

MANAJEMEN BISNIS MEDIA RADIO SUARA GIRI FM SEBAGAI RADIO DANGDUT

Walidah Utami Putri

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

walidahputri@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Musik menjadi faktor yang cukup berpengaruh bagi media radio yang memiliki format hiburan seperti radio Suara Giri. Musik dangdut yang menjadi format musik dari radio Suara Giri menjadi ciri khas tersendiri juga bagi radio Suara Giri yang ikut menjadikan radio Suara Giri radio dengan pendengar terbanyak di Jawa Timur dengan 1,6 juta pendengar. Memiliki pendengar terbanyak dan ciri khas tertentu membuat radio Suara Giri juga mempermudah radio Suara Giri dalam meraih pengiklan. Pelaksanaan media massa, terutama media swasta menggantungkan pemasukan dalam menjalankan bisnisnya dari pemasangan iklan. Dan dalam menjalankan bisnis medianya, radio Suara Giri mengandalkan ciri khasnya sebagai radio dangdut serta pendengar setianya dalam menarik pengiklan. Musik dangdut yang telah lama menjadi format radio Suara Giri pun membentuk pola komunikasi tersendiri bagi penyiar dan pendengar radio Suara Giri.

Kata kunci: Bisnis Media, Radio Suara Giri, Musik Dangdut

Abstract

Music has become an influential factor for radio media that has entertainment formats such as Suara Giri radio. Dangdut music which is the form of music from Radio Suara Giri is also a distinctive feature for Suara Giri radio which also makes radio Suara Giri radio with the most listeners in East Java with 1.6 million listeners. Having the most votes and certain characteristics makes Suara Giri radio also makes it easier for Giri Sound radio to reach advertisers. The implementation of mass media, especially private media, depends on income in running its business from advertising. And in running his media business, Suara Giri radio relies on his trademark as a dangdut radio and his loyal listeners in attracting advertisers. Dangdut music that has long been the radio format for Voice of Giri also formed a distinctive communication pattern for broadcasters and listeners to Radio Giri.

Keyword: Media Business, Radio Suara Giri, Dangdut Music

PENDAHULUAN

Radio merupakan media massa yang menjadi cikal bakal adanya media broadcasting. Sebelumnya, masyarakat menerima informasi hanya melalui media cetak seperti koran dan majalah. Program radio yang saat ini kita dengarkan sangat berbeda dengan program radio yang disiarkan dulu. Format radio pada awalnya bukan berformat musik seperti kebanyakan radio saat ini

Sebelum adanya teknologi dengan format kaset/CD atau DVD, radio menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam mendengarkan musik. Genre musik yang dipilih menjadi format dari suatu radio sendiri juga menjadi daya tarik tersendiri bagi audience selain akan menjadi sebuah ciri khas dari radio itu sendiri. Menurut Devito, radio kini mengkonsentrasikan perhatian mereka kepada khalayak yang lebih terbatas. Radio berusaha melayani kelompok-kelompok tertentu. Misalnya para penggemar opera sabun, atau musik simponi, pecandu berita, penggemar musik rock, dan sebagainya. Sekaligus, radio yang berfungsi sebagai penghibur di kala kita beristirahat, bekerja di kantor, atau berkendara

dengan mobil menuju suatu tempat (Devito, 1997). Sehingga, radio saat ini justru lebih spesifik dalam menyasar targetnya bahkan beberapa radio dengan jelas menyebutkan radio tersebut menyasar kalangan atau kelompok masyarakat tertentu.

Di tengah industri radio yang memutar berbagai musik populer, radio Suara Giri tetap berada pada satu format musik sejak dulu yakni musik dangdut. Radio Suara Giri FM adalah salah satu radio dengan format genre musik yang spesifik yakni musik dangdut. Dengan format interaktif, radio Suara Giri FM beroperasi selama 24 jam. Selain itu, radio Suara Giri FM juga meraih radio dengan pendengar terbanyak di Jawa Timur dengan genre musik dangdut yang dibawanya. Berdasarkan survey Nielson Radio Suara Giri FM pada tahun 2018 berada pada rating teratas dengan jumlah kurang lebih 1,6 juta pendengar. Radio suara giri FM ini adalah radio pertama yang berfokus pada musik dangdut. Selama 24 jam non stop memutar lagu bergenre dangdut. Hal tersebut membuktikan bahwa hanya dengan berfokus pada musik dangdut justru membuat radio suara giri FM lebih

spesifik dan menjadi pilihan pertama bagi masyarakat pecinta dangdut.

Radio yang mengudara sejak tahun 1988 ini menjadi salah satu radio yang mengudara pertama kali di wilayah Jawa Timur. Sama seperti media massa lain, radio Suara Giri juga awalnya tidak memiliki segmentasi terutama pada musik yang spesifik pada musik dangdut. Semua genre musik diputar oleh radio Suara Giri, hanya saja musik dangdut memiliki kekuatan tersendiri dan menjadi favorit para pendengarnya. Format musik dangdut ini menjadi ciri tersendiri dan menjadi pilar utama bagi radio Suara Giri FM dalam menjalankan eksistensinya sebagai media massa di Jawa Timur pada masa sekarang ini.

Program yang ada di radio Suara Giri telah terbentuk sejak lama dan belum mengalami perubahan. Hal ini dikarenakan radio Suara Giri yang telah memiliki segmentasi kuat di masyarakat bukan hanya untuk radionya saja tetapi juga terhadap program yang ada. Format program yang saat ini disiarkan juga merupakan program yang sama saja tahun 1990-an. Program dari radio Suara Giri tidak berubah secara signifikan, tetapi kemampuan dari para penyiar serta musik dangdut yang ada terus diperbarui agar tetap relevan dengan apa yang ada di masyarakat saat ini. Hanya musik dangdut yang semakin bervariasi dan beberapa tambahan fitur pada program yang ada

Tabel 1 pembagian musik pada program

jam	Program	Musik
05.00 - 06.00	Mutiara fajar	-
06.00 - 10.00	Lintas pagi	Dangdut house, dangdut lama
10.00 - 14.00	Bandar dangdut	Semua jenis dangdut termasuk remix dan koplo
14.00 - 18.00	Dangdut OKE	Semua jenis dangdut termasuk remix dan koplo
18.00 - 22.00	Pesona goyang dangdut	Dangdut baru, dangdut house
22.00 - 04.00	Warung kopi	Dangdut baru, dangdut lama

Sumber: Manajemen radio Suara Giri

Radio Suara Giri sebagai media swasta menjalankan bisnisnya dengan acuan utama yakni pendapatan iklan. Pemasukan yang didapat dari iklan inilah yang menjadi modal utama dalam menjalankan kegiatan baik on air maupun off air pada radio Suara Giri. Radio suara giri Fm ini setiap bulannya mendapatkan omset setiap bulannya kurang lebih sekitar 300 juta. Dan omset tersebut didapatkan dari pengiklan. Yang iklan tersebut didapat dari agency. 1 agency dapat menaungi 5-6 brand, dan dalam satu tahun bisa mendapatkan 15 agency

pengiklan. Iklan tersebut dibagi menjadi 3 kategori yakni iklan adlips/spot yang berada di selingan antar segmen sebuah acara, iklan talkshow, iklan insert/quiz/live report.

Pelaksanaan dalam menjalankan bisnis media yang dilakukan oleh radio Suara Giri berdasarkan peraturan pemerintah melalui Pedoman Prilaku Penyiaran dan Standar Program Siar, serta Undang-undang yang mengatur bisnis media swasta yakni UU no 50 tahun 2005 tentang pelaksanaan media penyiaran swasta.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Studi kasus merupakan metode yang lebih cocok digunakan untuk sebanyak-banyaknya agar dapat menginvestigasi data individu, kelompok, maupun secara organisasi dalam sebuah kesatuan sistem (Yin, 1996) yang dalam penelitian ini melihat bagaimana kesatuan sistem dan manajemen yang mendukung radio Suara Giri dalam menjalankan bisnis medianya dengan dukungan program dan musik dangdut yang menjadi ciri khas dari radio Suara Giri. *Purposive sampling* adalah cara pengambilan suatu sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan dan kriteria tertentu, agar data yang didapat bersifat lebih representatif (Sugiyono, 2015:300).

Lokasi penelitian ini berada pada dua tempat yakni: 1) studio siar radio Suara Giri untuk dapat mengidentifikasi perilaku dari para penyiar dan kru lain dari radio Suara Giri yang ditimbulkan dari musik dangdut itu sendiri serta pelaksanaan siar dari radio Suara Giri sendiri. 2) kantor marketing radio Suara Giri untuk mengetahui bagaimana manajemen radio Suara Giri melaksanakan bisnis medianya

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumen. Teknik analisis data menggunakan metode dari Miles & Huberman dengan melalui tiga tahap yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi teknik. Sugiyono (2015:373) menjelaskan bahwa triangulasi teknik yaitu mengecek hasil data yang diperoleh melalui teknik pengambilan data yang berbeda seperti dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Manajemen Bisnis Media Radio Suara Giri sebagai Radio Dangdut

Segmentasi dari pendengar radio Suara Giri adalah masyarakat dengan usia dewasa yakni usia 25 tahun keatas. Dengan target utamanya yaitu ibu rumah tangga, wanita pekerja, karyawan swasta, serta pegawai negeri. Radio suara giri sendiri merupakan radio yang sering didengarkan oleh masyarakat dengan kelas menengah ke

bawah karena musik dangdut yang identik dengan musik yang dinikmati oleh kalangan menengah ke bawah.

Radio Suara Giri yang dianggap media untuk kalangan menengah ke bawah tetapi radio Suara Giri merupakan radio dengan pendengar terbanyak di Jawa Timur dengan pendengar yang mencapai 1,6 Juta pendengar. Sebelumnya, musik dangdut tidak menjadi format musik bagi radio Suara Giri. Musik dangdut menjadi format dan ciri khas dari radio Suara Giri setelah bergabung dengan jaringan Suzana Network setelah sebelumnya radio Suara Giri tidak memiliki format pasti dalam musik yang disajikan kepada pendengarnya.

Terbiasa dengan musik dangdut, orang-orang yang ada dalam radio Suara Giri membentuk suatu budaya tersendiri yang tidak dimiliki oleh radio lain. salah satunya adalah menyanyikan lagu dangdut karena sebuah kata baik dalam keadaan on air maupu off air. Penyiar juga selalu melibatkan hal yang berhubungan dengan dangdut baik musik ataupun yang lain seperti penyanyi, gosip dan lainnya pada saat interaksi antar penyiar saat siaran maupun off baik disengaja maupun tidak. Format dari radio Suara Giri adalah hiburan dan musik. Bagi para pendengar yang baru mendengarkan ataupun tidak terbiasa mendengarkan musik dangdut dan radio Suara Giri, akan sulit menerima candaan atau jokes ataupun tema bahasan yang diberikan oleh penyiar. Penyair dan pendengar membentuk pola interaksi tersendiri yang berbeda dengan radio lain

Sebagai radio segmentasi dewasa dengan rentan usia 25 tahun keatas dan target utama adalah ibu rumah tangga, radio Suara Giri mendapatkan iklan dengan sebagian besar adalah produk rumah tangga seperti sabun, sampo, minyak goreng, mie instan, dan lain-lain. serta produk customer goods seperti makanan dan minuman. Produk obat-obatan seperti balsem, minyak angin, obat sakit kepala, nyeri, serta obat-obatan lain yang seringkali dikonsumsi oleh masyarakat dengan usia dewasa.

sebagai salah satu radio tertua yang ada di Jawa Timur, posisi sebagai salah satu media tertua ini menguntungkan bagi Suara giri karena sudah memiliki "nama: yang tidak hanya dikenal di kalangan menengah ke bawah, tetapi juga menengah ke atas. Selain itu, radio Suara Giri saat ini juga mengikuti perkembangan teknologi dengan menggunakan konvergensi media sehingga memungkinkan masyarakat yang berada di luar wilayah jangkauan siar tetap dapat mendengarkan radio Suara Giri.

Format radio tersebut kemudian menjadi acuan radio Suara Giri untuk menarik para pengiklan karena masing-masing program dalam radio Suara Giri memiliki khasnya tersendiri bagi para pendengar. Radio Suara Giri

membagi siaran iklan yang ada selama siara radio berlangsung menjadi 20% (dua puluh perseratus) dari keseluruhan mata acara yang ada dalam siaran Radio Suara Giri. Jumlah ini mencakup iklan niaga dan iklan layanan masyarakat. Jumlah ini sesuai dengan yang ditetapkan oleh pemerintah dalam P3SPS pasal 44 ayat 1 yang berbunyi "(1) Waktu siaran iklan niaga lembaga penyiaran swasta paling banyak 20% (dua puluh per seratus) dari seluruh waktu siaran setiap hari." Sayangnya, radio Suara Giri tidak menyebutkan berapa persen iklan layanan masyarakat yang disiarkan oleh radio Suara Giri. Dalam P3SPS pasal 44 ayat 2 iklan layanan masyarakat paling sedikit mencakup 10% (sepuluh per seratus) dari jumlah keseluruhan iklan niaga. Jika radio Suara Giri menetapkan 20% (dua puluh per seratus) dari keseluruhan siaran sebagai siaran iklan, maka masing-masing iklan (iklan niaga dan iklan layanan masyarakat) mendapatkan 10% (sepuluh per seratus) dari keseluruhan siaran.

Persentase iklan layanan masyarakat yang ada di radio Suara Giri tidak ditunjukkan secara pasti. Hal tersebut seharusnya menjadi evaluasi bagi manajemen karena hal tersebut menyangkut peraturan penyiaran yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Selain jumlah iklan layanan masyarakat yang tidak diketahui pasti perentasenya, radio Suara Giri juga memiliki jenis iklan talkshow. Dimana dalam satu program yang ada di radio Suara Giri penyiar melakukan talkshow dengan pengiklan mengenai satu produknya. Iklan jenis ini anak mem-block waktu siaran yang ada selama 60 menit. Padahal Suara Giri hanya menyediakan 20% (dua Puluh per seratu) dari keseluruhan mata acara sebagai waktu iklan. Maka iklan berupa talkshow ini akan mengambil alih konten dari program yang waktunya digunakan untuk talkshow tersebut.

Radio Suara Giri Fm sebagai salah satu media swasta menjalankan kegiatan operasionalnya berupa siaran dan kegiatan lain dengan iklan sebagai sumber utama pemasukannya. Sumber atau pihak yang dapat memasang iklan di radio Suara Giri , antara lain: 1) Pemilik dari produk yang akan diiklankan 2) Agensi 3) Media by house (rumah produksi). Radio Suara Giri mampu meraih omzet sekitar 200 sampai 300 juta setiap bulannya

Iklan yang diperoleh dari radio Suara Giri sebagian besar berasal dari agensi. Dalam satu tahun, radio Suara Giri dapat meraih 15 agensi bahkan lebih. Sementara satu agensi dapat menaungi lima hingga enam brand atau merk. Sehingga dalam satu tahun radio Suara Giri mampu meraih 90 brand yang akan memasang iklan. Jika dibagi dalam satu tahun, radio Suara Giri mendapatkan iklan sebanyak 7 hingga 8 brand dalam satu bulan. Jika

melihat jumlah space yang disediakan oleh radio Suara Giri FM jumlah ini sudah mencukupi untuk memenuhi space tersebut.

Pelaksanaan bisnis media yang dilakukan oleh radio Suara Giri bukan hanya sekedar hubungan antara manajemen Suara Giri dan pihak pengiklan. Tetapi juga bagaimana radio Suara Giri dapat tetap menjaga pendengarnya untuk menikmati program radio, sehingga pihak pengiklan pun dapat memperoleh keuntungan dari pendengar dengan membeli produk. Berbagai cara dilakukan oleh Suara Giri untuk mempertahankan pendengarnya. Sekalipun merupakan radio lama dan mendapatkan banyak pendengar setia, radio Suara Giri tetap memberikan treatment kepada para pendengarnya salah satunya dengan kegiatan off air, sebagai contohnya: 1) Pesta Kuliner Kegiatan ini diadakan seperti bazar pada tempat tertentu. Radio Suara Giri akan bekerja sama dengan berbagai pihak customer goods maupun pihak yang pengiklan dari radio Suara Giri. Selain itu, terdapat panggung hiburan musik dangdut yang akan menemani para pengunjung. 2) Grebek pasar Merupakan salah satu kegiatan off air radio Suara Giri yang bekerja sama dengan pihak pengiklan. Kegiatan off air ini berupa panggung hiburan yang ada di beberapa titik pasar atau supermarket. Dalam kegiatan tersebut ada beberapa bintang tamu penyanyi dangdut. Penonton juga dapat berinteraksi dengan penyiar dan terdapat hadiah menarik dari games yang disediakan.

Kegiatan-kegiatan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan yang harmonis antara radio Suara Giri melalui penyiarnya dengan pendengar. Karena dengan semakin banyaknya pendengar maka potensi terjualnya produk yang memasang iklan di radio Suara Giri juga semakin besar. Pengiklan yang akan memasang iklan produknya juga akan melihat bagaimana potensi terjualnya produk dengan melihat pendengar dari radio tersebut.

PENUTUP

Simpulan

Kesimpulan yang dapat dibuat berdasarkan analisa data yang telah dilakukan bahwa Dengan format musik dangdut yang dianggap “kampungan” dan menjadi musik yang dinikmati masyarakat menengah kebawah, juga memudahkan manajemen untuk mengetahui positioning, segmentasi, dan target dari radio Suara Giri. Dengan terlihat jelasnya segmentasi dan target dari pendengar radio Suara Giri, maka semakin mudah bagi manajemen untuk memasarkan radio Suara Giri. Pendengar dari radio Suara Giri yang merupakan pendengar terbanyak radio di Jawa Timur juga menjadi nilai lebih bagi para pengiklan untuk memasang iklan. Terdapat beberapa jenis produk yang biasa beriklan di radio Suara Giri meliputi kebutuhan rumah tangga, seperti sabun shampo, mie instan, serta customer goods seperti makanan dan

minuman karena target utama dari radio Suara Giri adalah ibu rumah tangga.

Radio Suara Giri juga memiliki treatment khusus kepada pendengar agar menjadi pendengar setia, salah satunya dengan kegiatan off air. Kegiatan off air ini juga tidak jauh dari musik dangdut yang menjadi ciri khas radio Suara Giri. Selain itu, kegiatan off air juga menjadi teknik pemasaran bagi pihak yang beriklan di radio Suara Giri..

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa hal yang disarankan, yaitu: penelitian lain diharapkan dapat memperhatikan dan memperbaiki sistem dalam pelaksanaan bisnis media terutama yang berhubungan dengan izin serta ketentuan pelaksanaan bisnis bagi media swasta yang sudah tertuang dalam undang-undang atau aturan penyiaran lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alan B. Albaran. (1996) *Media Economics (Understanding Market, Industries, Concept)*. Iowa State University press
- Baran, Stanley J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa. Melek Media & Budaya*. Jakarta : Erlangga
- Bittner, John R. (1991). *Broadcasting and Telecommunication: an Introduction*. New Jersey : Prentice Hall
- Bittner, John R. (1991). *Third Edition Broadcasting and Telecommunication*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Bogdan, R C dan Biklen, S K. (1992). *Qualitative Research for Education: an Introduction to Theory and Methods*. Boston : Allyn and Bacon, Inc
- Devito, Joseph. A. (1997). *Human Communication*. New York: Harper Collinc College Publisher.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Yin, R. K. (2015). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.