

**MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM SIARAN “SHECANGKIR TEH PAGI”
DI SHE RADIO 99,6 FM**

Meyliana Eka Riyanti

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
meyliana.19052@mhs.unesa.ac.id

Muhammad Danu Winata

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
muhammadwinata@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen produksi program siaran “Shecangkir Teh Pagi” di She Radio 99,6 FM dengan menerapkan pendekatan 6M (Manusia, Uang, Bahan, Mesin, Metode, dan Pasar) oleh George R. Terry. Perkembangan teknologi media penyiaran telah mengubah dinamika hubungan antara radio dan pendengar, memungkinkan akses yang lebih personal dan fleksibel. She Radio memanfaatkan teknologi untuk menarik dan mempertahankan pendengar, terutama segmen ibu rumah tangga. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan seperti pembaruan teknologi, pengembangan konten inovatif, ekspansi kegiatan off air, peningkatan keterampilan tim produksi, penguatan strategi pemasaran digital, serta peningkatan kualitas evaluasi dan umpan balik, berhasil meningkatkan loyalitas pendengar. Interaksi langsung melalui media sosial dan platform digital lainnya menjadi kunci dalam memahami dan memenuhi kebutuhan audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan teknologi, interaksi audiens, dan pengembangan konten inovatif adalah kunci keberhasilan radio di era digital.

Kata Kunci: Manajemen Produksi, Program Siaran, Radio

Abstract

This research aims to explore the production management of the "Shecangkir Teh Pagi" program on She Radio 99.6 FM by applying the 6M approach (Man, Money, Material, Machine, Method, and Market) developed by George R. Terry. The advancement of broadcasting technology has transformed the dynamics between radio and its audience, enabling more personal and flexible access. She Radio leverages technology to attract and retain listeners, particularly targeting the housewife segment. Data collection techniques included observation and interviews. The findings indicate that strategies such as technological updates, innovative content development, expansion of off-air activities, enhancement of production team skills, strengthening of digital marketing strategies, and improved evaluation and feedback mechanisms have successfully increased listener loyalty. Direct interaction through social media and other digital platforms has been key in understanding and meeting audience needs. This study concludes that a comprehensive approach integrating technology, audience interaction, and innovative content development is crucial for the success of radio in the digital era.

Keywords: Production Management, Broadcasting Program, Radio

PENDAHULUAN

Media penyiaran saat ini memfasilitasi interaksi luas antarindividu. Teori hubungan antara audiens dan media menyoroti dampak individual dan kelompok akibat interaksi dengan media (Morissan, 2021). Konvergensi media menggabungkan media, telekomunikasi, dan teknologi komputer, terutama berbasis internet (Straubhaar dkk., 2015). Pertumbuhan teknologi mengubah hubungan antara radio dan pendengarnya, yang kini dapat mendengarkan siaran online dan melalui media sosial (Nasrullah, 2017). Pendengar radio meningkat 21 persen dari 2017 hingga 2021, dengan 22,759 juta orang per hari di 10 kota mendengarkan selama rata-rata 120 menit (PRSSNI, t.t.) Stasiun radio mempertahankan eksistensi melalui siaran digital dan streaming, yang diminati 51,1 persen masyarakat Indonesia berusia 16-64 tahun. (*Digital 2024 - We Are Social Indonesia*, t.t.)

She Radio, bagian dari Suara Surabaya Media Grup, bertujuan memberdayakan perempuan melalui media massa dan teknologi. Dengan program digital dan streaming, She Radio meningkatkan jumlah pendengar dan interaksi, mencakup wilayah Gerbangkertasusila. Layanan audio streaming dan aplikasi "She Radio FM" memudahkan akses siaran. Konten video streaming tersedia di YouTube dan Instagram. Berdiri sejak 2011 dengan format untuk perempuan, She Radio berubah menjadi segmentasi ibu-ibu pada 2022, mencapai 90% pendengar perempuan.

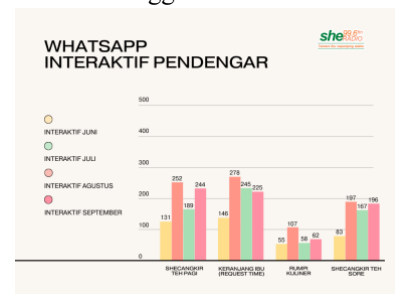


Gambar 1. Profil Pendengar She Radio

Segmentasi ibu rumah tangga dipilih berdasarkan data BPS Jawa Timur yang menunjukkan jumlah perempuan usia 25-40 tahun lebih besar. Ibu sebagai decision maker berperan penting dalam kesejahteraan keluarga dan keputusan pembelian (Sya'rawi, 2014). Radio efektif menjangkau ibu dengan menyediakan informasi kebutuhan sehari-hari. Peran ibu dalam tumbuh kembang anak juga dapat dilihat secara signifikan (Werdiningsih & Astarani, 2012).

Pemilihan segmentasi Ibu-Ibu tidak hanya berdasarkan pada jumlah populasi perempuan namun juga didasari atas peran ibu di dalam rumah tangga. Kesejahteraan keluarga dapat tercapai melalui penerapan sistem manajemen yang efisien dan pelaksanaan fungsi serta menjadi tanggung jawab setiap anggota keluarga. Keselarasan pasangan suami istri dengan peran masing-masing menjadi hal yang penting dalam rumah tangga. Kemampuan yang handal dalam pengelolaan ekonomi dan kesejahteraan keluarga menjadi perhatian utama bagi seorang istri yang berperan sebagai ibu rumah tangga (Hanum, 2017).

Penelitian ini fokus pada analisis program "Shecangkir Teh Pagi" yang menyasar ibu usia 25-40 tahun. Program ini mengubah segmentasi She Radio menjadi radio khusus ibu-ibu. "Shecangkir Teh Pagi" disiarkan Senin-Jumat pukul 06.00-10.00 WIB, dengan topik seputar kehidupan ibu. Program ini menjadi unggulan She Radio dengan audiens setia dan interaksi tinggi.



Gambar 2. Whatsapp Interaktif Pendengar She Radio

Program Shecangkir Teh Pagi ini merupakan program siaran pagi yang dipandu oleh penyiar Yosana Ardian dan Deedee Dinata dengan gaya siaran yang santai, di mana mereka membahas berita-berita positif dan topik-topik yang memungkinkan interaksi dengan pendengar. Topik yang dibahas cenderung berhubungan dengan kehidupan sehari-hari para Ibu, seperti kegiatan Ibu di pagi hari, gaya parenting Ibu, tempat perbelanjaan favorit Ibu di Surabaya, hingga makanan kesukaan Ibu. Shecangkir Teh Pagi menyediakan informasi berguna untuk ibu yang dapat diterapkan di kehidupan sehari-hari. Selain itu, dalam Shecangkir Teh Pagi terdapat beberapa narasumber yang hadir untuk memberikan tips kepada pendengar.

Penelitian bertujuan mengetahui manajemen produksi program "Shecangkir Teh Pagi" meliputi Men (Manusia), Money (Uang/Modal), Material (Bahan), Machines (Mesin), Methods (Metode), serta Market (Pasar).

Aspek manajemen produksi perlu dipahami untuk meningkatkan kualitas dan adaptasi sesuai kebutuhan audiens. Berdasarkan latar belakang ini, peneliti melakukan penelitian berjudul "Manajemen Produksi Program Siaran Shecangkir Teh Pagi di She Radio 99,6 FM".

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan yaitu penelitian kualitatif dengan menerapkan metode studi kasus. Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Metode kualitatif melibatkan serangkaian proses analitis yang kritis di mana peneliti mengadopsi pendekatan induktif untuk memahami fakta atau fenomena sosial melalui pengamatan langsung di lapangan. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis dan diusahakan untuk melakukan teorisasi berdasarkan temuan yang diamati selama penelitian di lapangan. (Bungin, 2012)

Subjek penelitian ini ditujukan untuk mengumpulkan data dari sumber daya manusia yang terlibat dalam pelaksanaan program Shecangkir Teh Pagi yang disiarkan di She Radio. Narasumber yang akan menjadi informan dalam penelitian ini merupakan narasumber yang berwenang dalam mengambil keputusan terkait produksi program siaran di She Radio. Dalam penelitian ini, fokus utama peneliti adalah pada analisis manajemen produksi program siaran "Shecangkir Teh Pagi" di She Radio 99,6 FM sebagai objek penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari informasi yang diperoleh dari partisipan penelitian. Observasi dan metode wawancara semi-terstruktur digunakan untuk memperoleh data yang detail dan spesifik. Pada teknik analisis data, peneliti memulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data hingga pada penarikan kesimpulan.

HASIL

Produksi Program Siaran "Shecangkir Teh Pagi" sebagai Program *Infotainment* bagi Khalayak Ibu

Manajemen produksi program siaran "Shecangkir Teh Pagi" sebagai program *infotainment* bagi khalayak ibu di Kota Surabaya dan sekitarnya meliputi unsur *Men* (Manusia), *Money* (Modal), *Methods* (Metode), *Machine* (Mesin), *Material* (Material) dan *Market* (Pasar).

Men (Manusia)

Produksi siaran "Shecangkir Teh Pagi" mengadopsi strategi kepemimpinan dengan tim produksi kecil, yang memungkinkan fleksibilitas dan adaptasi cepat terhadap perubahan lingkungan eksternal. Tim kecil ini memfasilitasi komunikasi efektif dan koordinasi mudah, meningkatkan efisiensi operasional dan responsivitas terhadap kebutuhan audiens. Fokus pada kualitas, bukan kuantitas, dalam produksi acara menekankan pentingnya peningkatan kompetensi anggota tim melalui pelatihan dan mentoring, baik internal maupun eksternal, termasuk diskusi dengan pakar industri radio.

Kolaborasi efektif dalam tim dicapai melalui komunikasi langsung, di mana anggota tim saling berbagi kekurangan dan masukan untuk mencari solusi bersama. Sinergi tim dianggap kunci dalam menghasilkan produksi berkualitas tinggi. Keberhasilan pengelolaan tim kecil terlihat dari data interaksi pendengar, di mana "Shecangkir Teh Pagi" menempati posisi kedua tertinggi dengan rata-rata 204 interaksi bulanan, menunjukkan keterlibatan pendengar yang tinggi.

Dalam manajemen produksi "Shecangkir Teh Pagi", kolaborasi efektif melalui komunikasi langsung dan terbuka serta pengembangan keterampilan secara internal dan eksternal memastikan tim tetap inovatif dan relevan menghadapi tantangan industri radio.

Money (Uang/Modal)

Alokasi anggaran untuk program "Shecangkir Teh Pagi" ditetapkan oleh station manager yang mencakup peningkatan SDM, kualitas penyiar, dan integrasi merek ke dalam operasional. Pengeluaran ini dikelola dengan pendekatan strategis untuk hasil optimal. Anggaran disampaikan ke direktur, pemegang saham, produser, penyiar, dan social media leader melalui rapat internal bulanan, memastikan transparansi dan pemahaman tentang alokasi dana.

Investasi dalam peningkatan SDM mencakup pengembangan keterampilan, pelatihan, dan penghargaan untuk memperkuat kapabilitas tim produksi. Peningkatan kualitas penyiar melibatkan teknologi dan pelatihan untuk menyajikan konten yang menarik. Integrasi merek memperkuat identitas dan konsistensi dalam produksi dan pemasaran.

Efisiensi pengeluaran ditekankan dengan memprioritaskan proyek yang berpotensi memberikan hasil signifikan jangka panjang dan

melakukan evaluasi terhadap efektivitas pengeluaran. Penyiar program, misalnya, berinisiatif memberikan hadiah voucher untuk meningkatkan jumlah pendengar. Pendekatan strategis dan transparan ini memastikan penggunaan sumber daya yang efisien untuk mencapai tujuan bisnis.

Methods (Metode)

Metode perencanaan dan produksi program "Shecangkir Teh Pagi" melibatkan partisipasi aktif seluruh tim dan evaluasi berkala untuk mengukur keberhasilan. Strategi produksi berfokus pada konten relevan dan menarik bagi pendengar, menekankan interaksi dan keterlibatan audiens. Perencanaan produksi meliputi penjadwalan dan alur kerja yang jelas untuk memastikan kelancaran setiap tahap. Setiap anggota tim memahami standar kualitas dan bekerja kolaboratif mencapai tujuan. Program ini berinteraksi langsung dengan pendengar melalui topik harian yang dekat dengan keseharian ibu-ibu, menjadi wadah aspirasi mereka dan menciptakan pendengar setia.

Integrasi teknologi, seperti pemanfaatan WhatsApp dan media sosial, memperkuat interaksi penyiar dan pendengar, mendukung eksistensi program. Program siaran rutin diunggah di media sosial She Radio, memperluas jaringan dan memperkaya penyajian konten kreatif. Untuk memperkuat interaksi, She Radio mengadakan kegiatan off air dengan ibu PKK di Surabaya, serta melakukan evaluasi dan penerimaan umpan balik berkala untuk peningkatan kualitas program dan pengembangan SDM.

Segmentasi terfokus dan metode interaksi efektif membuat program "Shecangkir Teh Pagi" berhasil. Topik relevan dengan keseharian ibu dan gaya siaran luwes memungkinkan penyiar membangun hubungan erat dengan pendengar. Kualitas program dijaga melalui kegiatan off air dan konten media sosial yang meningkatkan interaksi dan keterlibatan, serta evaluasi berkala untuk pengembangan kualitas program siaran.

Machine (Mesin)

Dalam aspek mesin, She Radio menggunakan teknologi standar industri radio, termasuk konsol audio, mikrofon, headphone, dan monitor. Penyiar yang terlatih dapat menjalankan siaran setiap pagi, dan teknisi siap menangani masalah teknis seperti transmitter atau amplifier. Tantangan teknis seperti ketidakstabilan jaringan internet memerlukan pembaruan perangkat secara

berkala untuk menjaga kualitas siaran. Teknologi juga dirancang untuk mendukung interaksi pendengar melalui sistem komunikasi dua arah. Dengan peralihan dari radio analog ke digital, She Radio fokus pada pembaruan pemancar dan jaringan internet, meskipun dilakukan secara bertahap berdasarkan urgensi. Selain itu, She Radio memanfaatkan audio streaming dan platform media sosial untuk siaran langsung, memastikan relevansi dalam era digital. Integrasi teknologi ini mendukung proses siaran, memungkinkan tim produksi fokus pada pengembangan konten dan kreativitas.

Material (Materi)

Proses seleksi konten untuk program "Shecangkir Teh Pagi" melibatkan rapat perencanaan tim produksi untuk membahas ide dan topik menarik. Penelitian dan analisis pasar dilakukan untuk memahami preferensi pendengar. Tim menyusun kurikulum konten yang mencakup tema, narasumber, dan format penyajian. Untuk memastikan kualitas dan keberlanjutan konten, evaluasi rutin dilakukan setelah setiap program, mencakup analisis respon, pendengar baru, dan keluhan. Program ini dirancang untuk menjangkau kaum perempuan, terutama ibu-ibu di Kota Surabaya, dengan menyajikan informasi dan hiburan yang relevan. Penyiar juga melakukan riset mengenai topik-topik yang diminati ibu-ibu, bekerja sama dengan tim kreatif untuk menyiapkan konten yang juga diintegrasikan ke media sosial. Sinergi antara penyiar dan tim lainnya memastikan konten yang berkualitas dan relevan sesuai dengan kebutuhan audiens.

Market (Pasar)

Dalam merumuskan strategi pemasaran untuk ibu-ibu, program "Shecangkir Teh Pagi" mempertimbangkan aspek demografi, dengan perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki di Surabaya. She Radio juga mengidentifikasi bahwa tidak ada stasiun radio lain yang fokus pada ibu rumah tangga. Untuk mempertahankan fokus ini, "Shecangkir Teh Pagi" menjalankan kegiatan off-air untuk berinteraksi dengan pendengar dan komunitas ibu-ibu, seperti PKK dan organisasi wanita, yang berhasil menjangkau 154 kelurahan dan 31 kecamatan di Surabaya. Program ini mendapat apresiasi dari Wali Kota Surabaya, Eri Cahyadi, dan diperluas ke 1362 RW di kota tersebut. Umpan balik pendengar sangat penting dalam menentukan preferensi audiens. Tingginya keterlibatan di media

sosial menunjukkan kepada pengiklan bahwa program memiliki audiens yang aktif, membantu pengiklan menyesuaikan pesan mereka agar lebih relevan dan efektif. Konten inovatif yang dipromosikan melalui media sosial meningkatkan daya tarik program bagi pengiklan, memperluas jangkauan dan meningkatkan nilai komersial program. Strategi pemasaran juga mempertimbangkan umpan balik pendengar untuk menciptakan hubungan erat antara program siaran dan pendengar.

PEMBAHASAN

Pendekatan Komprehensif Melalui Integrasi Teknologi, Interaksi Audiens, dan Pengembangan Konten Inovatif dalam Produksi Program Siaran Shecangkir Teh Pagi

Dalam penelitian mengenai manajemen produksi program siaran “Shecangkir Teh Pagi” di She Radio 99,6 FM, analisis dilakukan berdasarkan wawancara dengan empat narasumber utama yaitu direktur, station manager, produser dan penyiar program. Hasil wawancara dengan narasumber utama menunjukkan bahwa adanya integrasi teknologi, interaksi audiens, dan pengembangan konten inovatif merupakan elemen-elemen krusial dalam manajemen produksi yang efektif.

Integrasi teknologi dalam produksi program siaran “Shecangkir Teh Pagi” di She Radio 99,6 FM merupakan langkah strategis untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens di era digital. Penelitian menunjukkan bahwa teknologi memainkan peran vital dalam berbagai aspek produksi, meningkatkan efektivitas dan kualitas siaran melalui penggunaan perangkat lunak penyiaran dan pemeliharaan perangkat berkelanjutan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas teknis siaran tetapi juga memungkinkan tim produksi beradaptasi dengan perubahan audiens dan tren media digital. She Radio menggunakan teknologi standar industri, mencakup perangkat keras dan teknologi penyiaran esensial.

Unsur sumber daya manusia berkorelasi erat dengan integrasi teknologi yang diterapkan. Keberhasilan integrasi teknologi sangat dipengaruhi oleh kemampuan dan kesiapan tim produksi dalam mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut. Station manager menjelaskan bahwa tim produksi yang kecil namun solid memungkinkan fleksibilitas dan adaptasi yang cepat terhadap teknologi baru. Selaras dengan pernyataan dari (Gori & Simamora, 2020) dengan tim yang kecil

memudahkan kolaborasi dan komunikasi antar anggota tim dalam penerapan teknologi baru. Komunikasi efektif menjadi pilar utama dalam pengelolaan tim produksi. Produksi siaran ini menekankan pentingnya komunikasi langsung tanpa perantara, sehingga setiap anggota tim dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka satu sama lain.

Keberhasilan integrasi teknologi tidak hanya bergantung pada alat dan perangkat lunak yang digunakan, tetapi juga pada kemampuan tim untuk bekerja sama dalam lingkungan yang dinamis dan berbasis teknologi. Tim yang terlatih dengan baik dalam penggunaan perangkat lunak penyiaran dan manajemen konten digital mampu mengoptimalkan kualitas siaran dan efisiensi operasional. Untuk menciptakan tim yang terlatih diperlukan adanya peningkatan kualitas sumber daya manusia yang terlibat di dalam produksi program. Pelatihan rutin dan pembaruan pengetahuan teknologi menjadi prioritas dalam manajemen produksi program. Hal ini memastikan bahwa setiap tim memiliki kemampuan untuk memanfaatkan teknologi secara maksimal, baik dalam produksi konten, penyiaran, maupun interaksi dengan audiens.

Menurut hasil penelitian dapat dilihat bahwa peningkatan sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi tidak dapat lepas dari kebutuhan anggaran. Alokasi dana yang terencana dengan baik digunakan untuk memperbarui perangkat keras dan perangkat lunak apabila diperlukan untuk mendukung proses produksi, serta untuk pelatihan sumber daya manusia dalam penggunaan teknologi baru. Alokasi dana yang dikomunikasikan dengan baik kepada pihak yang terkait dalam proses produksi “Shecangkir Teh Pagi” seperti direktur, pemegang saham, produser, penyiar, dan social media leader akan membantu koordinasi dalam pemanfaatan anggaran yang efisien. Anggaran tersebut dialokasikan untuk tiga area utama yaitu peningkatan sumber daya manusia (SDM), peningkatan kualitas penyiar, dan integrasi mereka dalam kegiatan operasional. Investasi dalam peningkatan SDM dilakukan melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan, yang bertujuan memperkuat kapabilitas tim produksi. Peningkatan kualitas penyiar melibatkan alokasi dana untuk teknologi dan pelatihan, memungkinkan penyiar menyampaikan konten yang lebih informatif dan menarik kepada audiens. Penyiar yang komunikatif dapat membawa program menjadi lebih menarik.

Peran penyiar menjadi sangat penting dikarenakan bagaimana penyampaian pesan oleh penyiar berpengaruh terhadap interaksi dengan pendengar (Yunita dkk., 2023).

Integrasi teknologi yang berhasil dilakukan ini tidak hanya meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi, tetapi juga memperkuat hubungan antara stasiun radio dan audiens program “Shecangkir Teh Pagi”. Teknologi memungkinkan penyampaian pesan yang lebih jelas, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan audiens, yang merupakan kunci keberhasilan komunikasi di era digital. Menurut (Yusuf, 2016) Radio adalah media elektronik yang secara khusus berfokus pada konten audio. Oleh karena itu, pengaruh pesan yang diterima audiens dari radio sangat bergantung pada kejelasan kata-kata yang disampaikan oleh penyiar.

Relevansi dan keberlanjutan program membutuhkan adanya strategi yang harus diterapkan untuk mempertahankan target pasar. Berdasarkan hasil wawancara, penentuan target market yang tepat memungkinkan tim produksi untuk merancang konten yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pendengar. Strategi pemasaran program siaran “Shecangkir Teh Pagi” menunjukkan bagaimana She Radio menargetkan segmen demografis tertentu yang unik dan terfokus yaitu ibu rumah tangga. Hal tersebut yang membuat unsur pasar menjadi penting. Selaras dengan penelitian (Haqiqi & Dharmawan, 2019) She Radio menerapkan fokus segmentasi yang spesifik. Pendekatan ini memungkinkan pemasaran produk hanya ditujukan pada kelompok yang telah dipilih berdasarkan potensi besar. She Radio menargetkan pasar dengan melihat peluang yang ada di masyarakat. She Radio juga mengidentifikasi bahwa tidak ada stasiun radio lain yang secara konsisten fokus pada ibu rumah tangga. Hal ini memberikan jalan bagi She Radio untuk mengisi celah tersebut dan menjangkau segmen pasar yang belum banyak dilirik oleh stasiun radio lain. Station manager menekankan bahwa memahami peran dan kebutuhan ibu rumah tangga adalah kunci utama dalam menyusun strategi pemasaran dan konten siaran di She Radio.

Integrasi teknologi yang digunakan sebagai alat utama untuk mencapai dan melibatkan target market ini secara lebih efektif. Umpan balik dari pendengar menjadi komponen vital dalam merumuskan dan menyesuaikan strategi pemasaran serta konten program. Interaksi langsung dengan pendengar melalui platform seperti Whatsapp dan Instagram memungkinkan penyiar untuk

memperoleh wawasan mendalam tentang preferensi dan kebutuhan audiens. Percakapan yang terjalin dengan pendengar seringkali menghasilkan topik yang kemudian dapat diangkat menjadi bahan siaran. Misalnya diskusi mengenai merek mie instan favorit ibu, produk atau masakan MPASI andalan ibu dan alasan ibu memilih produk tertentu dapat memberikan informasi berharga tentang preferensi konsumen yang digunakan sebagai bahan siaran.

Tim produksi “Shecangkir Teh Pagi” melakukan perencanaan yang detail dengan penjadwalan tepat dan pemetaan alur kerja yang jelas untuk memastikan kelancaran setiap tahap produksi. Proses produksi dilakukan secara kolaboratif dengan pemahaman yang jelas tentang standar yang telah ditentukan untuk menghasilkan konten yang berkualitas. Alur yang jelas dimulai dari perencanaan konten melalui rapat mingguan yang kemudian disusun oleh penyiar dan tim produksi. Setelah topik ditentukan penyiar akan menghubungi narasumber terkait apabila topik pada hari itu memerlukan sumber dari ahli. Konten yang telah disepakati akan didesain oleh tim sosial media untuk dapat diintegrasikan ke sosial media. Setelah program berlangsung umpan balik akan secara langsung diterima dan dievaluasi oleh station manager, penyiar dan tim produksi pada rapat mingguan setelahnya. Pendekatan ini memastikan bahwa semua tahap produksi dilakukan sesuai rencana dan standar yang telah ditetapkan.

Alur Produksi Program Siaran Shecangkir Teh Pagi



Strategi konten yang diterapkan berfokus pada topik-topik relevan dengan keseharian ibu rumah tangga, segmen utama pendengar program ini. Peran dari penyiar tidak kalah penting dalam penyampaian konten yang telah disiapkan. Produser menekankan pendekatan penyiar dengan memilih gaya siaran yang luwes dan santai. Penyiar memberikan kedekatan kepada pendengar dengan memposisikan diri sebagai teman ibu ngobrol di pagi hari. Sebelum memasuki segmen topik pagi, siaran selalu dimulai dengan menyapa pendengar ibu dengan pertanyaan yang ringan seperti “bagaimana kabar ibu hari ini?” atau “apa saja rencana kegiatan ibu hari ini?”. Menyapa pendengar ibu dengan spesifik menyertakan nama dan asal daerah efektif dapat menarik ibu lainnya untuk berkomentar.

Pemilihan topik yang dikemas dengan pertanyaan ringan dapat memicu pendengar untuk memberikan pendapatnya. Pendapat dari pendengar yang dibacakan menjadi umpan balik secara langsung dari pendengar dan penyiar selama siaran program berlangsung. Pendapat dari ibu yang dibacakan akan ditanggapi lagi oleh ibu lainnya dan penyiar sehingga interaksi dapat terbangun secara konsisten. Metode yang sederhana, mampu efektif dalam menciptakan keterlibatan audiens yang tinggi dan membangun hubungan yang lebih dekat antara penyiar dan pendengar. Pendekatan ini tidak hanya mempererat hubungan dengan pendengar tetapi juga memberikan data penting yang dapat digunakan untuk menarik pengiklan. Data tentang produk yang familiar bagi ibu-ibu memungkinkan She Radio untuk menawarkan ruang iklan yang lebih tertarget dan efektif.

Keberhasilan interaksi dari penyiar program “Shecangkir Teh Pagi” dengan pendengar ini dapat terlihat dengan terdapat beberapa pendengar yang loyal selalu bergabung pada siaran di pagi hari. Pendengar setia ini juga sering mengirimkan makanan atau minuman hasil buatan mereka ke studio sebagai bentuk apresiasi kepada penyiar program “Shecangkir Teh Pagi”. Dengan respon positif dari pendengar program tetap perlu dilakukan peningkatan kualitas program. Untuk memastikan konten mendapatkan respon positif dan konsisten tim produksi “Shecangkir Teh Pagi” melakukan evaluasi setelah setiap program selesai. Diskusi ini melibatkan penilaian terhadap jumlah tanggapan, penambahan pendengar baru, dan keluhan yang mungkin muncul. Evaluasi ini tidak hanya membantu meningkatkan kualitas program, tetapi juga memastikan bahwa konten yang direncanakan diterima dengan baik oleh pendengar.

Dalam konteks digitalisasi, She Radio juga memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan pendengar. Melalui media sosial, tim dapat mempromosikan episode yang akan datang, berbagi konten menarik terkait topik yang dibahas, serta mengadakan sesi tanya jawab yang melibatkan pendengar secara langsung. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun komunitas pendengar yang aktif dan loyal. Penggunaan media sosial juga mencerminkan adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen di era digital, di mana keterlibatan dan partisipasi aktif dari audiens menjadi semakin penting. Integrasi media sosial

dalam strategi pemasaran membantu dalam mengukur respons dan preferensi audiens secara real time, sehingga program dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan dan minat pendengar.

Media sosial memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan pengiklan. Media sosial, sebagai bagian integral dari strategi pemasaran program, memungkinkan She Radio untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan pendengar secara real-time. Platform seperti Instagram dan Facebook digunakan untuk mempromosikan konten siaran, berinteraksi dengan pendengar, dan menciptakan komunitas online yang aktif. Keterlibatan tinggi di media sosial menunjukkan kepada pengiklan bahwa program memiliki audiens yang aktif dan terlibat, yang merupakan indikasi baik bagi keberhasilan kampanye iklan mereka. Interaksi melalui media sosial juga memungkinkan pengumpulan data audiens yang lebih mendetail, seperti preferensi, kebiasaan, dan umpan balik langsung, yang kemudian dapat digunakan pengiklan untuk menyesuaikan pesan iklan mereka agar lebih relevan dan efektif.

Selain itu, konten inovatif yang dihasilkan dan dipromosikan melalui media sosial meningkatkan daya tarik program, menjadikannya platform yang menarik bagi pengiklan. Pengiklan melihat nilai dalam mengasosiasikan merek mereka dengan program yang dipersepsikan sebagai modern, kreatif, dan responsif terhadap audiens. Dengan demikian, media sosial tidak hanya memperluas jangkauan dan keterlibatan audiens, tetapi juga meningkatkan nilai komersial program di mata pengiklan, membuatnya lebih menarik untuk investasi iklan.

Program “Shecangkir Teh Pagi” dirancang untuk menjadi stasiun radio yang menjangkau kaum perempuan terutama ibu-ibu di Kota Surabaya, dengan menyajikan informasi dan hiburan yang relevan. Integrasi elemen informasi dan hiburan dalam materi siaran membantu ibu-ibu menjalani peran mereka dengan lebih baik, baik sebagai ibu maupun pengelola rumah tangga. Penyiar juga melakukan riset mengenai hal-hal yang relevan dengan ibu-ibu dan bekerja sama dengan tim kreatif untuk menyiapkan konten yang dapat diintegrasikan dengan media sosial. Misalnya, selama bulan Ramadhan, topik populer seperti kebutuhan buka puasa dan rekomendasi tempat berbuka puasa menjadi fokus konten. Penyiar dan tim berkerja sama dalam memproduksi konten, baik berupa

konten siaran maupun media sosial. Hal tersebut menunjukkan adanya kerja sama antar tim produksi dalam menciptakan konten yang sesuai dengan standar dan kualitas dari She Radio. Dengan pendekatan ini, She Radio berhasil menyajikan konten yang informatif dan relevan, mempertahankan interaksi yang baik dengan pendengar, serta menyesuaikan konten dengan kebutuhan dan minat audiens, terutama ibu-ibu di Kota Surabaya.

Berdasarkan pada hasil penelitian, tim produksi telah mengimplementasikan berbagai strategi kreatif untuk menjaga relevansi dan daya tarik program. Ini meliputi penyajian topik-topik terkini yang menarik minat audiens, pengemasan segmen yang dinamis dan interaktif, serta penggunaan format yang beragam untuk memenuhi preferensi pendengar yang beragam. Inovasi dalam konten tidak hanya sekedar menyajikan informasi, tetapi juga melibatkan pendengar melalui berbagai platform digital, seperti media sosial dan aplikasi streaming, yang memungkinkan interaksi langsung dan real-time.

Pendekatan inovatif ini menunjukkan bahwa konten yang menarik dan relevan mampu meningkatkan engagement dan loyalitas pendengar. Melalui segmentasi yang tepat dan penyesuaian konten dengan tren yang sedang berlangsung, program “Shecangkir Teh Pagi” berhasil menciptakan pengalaman mendengarkan yang lebih personal dan engaging. Selain itu, kolaborasi dengan narasumber yang ahli di bidangnya, serta penggabungan elemen hiburan dan edukasi, menambah nilai tambah pada konten yang disajikan. Inovasi konten ini memperlihatkan bagaimana pemahaman mendalam terhadap audiens dan kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dapat meningkatkan efektivitas komunikasi massa. Konten yang dirancang dengan kreatifitas dan relevansi yang tinggi mampu mempertahankan perhatian audiens, yang pada gilirannya, memperkuat posisi program “Shecangkir Teh Pagi” di tengah persaingan media yang ketat.

She Radio juga menyiapkan kegiatan off air sebagai integrasi program “Shecangkir Teh Pagi”. Program off air ini juga dilakukan sebagai wujud untuk memperluas pasar dari pendengar She Radio. Strategi promosi juga dilakukan melalui kegiatan off air yang memainkan peran penting dalam pemasaran Shecangkir Teh Pagi. Penyelenggaraan acara dan kolaborasi dengan komunitas lokal seperti PKK dan organisasi wanita,

She Radio dapat memperluas jangkauan dan hubungan dengan komunitas ibu-ibu di Kota Surabaya. Kegiatan off air tidak hanya sebagai wadah aspirasi bagi ibu di Kota Surabaya namun juga sebagai edukasi seperti kegiatan memasak dengan menghadirkan chef dari beragam hotel yang ada di Kota Surabaya. Kegiatan ini juga memungkinkan interaksi antara penyiar dengan pendengar yang hadir pada saat kegiatan diadakan. Keberhasilan program ini juga dapat dilihat dari respon positif yang diterima dari komunitas ibu PKK dan GOW di Surabaya. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesadaran dan popularitas program namun kesempatan untuk interaksi langsung yang lebih mendalam dengan pendengar.

Berdasarkan hasil penelitian, program off air “Shecangkir Teh Pagi” memainkan peran yang signifikan dalam mempertahankan eksistensi stasiun radio ini. Keterlibatan langsung dengan pendengar melalui kegiatan ini menciptakan interaksi yang lebih personal dan mendalam. Selain itu program off air juga menyediakan platform untuk kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti sponsor dan mitra bisnis, yang mendukung keberlanjutan finansial She Radio. Kegiatan ini meningkatkan visibilitas dan reputasi tidak hanya program “Shecangkir Teh Pagi” namun juga She Radio di mata publik, memperluas jangkauan audiens, dan memperkuat brand “Shecangkir Teh Pagi” sebagai media yang peduli dan aktif di masyarakat. Pendekatan ini mencerminkan strategi komunikasi yang komprehensif dan terintegrasi, di mana interaksi langsung dengan audiens menjadi kunci untuk membangun loyalitas dan meningkatkan partisipasi aktif dari pendengar. Program off air “Shecangkir Teh Pagi” tidak hanya menjadi sarana untuk menjalin hubungan baik dengan komunitas namun juga sebagai alat untuk mempertahankan relevansi dan eksistensi She Radio dalam industri media yang kompetitif.

Berdasarkan hasil penelitian, integrasi teknologi dengan penggunaan platform digital dan media sosial, memungkinkan She Radio memperluas jangkauan dan memperkuat keterlibatan dengan audiensnya secara langsung. Hal ini memfasilitasi interaksi dua arah yang lebih dinamis antara penyiar dan pendengar menciptakan komunitas dan meningkatkan loyalitas pendengar. Fokus pada interaksi audiens dengan mengadakan topik yang berisi tanya jawab dengan pendengar secara langsung dan kegiatan off air memperkaya pengalaman pendengar, menjadikan mereka bagian

aktif dari program. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan partisipasi tetapi juga memberikan umpan balik yang berharga untuk perbaikan dan pengembangan konten lebih lanjut. Pengembangan konten inovatif yang relevan dan menyenangkan, memastikan bahwa program tetap menarik dan mampu bersaing di tengah banyaknya pilihan media yang tersedia bagi audiens.

Strategi ini menunjukkan pentingnya adaptasi dan inovasi dalam menghadapi perubahan konsumen dan perkembangan teknologi. Integrasi ketiga elemen teknologi, interaksi audiens, dan konten inovatif tidak hanya meningkatkan kualitas program siaran tetapi juga memperkuat posisi She Radio dalam lanskap media yang terus berkembang. Oleh karena itu, pendekatan komprehensif ini dapat dianggap sebagai model yang efektif untuk mencapai keberhasilan dan keberlanjutan radio di era digital.

PENUTUP

Keberhasilan program siaran "Shecangkir Teh Pagi" di She Radio 99,6 FM sangat dipengaruhi oleh pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan teknologi, interaksi audiens, dan konten inovatif. Penggunaan teknologi tidak hanya terbatas pada peralatan siaran, tetapi juga mencakup pemanfaatan media sosial untuk promosi dan interaksi dengan pendengar, yang memungkinkan komunikasi real-time dan umpan balik langsung. Data dari interaksi ini memberikan wawasan berharga mengenai preferensi dan kebutuhan pendengar, mengarahkan pengembangan konten lebih lanjut. Sinergi antara teknologi, interaksi audiens, dan konten inovatif tidak hanya meningkatkan kualitas produksi, tetapi juga memperkuat hubungan dengan audiens dan memastikan konten selalu relevan dan menarik di era digital. Penelitian ini menyoroti pentingnya adaptasi dan inovasi dalam manajemen produksi program radio untuk mencapai dan mempertahankan keberhasilan di tengah lanskap media yang terus berkembang.

Mengembangkan konten yang lebih inovatif melalui eksplorasi format dan tema baru serta kolaborasi dengan narasumber yang beragam, guna menjaga relevansi dan daya tarik program "Shecangkir Teh Pagi" terutama bagi khalayak ibu-ibu. Selain itu, peningkatan ekspansi kegiatan off air yang melibatkan lebih banyak komunitas dan segmen pendengar akan memperkuat hubungan dan loyalitas audiens. Strategi pemasaran digital perlu

diperkuat dengan program atau kampanye kreatif yang terintegrasi di media sosial untuk memperluas jangkauan audiens. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk fokus pada analisis efektivitas strategi pemasaran digital yang digunakan oleh She Radio untuk menjangkau audiens ibu rumah tangga, serta melakukan studi perbandingan dengan stasiun radio lain yang memiliki target demografi serupa untuk mengidentifikasi praktik terbaik. Penelitian audiens lebih mendalam melalui wawancara juga penting untuk memahami kebutuhan dan preferensi pendengar, serta integrasi konten multiplatform dan pengembangan program pelatihan sumber daya manusia yang efektif agar She Radio tetap kompetitif dan relevan di industri penyiaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer* (1 ed.). Rajawali Pers.
- Digital 2024 - We Are Social Indonesia. (t.t.). Diambil 28 Juli 2024, dari <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Gori, F., & Simamora, R. T. P. (2020). POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA KEPALA DESA MARAO KECAMATAN ULUNOYO KABUPATEN NIAS SELATAN. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 5(2), 115–122.
- Hanum, S. L. (2017). Peran Ibu Rumah Tangga dalam Membangun Kesejahteraan Keluarga. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 1(2), 257–272. <https://doi.org/10.22515/ACADEMICA.V1I2.1030>
- Haqiqi, A. I., & Dharmawan, A. (2019). Strategi Feature She Radio 99.6 Fm Sebagai Program Utama Dalam Bersaing Dengan Radio Format Khusus Perempuan Di Jawa Timur. *The Commercium*, 2(1). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/30488>
- Morissan. (2021). Teori Komunikasi Individu Hingga Massa Edisi Revisi. Dalam *Prenada Media*.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi*. PRSSNI. (t.t.). Diambil 24 Januari 2024, dari <https://radioindonesia.co.id/>
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2015). Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology - Joseph Straubhaar, Robert LaRose, Lucinda Davenport - Google Buku. Dalam *Cengage Learning* (9 ed.). Cengage Learning.

- Sya'rawi, H. (2014). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Pribadi Ibu Rumah Tangga Dalam Keputusan Pembelian Makanan di Pasar Modern (Studi Pada Ibu Rumah Tangga di Komplek Perumahan Mandiri Lestari Banjarmasin). *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 5(2).
<https://doi.org/10.18592/TARADHI.V5I2.227>
- Werdiningsih, A., & Astarani, K. (2012). Peran Ibu Dalam Pemenuhan Kebutuhan Dasar Anak Terhadap Perkembangan Anak Usia Prasekolah. *Jurnal STIKES*, 5(1).
- Yunita, Muzakkir, & Samwil. (2023). Peran Penyiar dalam Menjadikan 'Numpang Numpang' sebagai Program Unggulan PRO2 LPP RRI Meulaboh. *Aceh Anthropological Journal*, 7(1), 27.
<https://doi.org/10.29103/aaj.v7i1.10057>
- Yusuf, F. (2016). Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 98–111.