

MANAJEMEN RADIO SWASTA JODHIPATI FM DALAM PELESTARIAN BUDAYA JAWA DI NGANJUK

Abdul Rochim

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen radio Jodhipati FM dalam pelestarian budaya Jawa. Metode penelitian ini menggunakan studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data penelitian diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap fokus penelitian manajemen Radio PT Jodhipati Kota Nganjuk dalam menjalankan prinsip penyiaran publik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kumpulan program acara yang dimiliki oleh Radio Suara Jodhipati Kota Nganjuk yang telah memenuhi prinsip penyiaran publik seperti program yang berfokus pada identitas, kultur nasional dan tersedia secara general geographis serta sesuai dengan konsep manajemen POAC. Kekhasan lembaga penyiaran, indikator ini menunjukkan bahwa Radio Jodhipati satu-satunya lembaga penyiaran yang menggunakan bahasa daerah (jawa) di Nganjuk dilihat dari segmentasi dan komposisi siaran. Keuangan, Radio Jodhipati belum memiliki sistem manajemen keuangan yang optimal, masih mengandalkan modal yang ada sehingga belum dapat memproduksi acara dalam skala besar.

Kata kunci : Radio, Manajemen, Pelestarian, Budaya Jawa

Abstract

This study aims to determine the management of Jodhipati FM radio in the preservation of Javanese culture. This research method uses a case study with a qualitative approach. The research data were obtained from interviews, observations, and documentation of the focus of research on the management of Radio PT Jodhipati Nganjuk City in carrying out the principles of public broadcasting. The results of this study indicate that there is a collection of programs owned by Radio Suara Jodhipati, Nganjuk City which has fulfilled the principles of public broadcasting such as programs that focus on identity, national culture and are available in general geographically and in accordance with the POAC management concept. The peculiarity of broadcasting institutions, this indicator shows that Radio Jodhipati is the only broadcasting institution that uses the regional language (Javanese) in Nganjuk seen from the segmentation and composition of broadcasts. Finance, Radio Jodhipati does not yet have an optimal financial management system, it still relies on existing capital so that it cannot produce events on a large scale.

Keywords: Radio, Management, Preservation, Javanese Culture
Keywords: Radio, Management, Conservation, Javanese Culture

PENDAHULUAN

Radio berperan penting dalam sejarah Indonesia. Di era orde baru, fungsi adanya radio hanya sebagai media untuk menyampaikan informasi. Kemudian seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, radio pun memiliki fungsi sebagai media masyarakat untuk mengemukakan pendapat dan menunjukkan ekspresi.

Di Indonesia, terdapat perubahan penting dalam bidang penyiaran dengan dihapuskannya media penyiaran pemerintah diganti dengan media penyiaran publik melalui pengesahan UU No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Hal itu tentu menjadi peluang yang baik bagi industri penyiaran R. F. Dita & M. Vinda (2019)

Pertumbuhan siaran radio melalui internet di Indonesia terus meningkat. Pada tahun 2017, ada 1998 online radio melalui website kolaborasi. Namun, sejumlah besar dari online radio ini jika mengacu pada alokasi kanal frekuensi radio yang disediakan oleh Pemerintah Indonesia sebanyak 4380 kanal FM, belum semua lembaga penyiaran radio di Indonesia mendistribusikan siarannya melalui website atau internet. Lahirnya internet sebagai medium baru melahirkan pula banyaknya inovasi teknologi di semua sektor. Termasuk juga teknologi komunikasi penyiaran Harliantara. (2019).

Salah satu subsektor bekraf ialah televisi dan radio. Hingga kini, televisi dan radio masih memiliki peran strategis dalam penyebaran informasi kepada

masyarakat, dan kepemilikannya pun sudah merata di masyarakat. Di Indonesia ada lima jenis lembaga penyiaran: lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran publik lokal, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas, dan lembaga penyiaran berlangganan. Chaerowati. (2015).

Kitley. (2003) berpendapat bahwa kesuksesan radio komersial adalah radio yang mendapat pendapatan besar melalui iklan. Akan tetapi, pendapat ini tidak sepenuhnya benar atau palsu. Karena banyak pendapat lain yang mendukung faktor yang saling berhubungan satu sama lain, antara lain: program yang baik, jumlah pendengar, gairah dari penonton, kreativitas pekerja, penghasilan yang baik, teknologi siaran handal, penonton interaktif, kemampuan untuk perubahan, manajemen memiliki kualitas, dan iklim sosial-politik yang kondusif. Namun, yang paling diperhatikan adalah kemampuan radio untuk berubah dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi komunikasi Ida & Achmad. (2019).

Radio Jodhipati FM 106,1 MHz merupakan radio swasta yang ada di Jl. Gatot Subroto No. 29 (Utara Kantor Cabang BRI Nganjuk) Kabupaten Nganjuk. Radio Jodhipati FM berfokus pada penyampaian budaya lokal. Melalui slogan "*kumenyaring budaya nagari*", bahasa pengantar yang digunakan dalam penyiaran radio Jodhipati 100 persen bahasa Jawa, yang merupakan suatu kesadaran kultural dalam upaya pelestarian bahasa Jawa. Program yang dibawakan juga tidak lepas dari budaya lokal, seperti pewayangan dan ludruk.

Jodhipati FM dapat disimak oleh masyarakat Jawa Timur dalam radius 200 KM meliputi sembilan wilayah yaitu Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Kediri, Kota Kediri, Kabupaten Jombang, Kabupaten Mojokerto, Kabupaten Lamongan, Kabupaten Bojonegoro, Kabupaten Ngawi, dan Kabupaten Madiun. Melalui pemanfaatan teknologi digital yang canggih, Jodhipati FM juga dapat dinikmati di berbagai belahan dunia melalui radio *streaming*. Berdasarkan data yang ada, pendengar Jodhipati FM semakin tersebar luas di seluruh dunia. Perubahan penggunaan teknologi berdampak pada kebiasaan pendengarnya. Radio streaming bermanfaat untuk melestarikan dan mengembangkan budaya Jawa. Achmad et al. (2015).

Trend perkembangan pengelolaan radio tidak lagi hanya dikelola atas nama hobi, tetapi sudah mengarah pada pengelolaan manajemen yang profesional. Indikasinya dapat dilihat dengan maraknya segmentasi dalam industri radio. Sejak awal reformasi semakin tampak radio – radio yang mengkhususkan diri untuk menggarap segmen tertentu seperti anak-anak, wanita maupun radio yang khusus menyasar anak muda. Ini menunjukkan trend segmentasi yang melanda media cetak telah pula merambah pada industri radio. Segmentasi tidak hanya dilakukan dengan memilih

segmen audiens saja, tetapi membawa konsekuensi terhadap isi dan manajemen siaran. Penajaman segmen tidak hanya memudahkan bagi pihak pengelola radio, tetapi juga membawa manfaat bagi pengiklan. Segmentasi yang jelas memudahkan pengiklan yang ingin membidik pasar produk yang ditujunya. HH. Budi & Herawati (2013).

Radio komunitas menjadi radio yang berada di masyarakat daerah yang berfungsi sebagai sarana informasi, sarana edukasi dan sarana komunikasi bagi masyarakat. Radio komunitas disingkat RAKOM, dapat menjadi wadah transfer pengetahuan ke masyarakat. Selain itu, RAKOM berperan menjadi media pembelajaran masyarakat dalam pelbagai hal, misalnya belajar mengamati sekitar. Disinilah peran penyiar sebagai jembatan komunikasi ke pendengar melalui pesan dari program radio. Radio komunitas yang berada di satu wilayah akan berbeda dengan radio komunitas di wilayah lainnya. Misalnya radio komunitas yang berlokasi di daerah pegunungan akan menyajikan program mengenai budaya menanam padi sedangkan radio komunitas daerah pantai akan menyajikan program budaya memelihara pantai. Radio komunitas akan menyajikan siaran yang sesuai kebutuhan masyarakat daerah. Dengan demikian, radio komunitas harus mampu menjangkau masyarakat di pelosok daerah melalui program kearifan lokal yang dimiliki masyarakat. Berdasarkan pemaparan radio komunitas BBM di atas jelas terlihat bagaimana upaya BBM untuk memberdayakan masyarakat dan kebudayaan yang sudah mulai dilupakan masyarakatnya. Baik melalui upaya mandiri atau bekerja sama dengan pihak yang terkait, komunitas BBM berupaya mengingatkan lagi kecintaan terhadap kebudayaan yang pernah dihidupkan oleh generasi sebelumnya. Semangat ini berupaya ditanamkan terhadap generasi muda maupun generasi tua melalui cara – cara yang kreatif. Eksekusinya melalui Kegiatan - kegiatan yang ada di Balai Budaya Minomartani (BBM), yaitu tempatnya para pegiat kebudayaan (Jawa) berusaha melastarikan kebudayaan Jawa dengan fasilitas -fasilitas yang sangat memadai seperti tempat atau lokasi yang luas, perangkat gamelan, perangkat wayang, perangkat tari dan sebagainya.

Keberadaan radio komunitas merupakan radio yang di miliki oleh komunitas tertentu. Keberadaan penyelenggaraan media radio di Indonesia berlandaskan dua ranah yaitu, pertama landasan hukum untuk basis materialnya yakni tercantum dalam Undang – Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, sedangkan untuk basis kultural yakni tercantum dalam Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Kedua Undang-undang ini merupakan landasan keberadaan radio yang ada Indonesia, Namun sayangnya kedua landasan hukum ini tidak memberi

jaminan yang jelas bagi penyelenggaraan media penyiaran, termasuk radio komunitas. Keberadaannya tidak bisa menjamin eksistensi media, karena berbagai problematika di alami oleh keberadaannya. Hal ini berbagai prolematika yang di alami oleh radio komunitas baik secara teknis maupun secara administrasi sehingga radio tersebut sulit untuk berkembang. Takariani. (2013).

Radio tersebut berhasil bertahan sampai saat ini mengindikasikan adanya pengelolaan atau sistem manajemen yang baik. Apalagi stasiun radio tersebut mengangkat tema radio yang tidak *mainstream*, yaitu tema budaya lokal bahasa jawa. Padahal radio tersebut juga menggunakan frekuensi digital/online di mana frekuensi tersebut banyak diakses oleh generasi milenial. Jika tidak ada manajemen yang bagus, tidak mungkin radio Jodhipati FM dapat bertahan.

Pada dasarnya, media penyiaran seperti radio swasta menggunakan wilayah publik sebagai salurannya. Hal ini dikarenakan media tersebut dalam melakukan siaran menggunakan frekuensi adalah sumber daya publik yang sangat terbatas jumlahnya dan mempunyai nilai ekonomis dan politik yang tinggi. Berdasarkan esensi pengelolaan sumber daya publik, frekuensi seharusnya tidak boleh diperjual-belikan. Frekuensi harus digunakan sebesar – besarnya untuk kepentingan publik.

Siaran radio Jodhipati FM ini dapat menjangkau hingga radius 200 km, meliputi 9 Kabupaten, yaitu: Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Kediri, Kota Kediri, Kabupaten Jombang, Kabupaten Mojokerto, Kabupaten Lamongan, Kabupaten Bojonegoro, Kabupaten Ngawi, dan Kabupaten Madiun. *The shifting role of the listeners in the mediamorphosis process of culture radio: A case study of Jodhipati 106.1 FM*. Zainal Abidin Achmad & Rachmah Ida (2019). Menjelaskan perubahan interaksi antara pendengar dan manajemen dalam menggunakan media sosial etnografi.

Penggunaan media sosial memiliki peran besar dalam pergeseran pada radio Jodhipati FM. Media sosial merubah pola hubungan antara manajemen dan pendengar. Pendengar dapat berinteraksi dengan penyiar radio sekaligus memberika kritik pada manajemen terkait progam penyiaran. Pendengar radio juga berperan sebagai produsen bagi Radio Jodhipati FM. Sehingga radio dapat memberikan progam yang sesuai dengan pendengar dan tidak kehilangan identitas sebagai radio swasta berbasis budaya lokal (Jawa).

Oleh karena itu, pada penelitian Manajemen Media Radio Swasta Jodhipati FM ini menggunakan perspektif manajemen *George R.Terry* yang mana pada perspektif ini terbagi menjadi empat fungsi dasar majemen antara lain *Planning* (Perencanaan), *Organizing*

(Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan) dan *Controlling* (Pengawasan). Adanya empat fungsi manajemen tersebut, peneliti belum mengetahui bagaimana penerapan fungsi manajemen pada Radio Jodhipati FM dalam mempertahankan karakteristik Radio Swasta yang berada di Nganjuk. Perihal uraian di atas, maka saya melakukan penelitian dengan pengambilan judul **“Manajemen Radio Swasta dalam Pelestarian Budaya Jawa pada Radio Jodhipati Fm Nganjuk di Nganjuk”**.

METODE

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan analisis data kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan melakukan, wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi.

Sebelum melakukan wawancara, peneliti melakukan beberapa tahapan. Pertama *Getting in* dengan mendatangi ketua radio Jodhipati FM Nganjuk untuk meminta izin penelitian. Setelah mendapatkan izin penelitian akan dikembangkan *trush* agar proses wawancara dan observasi berjalan efektif dan efisien. Setelah mendapatkan *trush* dari ketua radio dan anggotanya, peneliti akan melakukan wawancara yang bertumpu pada *guiding question* yang dibuat berdasarkan tema penelitian tentang manajerial di radio Jodhipati FM Nganjuk. Teknik wawancara yang dilakukan dengan cara melakukan pendekatan secara personal kepada informan, sehingga tidak membuat jarak antarpeneliti dan informan. Hasil dari proses wawancara ditulis langsung oleh peneliti dalam buku catatan dan juga direkam dengan perekam suara di HP. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Radio Jodhipati FM Nganjuk, Penanggung Jawab Program, Penanggung Jawab Manajemen Keuangan, dan Penyiar Radio Jodhipati FM Nganjuk.

Observasi melakukan pengamatan yang menggunakan panca indra dan proses pencatatan yang berkaitan dengan tema penelitian. Selama melakukan observasi, peneliti mengamati bagaimana proses perencanaan siaran yang dilakukan oleh Jodhipati FM, bagaimana mereka bersiaran, proses penyiarannya, dan hal – hal yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik keabsahan data atau triangulasi yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi ini dilakukan dengan cara seperti berikut :

1. Membandingkan data hasil pengamatan selama pra-penelitian dan pada saat penelitian dengan data hasil dari wawancara yang diperoleh dari informan Jodhipati FM Nganjuk.

2. Membandingkan apa yang dikatakan informan di depan umum seperti pada media dengan apa yang dikatakan secara pribadi saat melakukan penelitian.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan seseorang dengan status sosial yang berbeda.
5. Membandingkan hasil wawancara dari informan dengan isi dokumen yang terkait dengan Radio Jodhipati FM Nganjuk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendirian PT Jodhipati ini memiliki visi dan misi untuk diberikan kepada masyarakat, visi tersebut adalah “*Jodhipati Kumenyaring Budaya Nagari Mengabdikan sebagai Sumber Informasi dengan Menjunjung Tinggi Budaya Jawa*” dan misi dibagi menjadi 5 yaitu :

1. Meningkatkan pandangan masyarakat bahwa budaya daerah adalah akar dari Budaya Nasional.
2. Meningkatkan komunikasi dan informasi melalui siaran radio agar masyarakat ikut serta merasa memiliki budaya daerah, dengan harapan menyelamatkan, melestarikan, mengembangkan untuk kelangsungan hidup budaya nasional.
3. Menginformasikan perkembangan pembangunan serta memberdayakan masyarakat.
4. Pendorong peningkatan sumber daya manusia di Kabupaten Nganjuk di bidang budaya, agama, pendidikan dan pertanian.

Dalam mendeskripsikan manajemen Radio Jodhipati Kota Nganjuk, peneliti mengaitkan dengan teori manajemen menurut George R. Terry, yakni POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Selain itu, faktor sumber daya manusia atau karyawan juga menjadi faktor penentu kesuksesan sebuah manajemen perusahaan. Kualifikasi karyawan di Radio Jodhipati merupakan hal yang penting. Sejalan dengan misi perusahaan poin empat terkait peningkatan sumber daya manusia, Radio Jodhipati berkomitmen untuk merekrut karyawan yang memiliki tekad sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu mengakarkan dan menyelamatkan budaya bahasa daerah (Jawa) di era yang semakin maju. Tidak hanya itu, karyawan Radio Jodhipati dituntut untuk memiliki *skill* (keahlian) yang baik dalam menyampaikan informasi yang dapat memberdayakan masyarakat.

Peneliti melakukan penelitian yang terbagi menjadi tiga indikator, yang pertama yaitu ditinjau dari sisi program acara yang dimiliki oleh Radio Suara Jodhipati Kota Nganjuk. Hal ini dilakukan

untuk mengetahui apakah telah memenuhi prinsip dari penyiaran publik seperti memiliki program dengan berfokus pada identitas, kultur nasional dan tersedia secara general-geographic jika. Kedua, kekhasan lembaga penyiaran yang digunakan untuk melihat posisi dari Radio Suara Jodhipati Kota Nganjuk terhadap pemerintah dan masyarakat yang ada disekitar. Ketiga, sisi pendanaan digunakan oleh peneliti untuk mengetahui sumber biaya atau anggaran yang diperoleh radio suara Jodhipati setiap tahunnya. Dari ketiga indikator tersebut, maka akan ditemukan data dan informasi mengenai manajemen stasiun radio suara Jodhipati Kota Nganjuk dalam menjalankan prinsip penyiaran publik.

Format Siar Program Acara

Pada awal mengudara pada tahun 2003 radio Jodhipati membawakan budaya kontemporer seperti musik pop dan lagu kenangan. Kemudian pada tahun 2008 radio Jodhipati bertransformasi menjadi radio yang membawakan konten lokal musik gending dan bahasa jawa kromo. Seiring dengan perkembangan zaman, radio Jodhipati bertransformasi menjadi radio yang dapat diakses oleh siapapun, tidak hanya pendengar yang berada dicakupkan jarak sinyal. Melalui siaran streaming dan aplikasi Radio Jodhipati FM yang bisa diunduh di *Play Store* dan *iOS*.



Gambar 1 Aplikasi Radio Jodhipati FM di *Google Play Store*

Sebelum bertransformasi, Radio Jodhipati FM terlebih dahulu merencanakan dan menentukan format siaran berdasarkan target segmentasi radio yaitu usia 30 – 50 tahun ke atas dengan menunjukkan tingkat populasinya dari kisaran angka sesuai data di atas, membutuhkan suatu bentuk hiburan dengan nuansa budaya jawa sebagai perimbangan produktivitas yang ada dalam kehidupannya. Berdasarkan manajemen yang ada pada Radio Jodhipati pendengar menjadi sebuah aktif bagian dalam yang pemrograman dan proses penyiaran (sebagai produsen). Pendengar menjadi sangat akrab dengan manajemen radio sehingga mereka dapat menyarankan pada para bentuk, jenis, isi, dan nama dari para program. Pendengar juga menjadi kritis ketika

terjadi kesalahan dalam proses siaran, memberi masukan jika penyiar salah (biasanya disampaikan langsung melalui grup WhatsApp). Pendengar Jodhipati FM menyatakan kesepakatan mereka bahwa penggunaan teknologi penyiaran (media konvergensi), menjadikan mereka bagian penting dalam produksi program siaran dan memiliki rasa kepemilikan atas program siaran di Jodhipati FM. Jodhipati FM pendengar mengakui dengan manfaat dari radio mengalir untuk para diseminasi dan warisan dari Jawa Timur mendatang.

Manajemen radio Jodhipati FM menargetkan segmen pendengar sebagai berikut :

- a. Jenis Kelamin : Pria & Wanita
- b. Usia Pendengar : 30 – 50 tahun keatas
- c. Pekerja : Petani, Wiraswasta, Pengusaha, Pensiunan, Karyawan Kantor, Ibu rumah tangga, dan masyarakat umum.

Sebagai dasar pertimbangan pemilihan segmen di atas, dapat disampaikan beberapa hal sebagai berikut :

Potensi Geografis

Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Jawa Timur yang terletak dibagian barat dari wilayah propinsi Jawa Timur. Batas wilayah Kabupaten Nganjuk, sebelah utara perbatasan dengan Kabupaten Bojonegoro, sebelah selatan Kabupaten Kediri dan Trenggalek, pada wilayah bagian timur dan barat berbatasan dengan Kabupaten Jombang dan Kediri, serta kabupaten Ponorogo dan Madiun.

Dengan wilayah yang luasnya 122 433,1 Ha, Kabupaten Nganjuk terbagi menjadi 20 Kecamatan dan 284 Desa dan Kelurahan. Mencermati kondisi geografis ini, masyarakat Kabupaten Nganjuk sebagian besar berprofesi sebagai petani, baik sebagai pengusaha tani maupun buruh tani. Sebuah pangsa yang besar mengingat petani tentu membutuhkan informasi dan hiburan yang berbudaya serta mendidik.

Potensi Pertanian

Sektor pertanian tanaman bahan makanan, tanaman Perkebunan, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan merupakan sektor dominan di Kabupaten Nganjuk Hal ini tercermin pada sumbangan sektor ini dalam pembentukan Produk Domestik Regional Mencermati data tersebut diatas menunjukkan bahwa selain mata pencaharian penduduk Kabupaten Nganjuk mayoritas petani hal ini juga dibuktikan oleh data tersebut dengan prosentase yang cukup besar di sektor pertanian.

Potensi Budaya

Budaya Nyadran yang berasal dari kata sadra yang mengandung arti mendoakan leluhur yang dimulai sejak tahun 927 masehi hingga saat ini masih dilestarikan dengan berbagai macam bentuk. Budaya seni yang ada sejak dulu hingga sekarang menjadi potensi yang cukup baik untuk dilestarikan dan dikembangkan, diantaranya seni suara, seni gerak, seni sastra, seni rupa, seni musik, yang dari kelima seni tersebut tercakup dalam Pagelaran Wayang Kulit yang di Nganjuk masih melekat kuat hingga sampai saat ini. Hal tersebut terbukti masih terbentuknya Persatuan Dalang Indonesia (PEPADI) di Nganjuk Sesuatu yang sangat berharga dan potensial untuk dikembangkan dan dilestarikan budaya yang ada di Nganjuk terlebih hal ini diwujudkan dalam program radio.

Potensi Pangsa Pasar

Dengan mempertimbangkan budaya jawa dan pertanian di Kabupaten Nganjuk, potensi perilaku masyarakat mengonsumsi media, dalam hal ini potensi pendengar radio di Kabupaten Nganjuk juga mempertimbangkan kebutuhan masyarakat terhadap pelestarian budaya jawa dalam bentuk sajian bahasa jawa pula, akan membuka peluang dalam meraih pangsa pasar pendengar radio di Kabupaten Nganjuk. Oleh karenanya manajemen PT. Radio Jodhipati Budaya Nagari sangat optimis bahwa pangsa pasar bisnis radio siaran di Kabupaten Nganjuk cukup terbuka lebar terutama di segment budaya.

Sumber Materi Acara Siaran

Materi siaran Radio Jodhipati FM, manajemen mendapatkan dari :

1. Materi siaran informasi/berita :
 - a. Media cetak
 - b. Media elektronik audio visual
 - c. Internet
2. Materi siaran musik (budaya) :
 - a. Pembelian/pengadaan sendiri
 - b. Kiriman dari para pelaku budaya jawa (khususnya wayang kulit)
 - c. Rekaman sendiri
3. Bentuk materi siaran :
 - a. Rekaman
 - b. Siaran langsung dari studio
 - c. Siaran relay

Dalam program acara tersebut mengacu pada penerapan fungsi manajemen radio yang dalam upaya pelestarian bahasa jawa bagaimana mempertahankan karakteristik Radio Jodhipati FM yang berada di Nganjuk, yang dimana Materi Siaran Informasi/berita, Materi Siaran Musik (Budaya) atau pun dalam bentuk

materi siaran yang ada pada Radio Jodhipati FM tidak hanya kelancaran proses siaran saja, melainkan pengontrolan program berjalan *on the track* (sesuai dengan tujuan) manajemen atau tidak

Terkait dengan kata manajemen yang dikutip oleh Effendy bahwa manajemen secara umum sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Penjelasan tersebut menjelaskan bahwa kegiatan manajer untuk mencapai tujuan organisasi/perusahaan, dilakukan dengan mengatur orang lain untuk melaksanakan tugas apa saja yang mungkin diperlukan, bukan dengan cara melaksanakan sendiri pekerjaan itu. Setiap proses pengembangan Jodhipati FM, dengarkan sangat berperan penting menjadi budaya radio, hingga perkembangan siaran yang disaksikan masyarakat (James A.F Stoner: 1982:7) (Gunawan & Rochim, 2020). Dalam mendeskripsikan penyiaran Radio Jodhipati Kota Nganjuk, peneliti mengaitkan dengan teori strategi penyiaran menurut George R.Terry, yakni POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Peneliti melakukan penelitian yang terbagi menjadi tiga indikator, yang pertama yaitu ditinjau dari sisi program acara yang dimiliki oleh Radio Suara Jodhipati Kota Nganjuk. Kedua yaitu kekhasan lembaga penyiaran, dan ketiga ditinjau dari sisi keuangan (*financial*).

Kekhasan Lembaga Penyiaran

Radio Jodhipati FM dikenal oleh pendengarnya sebagai radio "*Kumenyaring Budaya Nagari*" dengan nuansa budaya jawa dan wayang kulit. Berdasarkan perilakunya, radio Jodhipati FM mempertimbangkan populasi jumlah penduduk pada kelompok usia 30 – 50 tahun ke atas yang menjadi target pendengar radio, manajemen menyebutnya sebagai pendengar yang gemar mengonsumsi media radio sebagai sarana memperoleh hiburan dan informasi yang berbudaya, utamanya budaya jawa, dan khususnya wayang kulit.

Pesaing

Tidak bisa kita pungkiri bahwa di Nganjuk terdapat 5 (lima) stasiun radio selain Radio Jodhipati FM, namun demikian manajemen radio optimis untuk tetap eksis dalam bisnis radio di Kabupaten Nganjuk karena dari 5 (lima) stasiun radio tersebut berbeda dengan segmen radio Jodhipati FM, dan tentunya juga melalui pertimbangan – pertimbangan dibawah ini :

1. Penentuan Pesaing

Dapat kita katakan sebagai pesaing radio Jodhipati FM di Kabupaten Nganjuk terdapat lembaga penyiaran jasa penyiaran radio, sebagai berikut :

- a. Pesaing 1 = Radio Jossh FM
- b. Pesaing 2 = Radio Nande FM
- c. Pesaing 3 = Radio Ersal FM

- d. Pesaing 4 = Radio Megantara
- e. Pesaing 5 = Radio Tasma FM

2. Analisa Keunggulan

Analisa keunggulan Radio Jodhipati FM dapat dilihat dari dua sisi, yakni; segmentasi dan prosentase komposisi siaran.

Radio Jodhipati FM menunjukkan konsistensi atas komitmen yang dibuat di awal, yakni penggunaan bahasa daerah sebagai salah satu wadah komunikasi yang efektif pada masyarakat di semua kalangan. Tidak berhenti pada saat perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan program, ciri khas penyiaran bahasa daerah (jawa) juga dikontrol melalui prosentase komposisi siaran, sehingga masyarakat luas dapat mencermati dan menikmati program yang dimiliki Radio Jodhipati FM yang lebih mengedepankan penggunaan bahasa daerah.

Dari hasil wawancara pertunjukan langsung program acara paling populer atau unggulan adalah Budaya Jawa seperti Program Giyangan Wayang Kulit yang disiarkan setiap hari dari jam 21.00 hingga 04.00 yang diputar ada 2 Gragak Surakarta dan Gragak Jogja paling banyak didengarkan dan paling banyak periklanan di Jodhipati FM. Hal itu mengindikasikan bahwa program yang dimiliki Radio Jodhipati sangat diminati, terutama seni wayang. Semua tidak terlepas dari perencanaan (*planning*) dan pelaksanaan (*actuating*) program yang matang. Semua program disiarkan dalam bahasa Jawa Kromo (Madya dan Inggil). Beberapa program unggulannya antara lain : Program Sunaring Ati merupakan acara dakwah Islam; Program SAMPUR (Sangu Makarya Purih Rahayu) adalah siaran khusus lagu tayub yang menjadi kesenian khas Nganjuk; Program JODHIPATI (Jodhang Gendhing Pamareming Ati) adalah gendhing Jawa yang berkolaborasi dengan cerita-cerita budaya Jawa. Dalam program ini, pengaturan (*organizing*) sangat menentukan berhasil atau tidaknya suatu program. Karena dalam program ini terdapat pesan yang disampaikan dan dikemas khusus melalui dua kesenian sekaligus, yakni gendhing (kesenian yang menggunakan instrumen musik) dan cerita-cerita khas jawa.; Program SRIKATON (Campursari Klasik Maton) adalah musik campursari klasik; Program JANGGAN (Jagadhing Anak) merupakan program yang bertujuan untuk mengenalkan dongeng atau cerita kepada anak-anak usia sekolah guna menanamkan budi pekerti luhur; Program MACAPAT disajikan seminggu sekali dengan durasi 3 jam dengan tujuan untuk membudidayakan lagu jawa (tembang) agar tetap dihargai dan dicintai masyarakat. Pada program ini, dapat dilihat bahwa Radio Jodhipati FM melakukan proses pengawasan dari sisi penjadwalan (*scheduling*) yang baik, sehingga program berjalan sesuai *timeline* yang ada.

Ditinjau dari program yang konsisten menggunakan bahasa Jawa, pengemasan program yang baik serta pelaksanaan dan pengawasan jadwal program yang tepat sehingga menarik perhatian pendengar khususnya yang berada di wilayah Nganjuk dan Jawa Timur. Hal itu menjadi poin penting jika dibandingkan dengan radio komersil lain di Nganjuk, hanya Jodhipati yang berani siaran 100% menggunakan bahasa Jawa kromo, yang membedakannya dengan radio Nande FM, radio Jossh FM, radio Ersal FM, radio Megantara AM dan radio Tasma FM. Penikmat pada Radio Jodhipati sendiri ada pada anak muda dan orang tua terutama pada kaum anak muda dari media online banyak sekali respon yang diminati semenjak Radio Jodhipati pada tahun 2005.

Kualitas berita program acara pada pagi hari yang ada pada Radio Jodhipati kepada pendengar adalah tidak boleh ada hoax atau berita palsu mengenai berita budaya agar kualitas tetap ada. Untuk jumlah berita dalam satu hari setiap hari diberikan satu acara yang dapat dinikmati oleh pendengar Radio Jodhipati dan proses produksi berita pada Radio Jodhipati disampaikan secara langsung kepada pendengar agar berita itu menarik Radio Jodhipati menggunakan Bahasa local yaitu Bahasa Jawa (Krama Inggil) yang dapat diterima masyarakat.

Hasil tersebut berbeda dengan penelitian (F. Anita Herawati dan Setiyo Budi HH, 2027) yang menjelaskan bahwa masing-masing radio berusaha memberi pembeda untuk tiap-tiap program acara berdasar format station, yang mengarah pada genre musik yang dipilih oleh tiap-tiap stasiun radio. Oleh karena itu, penelitian tentang radio yang menggunakan teori niche dapat menelaah pada program acara musik sebagai dasar dalam membuat kategori sumber penunjang hidup dari aspek content dan Untuk mengetahui perkembangan dan perubahan dari industri radio di Yogyakarta maupun industri media yang lain, akan sangat menarik jika dapat dilakukan penelitian secara berkala dengan menggunakan longitudinal research. Misalnya untuk kurun waktu 5 tahunan atau 10 tahunan dilakukan lagi penelitian yang sama, kemudian data yang diperoleh dapat diperbandingkan dengan hasil penelitian dalam tulisan ini. Selain dapat mengetahui perubahan peta persaingan, dapat juga ditelaah faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan tersebut dan juga bagi pihak yang berwenang mengatur perijinan pendirian radio di Yogyakarta maupun para investor yang akan menanamkan modalnya dalam bisnis peradioan di Yogyakarta, perlu untuk mempertimbangkan kekhasan dari radio yang akan didirikan. Penerapan segmentasi tidak hanya berdasarkan aspek demografis dan geografis saja, tetapi juga segmentasi psikografis dari target audiens yang dituju.

Dalam hasil wawancara tersebut juga dijelaskan mengenai wayang kulit dunia bahwa sejarahnya wayang tersebut diakui oleh badan PBB UNESCO sebagai warisan budaya tertinggi di dunia pada tanggal 9 November dan juga para senior sesepuh dalang Pak Karno mencetuskan wayang dunia pertama kali diselenggarakan di Surakarta yang mendapat respon dari Presiden Jokowi sampai ditetapkannya sebagai hari wayang nasional. Dalam Radio Jodhipati sebagai penyiar secara langsung dari Surakarta mengenai wayang dunia dan media partner yang konsisten secara langsung 100% untuk media Youtube diisi Surakarta TV dan satu Radio Lokal dari Solo yang dimiliki Pak Dalang Slang (Slang FM).

Dalam penelitian (Sigit Tri Pampudi, 2011) yang menjelaskan mengenai wayang dijelaskan mengenai Kegiatan-kegiatan dalam kemah budaya diarahkan untuk memperkenalkan lagi kebudayaan yang sudah mulai hilang. Contohnya adalah workshop pembuatan dan pementasan Wayang Damen. Mereka dipersilahkan membuat lakon dan iringan dengan bimbingan dan hasilnya cukup bagus. Pendekatan yang dilakukan tidak dengan bahasa formal, tetapi dengan bahasa yang dapat mendekatkan pada dunia anak (remaja), sehingga anak pun tertarik dan tertantang untuk belajardan menggeluti serta menekuni suatu kebudayaan. Radio BBM dapat melakukan kegiatan - kegiatan seperti itu karena adanya kesolidan da-lam komunitas tersebut. Tanpa adanya satu bangunan komunitas yang kuat, tidak mungkin dapat menyelenggarakan kegiatan seperti itu. Di situlah mereka berproses, menghargai karya dan menyiarkan apa yang menjadi karya mereka. Sebagai sebuah ikatan sosial, mereka mempunyai ikatan emosional. Satu kepuasan tim dan rasa yang tidak dapat dinilai dengan rupiah. Berbagai macam kebudayaan Jawa dicoba digali dan dihidupkan lagi di komunitas BBM, misalnya adalah wayang, tari, ketoprak, karawitan dan wayang orang. Semuanya dikemas dan dikelola menurut keunikannya masing-masing. Misalnya setiap malam satu Suro (tahun baru Islam atau Jawa) diadakan pentas wayang orang, kemudian dicari lagi dari sisi penampilan pentas kesenian yang sudah mulai punah untuk diangkat; misalnya Ketoprak Ongkek. Selain itu diangkat pula ketoprak konvensional dan ketoprak Kartini (seluruh pelakunya adalah ibu-ibu). Satu kemasan yang diharapkan bukan hanya yang tersasar generasi pelaku sekarang, yaitu para ibu, tetapi juga pada anak-anaknya.

Penikmat wayang kulit di Kabupaten Nganjuk sangat luar biasa perkembangannya, wayang kulit dan juga ada setelah adanya Radio Jodhipati terbentuk beberapa komunitas – komunitas dari anak muda, komunitas pencinta wayang Nusantara yang berada di

Nganjuk berkat antusias anak muda. Sebagai bentuk apresiasi dilakukan pagelaran wayang dan karawitan di sanggar – sanggar yang dihuni beberapa komunitas - komunitas dari kaum anak muda beserta sharing virtual online.

Dari hasil wawancara tersebut sesuai dengan penelitian. Achmad & Ida (2019) yang menjelaskan Radio komunitas menjadi media alternatif dari radio pemerintah dan swasta sejak era reformasi di Indonesia. Kitley (2003) berpendapat bahwa sukses komersial radio adalah sebuah radio yang mendapat besar pendapatan melalui iklan. Itu pendapat ini tidak sepenuhnya benar atau palsu. Karena banyak lainnya yang mendukung faktor yang saling berhubungan satu sama lain, antara lain: program yang baik, sejumlah besar pendengar, gairah dari manajer s, kreativitas pekerja, penghasilan yang baik, teknologi siaran handal, penonton interaktif, kemampuan untuk perubahan, manajemen memiliki kualitas, dan iklim sosial-politik yang kondusif. Namun yang paling diperhatikan adalah kemampuan radio untuk berubah dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi komunikasi (Achmad & Ida, 2019).

Dalam penelitian tersebut sesuai dengan penelitian Abidin (2019) menyebutkan kritik yang dilakukan oleh pendengar dapat membangun komunikasi yang konstruktif. Pendengar menjadi sangat terbiasa dengan manajemen radio sehingga mereka dapat memberi saran tentang bentuk, jenis, konten, dan nama program. Pendengar juga menjadi kritis ketika ada kesalahan dalam proses siaran, memberi masukan jika penyiar salah. Pendengar Jodhipati FM menyatakan persetujuan mereka bahwa penggunaan teknologi penyiaran, menjadikannya bagian penting dalam produksi program siaran dan memiliki rasa memiliki atas program siaran di Jodhipati FM. Pendengar Jodhipati FM mengakui manfaat streaming radio untuk penyebaran dan warisan budaya Jawa (Achmad et al., 2015). Presentase atau peningkatan dihitung harus menggunakan *survey real*. "Jadi jika survey manajemen peningkatan tiap tahun ada sekitar 20% sampai 35% per tahunnya dari pendengar survey manajemen dari pendengar dan pagelaran".

Dalam satu bulan ada pengulangan cerita ada kemungkinan pengulangan cerita sekali 2 kali jadi ceritanya sama dalangnya beda tapi inti ceritanya tetap sama". Untuk kedepannya strategi apa yang dilakukan Jodhipati untuk kalangan anak muda ? "Itu PR kita jadi 10 tahun kedepan itu nanti ada yang menggunkan apa tidak bahwa segmen wayang tanggapannya luar biasa di kalangan muda sangat menggembarakan bahwa kalangan muda masih mau mendengarkan segmen wayang".

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian dari (Putro & Ibrahim, 2017). Selain menitik beratkan pada informasi, hiburan dan saluran komersial, ternyata

terdapat fenomena yang cukup tentang siaran radio ini. Salah satu hal yang menarik adalah dimunculkannya unsur etnis dalam muatan siarannya.

Selain memiliki karakter yang telah dijelaskan, radio swasta menurut Effendi (2013) juga memiliki kelebihan dan kelemahan. Adapun kelebihan radio swasta misalnya saja: siarannya bersifat langsung sehingga pesan dapat langsung diterima oleh pendengar, menembus jarak dan rintangan, dan mengandung daya tarik karena ada tiga unsur di dalamnya seperti musik, kata – kata/suara, dan efek suara. Sementara kelemahan radio swasta misalnya: durasi program yang terbatas, pesan yang diterima pendengar hanya sepiintas dan mudah hilang dari ingatan, serta terkadang mengalami gangguan teknis seperti sinyal dan suara yang tidak jelas bahkan menghilang.

Transisi konsep menuntut sebuah media untuk memiliki strategi manajemen media agar dapat mempertahankan eksistensinya (Morrison, 2009). (Komunikasi & Sosial, 2017). Segmentasi yang sudah dilakukan pengelola radio terhadap audiensnya membawa konsekuensi terhadap isi dan manajemen siaran. Radio siaran swasta yang membidik pada satu target audiens berdampak pada pengurangan informasi yang didapatkan masyarakat atau publik. Pasalnya informasi atau hiburan yang disampaikan tidak lagi untuk umum, melainkan ke satu pendengar saja. Dengan demikian masyarakat tidak lagi bisa mengakses atau memilih informasinya disatu frekuensi melainkan harus dibeberapa frekuensi. Segmentasi membuat radio menjadi lebih eksklusif dan tidak merakyat lagi seperti pada awal kemunculan radio (Noning Herawati, 2012).

Strategi ke depan untuk Radio Jodhipati dalam pengembangan Giyangan Wayang Kulit agar diterima masyarakat kaum muda yang dilakukan adalah menyiarkan setiap pagi dan acara tiap Minggu siang yang Namanya Pagelaran Wayang Padat, dalam satu cerita diringkas dalam durasi satu sampai dua jam yang menjadikan strategi pada kaum muda dan kebetulan dalam wayang dunia formatnya pagelaran Wayang Padat yang dimana satu dalang satu cerita untuk menceritakan dan melestarikan wayang kulit. Dalam mendeskripsikan manajemen strategi pada Radio Jodhipathi Kota Nganjuk, peneliti mengaitkan dengan teori strategi manajemen menurut George R.Terry, yakni POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Peneliti melakukan penelitian yang terbagi menjadi tiga indikator, yang pertama yaitu ditinjau dari sisi program acara yang dimiliki oleh Radio Suara Jodhipathi Kota Nganjuk.

Hasil tersebut tidak sesuai dengan penelitian (Andre Gunawan, M. Rochim, 2020) yang menjelaskan mengenai strategi komunikasi pemasaran yang telah dijalankan, akan lebih baik promosi kegiatan event yang

akan dilaksanakan diperbanyak lagi melakukan sosial media marketing nya, tidak hanya facebook saja dan dalam pelaksanaan acara Hiburan Rakyat sebaiknya lebih di perluas lagi di daerah perkotaan, agar masyarakat kelas menengah keatas akan mengetahui bahwa radio Fortuna FM masih terus eksis dan juga strategi Radio Fourtuna FM Sukabumi merupakan radio yang menyediakan siaran berita dan juga beberapa event seperti KURMA (Kampung Ramadhan), Fourtuna Funwalk dan juga Bernyanyi Bersama Fourtuna. Event yang ditawarkan oleh Radio Fourtuna FM Sukabumi memiliki masing-masing target pasar. Dalam melakukan promosi untuk event atau jasa yang dijual Radio Fourtuna FM Sukabumi menggunakan sosial media dan juga media periklanan konvensional sebagai media promosinya. Pemilihan sosial media dan media periklanan konvensional menjadi hal penting dalam melakukan promosi di media sosial. Dibawah ini merupakan hal-hal yang dipertimbangkan dalam menggunakan media sosial dan media periklanan konvensional sebagai media promosi. 1. Menentukan Segmentasi, dan Target 2. Media Sosial yang Dipilih 3. Media Periklanan Konvensional yang Dipilih.

Keuangan

Dari hasil penelitian pelaksanaan manajemen Jodhipati terdapat permasalahan dari masing – masing manajemen, yaitu manajemen keuangan yang belum optimalnya dalam pemanfaatan sumber pendapatan lainnya karena perusahaan hanya mengandalkan modal untuk proses produksi dari hasil penjualan sehingga terhambat untuk melakukan produksi dalam skala besar. Usaha untuk mengoptimalkan modal dapat dilakukan dengan pencarian dana berupa pinjaman atau investasi dari pihak luar (Faisal et al., 2016).

PENUTUP

Simpulan

Hasil dari analisis penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan Giyangan Wayang Kulit diterima masyarakat kaum muda yang dilakukan dengan menyiarkan setiap acara pagi dan acara tiap Minggu siang yang Namanya Pagelaran Wayang Padat, dalam satu cerita diringkas dalam durasi satu sampai dua jam yang menjadikan strategi pada kaum muda dan kebetulan dalam wayang dunia formatnya pagelaran Wayang Padat yang dimana satu dalang satu cerita untuk menceritakan dan melestarikan wayang kulit melestarikan dan menyebarkan Kebudayaan Jawa ke seluruh dunia. Kekuatan strategi positioning ini membuktikan bahwa budaya lokal menjadi alasan konsumen memilih media tertentu. Sekaligus memperkuat tesis bahwa loyalitas

pendengar dapat mempengaruhi perubahan program radio.

Saran

Untuk kedepannya strategi untuk Radio Jodhipati dalam pengembangan Giyangan Wayang Kulit agar diterima masyarakat kaum muda yang dilakukan adalah dilakukannya penyiaran setiap pagi dan satu – satunya lembaga penyiaran di Kabupaten Nganjuk yang menerapkan komitmen tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2019). The shifting role of the listeners in the mediamorphosis process of culture radio: A case study of Jodhipati 106.1 FM. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 32(3),240.https://doi.org/10.20473/mkp.v32i32019.240-250
- Anam Miftakhul Huda. (2019). Model Strategi Pengembangan Sosial Radio Komunitas dalam Mitigasi Bencana Di Kawasan Gunung Kelud.http://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/aristo@umpo.ac.id
- Andre Gunawan, M. Rochim. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Fortuna FM Sukabumi. *Prosiding Manajemen Komunikasi ISSN 2460-6537 Volume 6, No. 1.*
- Cosmas Gatot Haryono, T. Bambang Pamungkas. (2020). Pemetaan Tata Kelola Infrastruktur Penyiaran Radio Swasta Di Dki Jakarta. *Islamic Communication Journal Volume 5, Nomor 1, Januari-Juni.*
- Chaerowati, D. L. (2015). Ekonomi Kreatif Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(Vol. 1 No. 1), 92–107.
- Dede Lilis Chaerowati. (2018). Mengembangkan Radio Komunitas Untuk Mengangkat Ekonomi Kreatif Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia ISSN 2620-7710 (Versi Cetak) Vol. 1, No. 1, Mei 2018, Hal. 92-107 ISSN 2621-0398 (Versi Elektronik)*
- Dian Wardiana,Ute Lies Siti Khadijah dan Evi Nursanti Rukmana. (2018). Dokumentasi budaya ngaruat lembur di Radio RASI FM. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan Vol. 6, No. 1 (Juni2018) 43-58.*
- ISSN 2303-2677 (Print) ISSN 2540-9239 (Online)Dita Frety Raka Putri Dan Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A. (2019). Manajemen Stasiun Radio Suara Kota Probolinggo Dalam Menjalankan Prinsip Penyiaran Publik. *Commercium. Volume 02 Nomor 01 Tahun 2019, 113-118.*
- Fitra Kebesa Miten, Dr. Joni Devitra, Se, Mm, Ak, Ca.

- (2018). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Penggajian Karyawan Pada Radio Republik Indonesia (RRI) Jambi. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi Vol.3, No.2, Juni*.
- Faisal, R., Zanah¹, M., & Sulaksana², J. (2016). Pengaruh Fungsi Manajemen Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Suatu Kasus di Home Industri Asri Rahayu di Wilayah Majalengka) *Management Function Effect On Employee Satisfaction (A Case Of Home Industry Asri Rahayu in Majalengka Region)*. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Peternakan*, 4, 157–166.
- Gunawan, A., & Rochim, M. (n.d.). 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Fortuna FM Sukabumi. 199–202. *Volume 6, No. 1, Tahun 2020*
- Harliantara. (2019). Website pada Industri Penyiaran Radio di Indonesia: *Live Streaming* dan Podcasting. ISSN: 2549-7294 (Print), 2549-7626 (Online) *Jurnal Studi Komunikasi is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike4.International License*.
- Haryono, C. G., & Pamungkas, T. B. (2020). Pemetaan Tata Kelola Infrastruktur Penyiaran Radio Swasta Di Dki Jakarta. *Islamic Communication Journal*, 5(1), 66. <https://doi.org/10.21580/icj.2020.5.1.5419>
- Hasandinata, N. S. (2014). Peran Pengelola Radio Komunitas Dalam Mengembangkan Siaran Kearifan Lokal *Management Role of Community Radio in Local Wisdom Broadcast Developing*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 17(2), 165–176.
- Herawati, F. A., & Budi HH, S. (2013). Ekologi Media Radio Siaran di Yogyakarta: Kajian Teori Niche terhadap Program Acara Radio Siaran di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 4(2), 107–130. <https://doi.org/10.24002/jik.v4i2.222>
- Komunikasi, P. I., & Sosial, J. I. (2017). *Strategi Manajemen Media Lembaga Penyiaran Publik Lokal Suara Sidoarjo 100 , 9 Fm Dalam Mempertahankan Jumlah Pendengar. September 1945*.
- Putri, E. R., Manajemen, J., Bisnis, F., Katolik, U., & Mandala, W. (2021). Pengaruh Environmental Knowledge Dan Environmental Concern Terhadap Green Purchase Intention Melalui *Attitude Towards Green Product* Pada Konsumen.
- Putro, Z. A. E., & Ibrahim, G. M. (2017). Etnisitas Dan Radio Komersial Studi Terhadap Program Siaran Betawi Di Bens Radio Dan Program Siaran Jawa Di Radio Cemerlang. *Epigram*, 14(1),25–36. <https://doi.org/10.32722/epi.v14i1.955>
- Rinaldi, M. (2018). Strategi Komunikasi Bisnis Radio Swasta Di Banda Aceh Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Siaran
- Sadeli and Edwi Arief Sosiawan. (2017). Model Manajemen Bisnis dan Komunikasi Pemasaran Stasiun Radio di Era Digital dan Revolusi Industri 4.0 1, 235–248.
- Ita Suryani, Mochammad Zehhan, Sandra Olifia, Denny Erica. (2019). Strategi Kampanye Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (Prssni) Dalam Memperkuat Positioning Radio (Studi Kasus Pada Kampanye Prssni Bertajuk “Siaran Terakhir”). *Komunikasi*, Vol. XIII No. 02, September 2019: 131-140
- Wiki Angga Wiksana. (2017). Studi Deskriptif Kualitatif tentang Hambatan Komunikasi Fotografer dan Model dalam Proses Pemotretan. a Wiksana. *Studi Deskriptif Kualitatif ten*.
- Zaenal Abidin Eko Putro Dan Gibran Maulana Ibrahim. (2017). Etnisitas Dan Radio Komersial Studi Terhadap Program Siaran Betawi Di Bens Radio Dan Program Siaran Jawa Di Radio Cemerlang. *Epigram Vol. 14 No. 1 April 2017*.