgangga, 2021).

Radio Elgangga memiliki program unggulannya yaitu Bang Jamal (Bangun Jangan Malas), program ini sudah berjalan selama 11 tahun sampai saat ini. Program Bang Jamal termasuk salah satu program unggulan di Radio Elgangga. Format program Bang Jamal yaitu *Variety Show* yang isinya memberikan informasi tentang edukasi, *traffic*, hiburan dan juga dikelilingi dengan pemutaran music untuk menghilangkan jenuh serta lelucon dari penyiar agar tidak bosan (Kurniawan, Wawancara, 11 Januari 2022).

Program tersebut mengudara di hari senin sampai dengan jumat pada jam 6 – 10 pagi atau program acara tersebut termasuk program di jam tayang utama (Prime Time). Program "Bang Jamal" diisi dengan dua orang penyiar yang bernama Bang Betot dan Ine. Program tersebut memiliki 4 segmen diantaranya Segmen Absen, Sewot, Talkshow, dan Keseharian. Program acara Bang Jamal bertujuan untuk memotivasi pendengar agar tidak malas bangun pagi untuk mendengarkan informasi menarik dan memberikan semangat pada pendengarnya yang akan memulai aktivitas di pagi hari dengan penuh canda (Kurniawan, Wawancara, 11 Januari 2022).

Radio Elgangga bahwa Program Bang Jamal menggunakan logat Betawi dan Bahasa Nasional Bekasi yang menjadi salah satu cara agar dapat mendekatkan pendengar Radio Elgangga yang adalah masyarakat Bekasi dan sekitarnya. Penggunaan logat Bahasa Betawi dapat membangun kedekatan dengan pendengar Bekasi yang sehari-harinya menggunakan logat Bahasa Betawi. Dalam program ini menggunakan logat Bahasa Betawi, karena logat tersebut bisa membangun gaya siaran tetapi tidak mengurangi penggunaan Bahasa formal program itu sendiri dan Radio Elgangga bukan hanya mengkonsep radionya bukan hanya sekedar radio, tetapi ingin menjadi wadah interaksi penyiaran dan penggemar sesama masyarakat Betawi (Kurniawan, Wawancara, 11 Januari 2022).

Keberhasilan sebuah program di radio tidak lepas dari strategi produser yang dituntut untuk bertanggungjawab terhadap kelangsungan sebuah program dan dalam mengetahui bawahannya semacam eksekutif produser. Mulai dari menggagas ide dan konsep, menyediakan script, mengawasi jalannya acara, mengontrol penyiar, membuat adlibs, sampai mencari tahu respon pendengar terhadap acara yang disiarkan. Produser bisa disebut kunci dalam kesuksesan berlangsungnya suatu program. Produser wajib membagikan motivasi serta membagikan semangat kerja kepada timnya sehingga sanggup memberi inspirasi dan mengetahui serta membimbing timnya dengan baik dan benar. Produser dituntut untuk meningkatkan suatu program yang dibuatnya, dengan memberi ide dan terobosan terkini agar program yang dibuatnya tidak monoton atau tidak membosankan sehingga bisa mempertahankan pendengarnya (Djabar, 2021).

Maka dari uraian yang menjadi latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti "Strategi Produser Program Bang Jamal Radio Elgangga 100.3 FM Bekasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Pendengar" karena peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi produser program bang jamal dalam mempertahankan pendengarnya. Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti lebih dulu melakukan persamaan dengan penelitian yang sudah ada yang tentunya merupakan acuan untuk penelitian. Ada tiga acuan untuk penelitian ini.

Acuan yang pertama, "Strategi Produser Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar Program Tiko Ujdo On Bahana FM Di Radio 101.8 Bahana FM Jakarta" dilakukan oleh Wenny Maya Arlena dan Ade Dianti mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta tahun 2017. Penelitian ini membahas bagaimana menjaga dan meningkatkan jumlah pendengar dengan memakai strategi produser. Acuan yang kedua yaitu, "Peran Produser 'Indika Pagi' Di Indika Fm Jakarta Untuk Mempertahankan Minat Pendengar" penelitian ini dilakukan oleh Rai Galih Djabar dari STIKOM InterStudi Jakarta pada tahun 2021, penelitian ini berisi tentang bagaimana peran seorang produser dalam mempertahankan minat pendengarnya sangat dibutuhkan karena produser yang termasuk menjadi salah satu kunci penting dibalik kesuksesan sebuah program acara. Acuan yang terakhir yaitu, "Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Mission X Trans Tv" penelitian ini dilakukan oleh Murtiadi dari Universitas Bina Sarana Informatika pada tahun 2019, penelitian tersebut berisi tentang bagaimana program *game show* yang merupakan ancaman untuk produser yakni khalayak atau penonton yang bertambah pintar dan cerdas di dalam menentukan dan memilih program acara.

## II. METODOLOGI

Menurut (Ratna, 2011), paradigma penelitian ialah rangkaian keyakinan yang fundamental atau mendasar dan pandangan dunia yang dapat membimbing manusia untuk mengenali perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari dan penelitian ilmiah. Bagi para ahli atau ilmuwan,

paradigma dianggap sebagai konsep kunci untuk penelitian tertentu, sebuah jendela dimana seseorang dapat dengan jelas melihat dunianya.

Paradigma yang dipakai dalam riset atau penelitian adalah *Paradigma Postpositivisme*, karena menurut (Tahir, 2011) Jika peneliti jauh dari fakta yang ada, mereka tidak dapat memperoleh fakta dari fakta. Oleh karena itu, para peneliti langsung turun ke Lokasi yang menjadi objek penelitian yaitu Radio Elgangga 100.3 FM Bekasi. Selain turun lokasi untuk penelitian, peneliti juga menggunakan Triangulasi, yaitu penggunaan bermacam-macam sumber data.

Paradigma penelitian kualitatif ialah pendidikan subyektif dan sistematis, digunakan agar mendeskripsikan suka duka kehidupan atau pengalaman hidup berdasarkan realitas empiris. Proses penelitian dilakukan melalui pemahaman terhadap berbagai bentuk pengalaman manusia. Pendekatan ini lebih konsisten dengan filosofi ilmu sosial dan pendidikan secara keseluruhan. Penelitian kualitatif berbeda dengan ilmu perilaku manusia dan ilmu sosial, yang merupakan inti dari integritas manusia dengan mengkaji interaksi antar manusia (*setting social*) (Iskandar, 2009).

Penelitian ini membahas bagaimana strategi produser program “Bang Jamal” Radio Elgangga Bekasi FM dalam mempertahankan minat pendengarnya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif menggunakan strategi produser sebuah program acara di Radio Elgangga 100.3 FM Bekasi. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif ialah metode penelitian yang didasarkan kepada filosofi *postpositivisme*, yang dipergunakan agar membahas benda alam (sebagai lawan percobaan) dengan peneliti sebagai metode utama. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui *Triangulasi* (kombinasi), induksi dan analisis secara kualitatif, dan hasil penelitian tersebut lebih mengarah kepada arti dan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ilmiah yang digunakan tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dan deskriptif, dikarenakan saat mengevaluasi suatu kejadian, peneliti tidak akan menunjukkan atau membuktikan asumsi yang dibentuk sebelum penelitian, tapi akan mengolah datanya kemudian melakukan analisis non numerik. Metode kualitatif untuk menguji teori atau hipotesis. Berlandaskan serangkaian teori yang membahas penelitian kualitatif, dikarenakan jenis penelitian kualitatif berfokus pada pendeskripsian data dalam bentuk kalimat, kalimat-kalimat tersebut memiliki makna yang dalam yang bersumber dari pemberi informasi dan sikap atau perilaku yang diamati. Data hasil penelitian merupakan fakta yang ditemukan oleh peneliti dilapangan (Sugiyono, 2016).

Kelebihan metode deskriptif didasarkan pada asumsi bahwa dengan menggunakan metode ini seseorang dapat menafsirkan kepada suatu objek pada waktu tertentu dan mendefinisikan data untuk menunjukkan representasi realitas dan mengumpulkan data untuk menunjukkan ide atau aturan. Data untuk dikumpulkan menggunakan metode tersebut ialah bukan angka-angka, melainkan kata-kata dan gambar

(Sugiyono, 2016).

Subyek penelitian ialah seseorang yang diminta menyampaikan informasi berhubungan dengan pendapat atau fakta. Sebagai mana dijelaskan oleh (Arikunto, 2006) subyek atau topik penelitian ialah subyek atau topik yang menjadi tujuan peneliti. Oleh karena itu, subyek penelitian adalah penggalian informasi untuk mengungkap sumber informasi fakta ditempat kejadian. Agar bisa mendapatkan datanya dan keterangan yang mendukung serta dibutuhkan peneliti melakukan wawancara mendalam dengan ker informan dan informan (Arikunto, 2006).

Objek penelitian dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebuah program siaran radio yang disiarkan oleh Elgangga FM setiap hari senin sampai dengan jumat pukul 06.00 – 10.00 WIB, yaitu program Bang Jamal. Peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi produser dalam mempertahankan minat pendengarnya. Peneliti menggunakan satu objek penelitian, selain itu peneliti menggunakan 1 *Key Informan* yaitu Produser dan 2 informan yaitu *Program Director* dan *Penyiar* agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan tentunya untuk menjawab masalah penelitian dengan benar dan tepat.

Dalam penelitian yang dilakukan ini ialah penelitian kualitatif deskriptif, dimana peneliti secara sistematis, faktual, mendeskripsikan secara tepat atau menyusun wawancara dengan subjek penelitian (Kristiyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, 2006). Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menyampaikan gambar atau memahami fenomena atau mengkomunikasikan bagaimana dan mengapa realitas terjadi. Penelitian kualitatif bermaksud dan bertujuan bagaimana menguraikan kejadian atau fenomena ini secara mendalam. Selain itu, metode penelitian kualitatif adalah penelitian tentang karatektistik konstruksi sosial yang bermakna realistik dan budaya, pada saat yang sama, sifat penelitian kualitatif lebih mengarah terhadap kedalaman kualitas datanya, daripada jumlah data yang besar. Oleh karena itu, hasil penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan dan lebih fleksibel (Kristiyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, 2006).

Teknik yang digunakan adalah teknik perbandingan konstan dimana analisis dilakukan berdasarkan data yang ditemukan oleh peneliti, kemudian diklasifikasikan dan dijelaskan dengan menggabungkan konsep atau teori yang dijelaskan. Ada beberapa tahap atau langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik perbandingan konstan diantaranya koding, transkrip, analisis, interpretasi (Kristiyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, 2006).

Tujuan Koding adalah agar mengatur dan juga mensistematiskan data yang lengkap dan rinci hingga data tersebut bisa memberikan gambaran tentang topik penelitian. Oleh karena itu, peneliti bisa menemukan arti dari data yang sudah dikumpulkan. Untuk mengeksekusi proses analisis data secara rinci dan jelas, peneliti harus mengarah kepada tahap yang ditawarkan Corbin dan Strauss antara lain koding terbuka, koding aksial, dan koding selektif (Poerwandari, 2007).

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan lokasi

penelitian yang bertempat di kantor Radio Elangga 100.3 FM Bekasi yang bertempat di Jl. Serma Marjuki No.30, RT05/RW02, Marga Jaya, Kecamatan Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat (17141).

### III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Menjadi produser sebuah acara radio tidak semudah yang kita kira, karena dalam sebuah acara produser adalah pemimpin, mengendalikan dan mengkoordinir penyiar dan seluruh tim.

Produser juga bertanggung jawab pada proses pra produksi, produksi, pasca produksi. Tugas produser adalah mengontrol jalannya acara atau program. Kemampuan seorang Produser dalam mengontrol dan mengkoordinasi hingga memimpin sebuah tim sangat dibutuhkan karena seorang Produser harus mampu membuat dan menyatukan segala ide yang ada. Berikut penjelasan *Key Informan* Produser Radio Elangga "Iyaa tugas seorang produser itu diantaranya adalah dia harus memastikan kalo si penyiar dengan programnya dalam satu track atau satu jalan dalam artian gini kalo programnya udah di konsep misalkan sederhananya gini humor lucu dam sebagainya tiba tiba si penyiarnya garing atau kurang lucu dan kaku berarti ga cocok berarti dia udah keluar dari track. Bisa dibilang tugas seorang produser mengontrol penyiar terus mengatur jalannya acara melihat kecocokan penyiar dengan tema nya agar memastikan sesuai dengan track nya."

Program BANG JAMAL "Bangun Jangan Malas" adalah sebuah program variety show yang ada pada stasiun Radio Elangga FM Bekasi. Program "Bang Jamal" itu sendiri sudah berjalan lebih dari 10 tahun dan mengudara di pagi hari yaitu pada pukul 6 sampai 10 pagi. Untuk penyiarnya sendiri Program BANG JAMAL mempunyai 2 orang penyiar yang menemani pendengarnya. Program BANG JAMAL termasuk salah satu program unggulan di Radio Elangga FM Bekasi. Didalam program BANG JAMAL terdapat 4 segmen. Program BANG JAMAL diawali dengan informasi yang ringan seperti informasi Kesehatan dan kemudian membacakan atensi pendengar yang dibacakan oleh Bang Betot dan Ine.

Program BANG JAMAL menjadi program unggulan di Radio Elangga karena ada pada jam Prime Time. Keunggulan Radio Elangga bukan hanya karena pada Prime Time tetapi pada program tersebut menggunakan dua orang penyiar tetapi bukan artis. Berikut penjelasan *Key Informan* Produser Radio Elangga FM Bekasi "Kelebihannya banyak nih, Bang Jamal itu dari dulu memangn dimulai pada jam prime time ya, terus saya bingung nih ini bisa dibilang kelebihan atau ngga, kelebihan selanjutnya adalah kita gapernah pake Artis tapi rating selalu diatas, itu aja sih sederhananya."

Program BANG JAMAL tidak memberikan tentang informasi atau berita politik dan gossip, tetapi lebih kepada informasi dan berita yang umum. Program BANG JAMAL mempunyai ciri khas sendiri pada kedua penyiarnya yaitu Bang Betot dan Ine. Kedua penyiar tersebut memiliki ciri khas yang berbeda, dalam program BANG JAMAL ciri

khas Bang Betot yaitu halus sedangkan ciri khas Ine lebih emosi sehingga pembawaan disetiap segmen selalu menyenangkan dengan celetukan dan candaan. Kedua penyiar tersebut dapat membuat pendengar tidak gampang menjadi bosan pada saat mendengarkan radio dan juga dapat menaikkan mood pendengar Radio Elangga sehingga Program BANG JAMAL tidak menjadi program yang membosankan dan monoton.

Segmentasi pasar Program BANG JAMAL adalah ABCDE karena pada dasarnya program ini adalah all segmen. Jika untuk usia Program BANG JAMAL menargetkan pendengar di usia 15-55 tahun karena Produser Radio Elangga sudah melakukan riset program. Berikut penjelasan *Key Informan* Radio Elangga FM Bekasi "Pada dasarnya program kita ini all segmen. Jadi kalo dibilang targetnya ya bahkan ada bercandaan anak usia SD dengerin. Makanya saya bilang sama temen temen "plis jangan ada kata kata kasar atau kotor di pagi hari itu". Tapi kalo bicara target sesungguhnya untuk kita kasih client kita kasih range kasih batasnya standard minimal 15-55 tahun gendernya male-female ya. Terus lagi SES Ekonominya, mungkin Nyoman ga percaya, kita dangdut ya tapi SES Ekonomi kita ABCDE hampir semua ada. Terus saya telusuri lagi saya kan seorang produser jadi saya harus melakukan sebuah riset dong riset program dari mereka masuk dari beberapa data AC Nielsen data Komparatif, ternyata mahasiswa banyak yg dengerin elanggga."

Seorang Produser harus memberikan ide ide kreatif serta harus mempunyai strategi agar sebuah program acara banyak didengarkan oleh pendengar setianya. Produser mengemas Program BANG JAMAL yaitu dengan cara berinteraksi dengan pendengarnya yang disebut Mitra Elangga. Produser berinteraksi dengan pendengarnya dengan cara membacakan whatsapp yang sudah dikirimkan oleh Mitra Elangga kemudian menyapa nama pendengarnya sehingga bisa membuat keakraban. Tidak hanya itu, Produser juga mengkoordinasi penyiar agar selalu menyapa pendengarnya atau selalu berinteraksi dengan Mitra Elangga. Dengan cara seperti ini pendengar bisa lebih terhibur karena dibentuknya Program BANG JAMAL tersebut bertujuan untuk menghibur dan memberikan mood booster kepada para pendengarnya terutama di pagi hari yang sedang melakukan aktivitas pagi.

Program BANG JAMAL sendiri sudah berjalan lebih dari 10 tahun, artinya seorang Produser harus mempunyai strategi agar dapat mempertahankan eksistensi pendengarnya. Dalam Program BANG JAMAL Produser mempunyai strategi agar konsep Program BANG JAMAL dapat selalu didengar dan bisa mempertahankan pendengarnya. Dalam membuat program ini Produser harus mengetahui Sosial Kultural pada targetnya, dalam arti Produser harus mengetahui siapa target pendengarnya dan dimana letak lokasi yang akan disiarkan oleh program tersebut. Program BANG JAMAL mempunyai pendengar yang kebanyakan umumnya masyarakat Kota Bekasi, Produser membuat Bahasa dalam program ini Bahasa yang umum karena jika menggunakan Bahasa Inggris atau

Bahasa asing tidak cukup banyak yang mengerti.

Produser harus membuat Program acara yang bisa dijual oleh client nya. Kemudian Program tersebut harus ada yang mendengarkan karena jika tidak ada yang mendengarkan tidak berpengaruh apapun jika sebuah program acara memiliki konsep yang bagus dan menarik tetapi tidak ada yang mendengarkan. Berikut penjelasan *Key Informan* Produser Radio Elgangga Pertama “itu program itu sosial cultural. Jadi maksudnya lu bikin program lu harus tau sosial cultural lu gimana di target lu. Kita kan Bekasi kalo kita ngomong inggris banyak yang ga ngerti. Temen temen bilang ada beberapa bilang elgangga itu Betawi saya bilang bukan, saya gunain Bahasa nasional Bekasi haha saya bilang. Saya agak lebih buat blur. Karena nanti Nyoman juga nemuin ini kok penyiar satu ini rada betawian yang satu lagi engga rada senda sendaan. Kita bicara soal sosial cultural, pertama ya program ini harus tau target lu siapa, sosialnya seperti apa, culturalnya gimana. Kedua liat programnya bisa dijual ga ke client. Kalo gabisa percuma gabisa dijual. Yang ketiga, ada yang dengerin ga ni program? Lu bikin sebagus bagusnya kalo ga ada yang dengerin percuma.”

Hubungan antara Radio dan TV kepada pendengarnya bisa dibbilang lebih dekat Radio ketimbang TV, tidak hanya strategi yang dijelaskan diatas tetapi Produser juga membuat akrab antara pendengar dan penyiar program tersebut. Menggunakan Bahasa yang umum kepada masyarakat Bekasi, lalu juga harus menguntungkan bagi Mitra Elgangga baik dari segi Informasi ataupun kuis untuk mereka sehingga terjadilah take and give.

Evaluasi juga menjadi salah satu strategi yang dilakukan oleh Produser. Setiap Program pasti pernah mengalami turun Rating, Produser mencari letak kesalahannya dan tidak mencari kelebihannya. Produser mengevaluasi mulai dari tema, musik, dan juga teknis karena itu sangat penting bagi seorang Produser. Tema dan musik dalam sebuah program sangat berpengaruh kepada mood pendengarnya saat mendengarkan program acara tersebut. Secara teknis, Produser harus mengecek kembali alat alat siaran radio karena semua perangkat memiliki kadaluarsanya.

Produser tidak hanya melakukan evaluasi terhadap program tersebut. Produser juga melakukan evaluasi terhadap kedua penyiarnya yaitu Bang Betot dan Ine. Evaluasi dibagi menjadi dua bagian, ada yang evaluasi harian dan evaluasi mingguan. Evaluasi dilakukan seperti menanyakan kegiatan keseharian kedua penyiarnya, tujuan ini untuk menjaga mood penyiarnya agar saat siaran mood mereka tetap terjaga dan bagus. Evaluasi mingguan Produser meminta laporan kepada penyiar kemudian diberikan kepada bagian admin terkait sosial media mereka, lalu Produser meminta kepada tim produksi untuk melihat laporan rekaman mereka. Produser melakukan evaluasi bulanan jika hanya terjadi kesalahan yang fatal.

#### IV. KESIMPULAN

Strategi yang dimiliki Program BANG JAMAL ada

ditangan Produser dan juga Penyiar, karena Produser sangat penting dalam membuat program acara yang akan disiarkan. Dari mulai kreatifitasnya, membuat ide ide sehingga program BANG JAMAL akan menjadi program yang menghibur dan juga menarik bagi pendengarnya. Lalu tidak lupa juga peran penyiar yang menghibur dengan ciri khasnya dan memberikan lawakan.

Strategi Produser BANG JAMAL dalam mempertahankan eksistensi pendengar adalah melibatkan pendengar saat siaran berlangsung, seperti membacakan pesan yang dikirim oleh pendengar, menyebutkan nama pendengar, dan juga memutar request lagu dari Mitra Elgangga sehingga membangun kedekatan dan keakraban antara pendengar dan penyiar.

Hasil dari strategi Produser Program BANG JAMAL mempertahankan eksistensi pendengar sudah bisa dibbilang berhasil dari sisi Produsernya yang bisa memberikan ide ide kreatif dan juga mempunyai strategi dalam program tersebut dan membuat program tersebut tidak menjadi program acara yang membosankan atau monoton. Dari sisi penyiarnya sudah bisa dibbilang berhasil karena bisa merangkul dan akrab dengan pendengarnya sehingga pendengar merasa ceria dan terhibur dalam mendengarkan Program BANG JAMAL. Dengan strategi yang dimiliki Produser saat ini Program BANG JAMAL masih bertahan sampai saat ini dan masih menjadi program unggulan yang ada di Radio Elgangga.

Dalam proses produksi program, dengan durasi siaran 4 jam sebaiknya program BANG JAMAL bisa membuat lebih banyak lagi segmen program yang lebih update, menarik, beragam, dan bisa lebih kreatif.

Program BANG JAMAL sebaiknya bisa membuat live on air di luar studio siaran yang dijadwalkan dalam jangka waktu beberapa minggu atau beberapa bulan sekali, tujuannya agar para Mitra Elgangga dapat melihat atau menyaksikan langsung kekompakan dan keseruan tim program BANG JAMAL ketika on air.

Ketika evaluasi program yang diadakan sehari, seminggu, sebulan oleh produser, sebaiknya seluruh tim Program BANG JAMAL dapat hadir. Tujuannya dengan begitu seluruh tim akan mengetahui apa saja yang dibahas dan yang harus diperbaiki.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abidin, Z. (2007). Analisis Eksistensial. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [2] Ardianto, E., & Komala, L. (2004). Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [3] Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [4] Arikunto. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [5] Arikunto. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [6] David, F. (2004). Manajemen Strategis: konsep-konsep. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- [7] Djabar, R. G. (2021). Peran Produser "Indika Pagi" Di Indika FM Jakarta Untuk Mempertahankan Minat Pendengar.

- [8] Effendy, O. U. (2003). Ilmu Teori, Filsafat Komunikasi . Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- [9] Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- [10] Elgangga, R. (2018, Agustus 19). Radio Elgangga . Retrieved from <https://www.radioelgangga.com/company-profile/>: <https://www.radioelgangga.com/company-profile/>
- [11] Elgangga, R. (2019). Retrieved from <https://www.radioelgangga.com/radio-terbaik-bekasi/>
- [12] Elgangga, R. (2021, Maret 2). Retrieved from <https://www.radioelgangga.com/radio-no-1/>
- [13] Iskandar. (2009). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Gaung Persada Press.
- [14] Kristiyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- [15] Kristiyantono, R. (2006). Teknis Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- [16] Kurniawan, W.2008. "Strategi Produser Program BANG JAMAL dalam Mempertahankan Eksistensi Pendengar". Hasil Wawancara Pribadi: 11 Januari 2022, Radio Elgangga.
- [17] Miftahuddin. (1999). Perencanaan Strategi Organisasi Sosial. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [18] Morissan. (2005). Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- [19] Morissan. (2008). Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [20] Morissan. (2009). Teori Komunikasi Organisasi. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [21] Mudrajad, K. (2006). Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Jakarta: Erlangga.
- [22] Nurudin. (2007). Pengantar Komunikasi Massa. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- [23] Nurudin. (2007). Pengantar Komunikasi Massa. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- [24] Poerwandari, E. K. (2007). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi. Jakarta: LPSP3 Universitas Indonesia.
- [25] Ratna, N. K. (2011). Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra dari Strukturalisme hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [26] Romli. (2009). Dasar-Dasar Siaran Radio. Bandung: Nuansa.
- [27] Romli, M., & Syamsul, A. (2009). Dasar-Dasar Siaran Radio. Bandung: Nuansa.
- [28] Sarwono. (2003). Psikologi Remaja. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- [29] Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.
- [30] Tahir, M. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- [31] Tamburaka, A. (2012). Agenda Setting Media Massa. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- [32] Wibowo, F. (2012). Teknik Produksi Program Radio Siaran. Yogyakarta: Grasia Book.
- [33] Yudo Triartanto, A. I. (2010). Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.