

Strategi Kreatif Program Mustang Morning Squad dalam Mempertahankan Eksistensinya

Della Fahmi Fajarwati¹⁾ Agustrijanto²⁾

Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹⁾ Email: dellafahmi.df@gmail.com

²⁾ Email: agustrijantoo@kalbis.ac.id

Abstract: Rapid technological developments make radio competing to create interesting programs. But it's not only interesting, but how the program is able to last a long time in the air and is able to retain its listeners. As one of the radio broadcasts in Jakarta, of course, Mustang Radio has prepared several superior creative program designs, one of which is Mustang Morning Squad. This study aims to determine the creative strategy formed in the Mustang Morning Squad Program in maintaining its existence. This study uses a qualitative research approach with a case study method. In this research, the researcher uses constructivism paradigm. The results of the research findings are, at the planning stage of the Mustang Morning Squad program using creative concepts, creative content, creative broadcasters, and creative promotions to maintain its existence.

Keywords: existence, planning program, radio program, strategy program

Abstrak: Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat radio berlomba-lomba menciptakan program yang menarik. Namun tidak saja menarik, tetapi bagaimana program tersebut mampu bertahan lama di udara dan mampu mempertahankan pendengarnya. Sebagai salah satu radio yang bersiaran di Jakarta tentunya Radio Mustang menyiapkan beberapa rancangan program kreatif unggulan salah satunya Mustang Morning Squad. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kreatif yang dibentuk pada Program Mustang Morning Squad dalam mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Hasil dari temuan peneliti yaitu, pada tahap perencanaan program Mustang Morning Squad menggunakan kreatif konsep, kreatif konten, kreatif penyiar, dan kreatif promosi untuk mempertahankan eksistensinya.

Kata kunci: eksistensi, perencanaan program, program radio, strategi program

I. PENDAHULUAN

Sebagai makhluk sosial tentunya manusia membutuhkan manusia lain untuk berinteraksi. Dalam hal berinteraksi manusia tidak terlepas dari komunikasi. Komunikasi menjadi hal yang tidak bisa lepas dan dihilangkan dari manusia. Komunikasi dijadikan cara bagi manusia untuk bertahan hidup dan memudahkan kehidupannya. Komunikasi merupakan proses

penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan.

Komunikasi saat ini berkembang sebagaimana perkembangan zaman. Terdapat berbagai komunikasi massa yang dapat mempermudah komunikasi manusia dan mempermudah dalam menerima informasi. Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan dengan menggunakan media sebagai perantara untuk disampaikan kepada khalaya luas. Dengan begitu komunikasi yang dilakukan dengan bantuan media

dinamakan media massa. Salah satu media yang digunakan komunikasi massa adalah radio. Radio menjadi salah satu media massa dengan perantara suara yang dibawa oleh gelombang elektromagnetik.

Radio memiliki sifat yang unik yaitu hanya menyajikan audio saja kepada khalayaknya. Tentunya hal ini sangat membantu khalayak yang memiliki keterbatasan dalam membaca untuk tetap bisa menerima informasi terkini. Hal ini membuat radio mampu memikat hati pendengarnya sehingga radio bersifat personal karena dapat mendengarkannya seorang diri. Radio memberikan ruang kepada pendengarnya untuk berimajinasi dan membuat theater of mind yang berfungsi untuk membayangkan informasi yang diucapkan oleh penyiar agar informasi bisa diterima dengan baik, maka dari itu sebaiknya pendengar harus berusaha menjadi pendengar yang baik.

Saat ini radio berkembang sangat pesat. Para pelaku stasiun radio berlomba-lomba menciptakan sebuah program yang menarik dengan tujuan untuk menarik banyak pendengar. Banyaknya pendengar akan membuat program radio tersebut dapat menarik banyak pengiklan, sehingga akan mendatangkan keuntungan bagi pemilik stasiun radio. Semakin menarik program radio yang dibuat akan meningkatkan jumlah pendengar dan pengiklan.

Dilansir dari website Radio Indonesia www.radioindonesia.org terdapat 100 radio swasta di Jakarta yang sekarang ini bersaing untuk memikat hati pendengarnya. Ini menandakan begitu ketat persaingan yang dirasakan dari setiap stasiun radio. Hal ini menjadi pemicu terciptanya program-program yang lebih berkualitas dan munculnya

penyiar-penyiar yang memiliki karakter kuat untuk mempertahankan programnya. Hal ini juga menjadi acuan bagi Mustang FM untuk bisa menciptakan sebuah program yang unik. Tidak saja unik namun juga program yang sesuai dengan segmentasi pendengarnya.

Bertahannya radio sampai saat ini menjadikan radio sebagai komunikasi massa tertua. Faktanya radio saat ini mampu menjangkau 15.452.000 orang per hari dengan rata-rata mendengarkan radio lebih dari 2 jam setiap harinya. Hal ini tentunya menjadi alasan mengapa radio masih dapat bertahan hingga sekarang. Perkembangan media komunikasi massa baru akibat perkembangan internet tidak menghilangkan kesetiaan pendengar untuk terus mendengarkan radio.

Saat ini keberadaan radio sudah memasuki dunia digital. Hal ini juga dilakukan Mahaka Radio Integra untuk bisa mempertahankan pendengarnya dengan membuat sebuah aplikasi yang bernama Noice. Noice ini merupakan aplikasi yang dibuat oleh Mahaka Radio Integra bukan saja sebagai wadah namun juga sebagai pemberi konten bagi para pendengar. hal ini dilakukan untuk tetap bisa berbagi berbagai macam musik, radio, dan konten yang bertujuan untuk memberikan ruang kepada pendengar untuk tetap bisa mendengarkan radio kesayangannya. Terdapat enam stasiun radio yang terdapat di aplikasi Noice diantaranya, Gen FM Jakarta, Gen FM Surabaya, Jak FM, Hot FM, Kiss FM, Most FM dan Mustang FM. Sehingga pendengar tetap bisa mendengarkan siaran Mustang kapanpun dan dimanapun. Aplikasi Noice tersedia di App Store dan Google Play.

Melalui Aplikasi Noice, Mustang FM turut ikut serta dalam

kemajuan teknologi yang semakin terdepan, yaitu dengan memasukan sebuah siarannya kedalam dunia digital. Dengan kemudahan ini tentunya pendengar radio Mustang akan lebih mudah untuk mendengarkan siaran kapanpun dan dimanapun. Kemudahan ini juga yang akan meningkatkan jumlah pendengar Mustang FM. Serta menjadi sebuah cara bagi Mustang FM dalam mempertahankan eksistensinya.

Radio Mustang dengan frekuensi siaran 88.0 FM merupakan radio dengan format Contemporary Hits Radio dengan menyajikan kepada pendengarnya musik 90% Barat dan 10 % musik Indonesia. Radio Mustang memposisikan radionya sebagai Best Radio For Young Music Generation dimana memiliki janji kepada pendengarnya untuk menjadi radio yang paling mengerti anak muda jaman sekarang. Segmentasi usia Radio Mustang mulai dari usia 10 tahun sampai dengan usia 25 tahun dengan total pendengar sebanyak 298.000 orang. Sebagai radio yang memberikan janji sebagai radio yang mengerti anak muda jaman sekarang tentunya Radio Mustang aktif diberbagai platform digital.

Sebagai radio yang bersiaran di Jakarta tentunya Radio Mustang harus memiliki ciri khas dan unikan didalam programnya. Hal ini harus menjadi motivasi program Mustang Morning Squad untuk lebih kreatif dan inovatif untuk mengembangkan programnya dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio di Jakarta. Dalam memenuhi kebutuhan pendengarnya Radio Mustang membuat enam program untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya. Mustang Morning Squad, Mustang Getaway 2.0, Mustang Lovebox, Mustang Hotline, Mustang Wave dan Mustang 40. Dimana program tersebut

diperuntukan untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya.

Mustang Morning Squad atau program yang biasa disapa MMS ini merupakan program unggulan dari Radio Mustang yang memiliki waktu siaran pukul 06.00 sampai dengan 10.00 dari hari Senin sampai dengan Jumat.. Program siaran pagi pada Radio Mustang ini diisi oleh tiga orang penyiar yaitu Adhi, Ibel, Pila dengan janji program yaitu "More Music Less Long Talk" dan memiliki tag line program yaitu "Mustang Morning Squad Braaapp!.. Program MMS memiliki fitur program yaitu Birthday Shout Out pada jam 07.45 sampai 09.45. Pada segmen ini para penyiar memberikan ucapan ulang tahun kepada pendengar yang sedang berulang tahun secara on air dan online. Program unggulan dari radio Mustang dikemas dengan fresh, lucu, dengan music fully upbeat di pagi hari. Mustang Morning Squad membawakan topik yang sangat dekat sekali dengan kehidupan anak jaman sekarang dan menyediakan wadah bagi para pendengarnya untuk berpartisipasi dengan cara mengikuti konten-konten yang dibuat Mustang Morning Squad di Instagram @mustang88fm.

Berbeda halnya dengan program radio Mustang lainnya, program unggulannya yaitu program Mustang Morning Squad dikemas dengan format musik yang lebih Indonesia dibandingkan dengan program Radio Mustang lainnya. Hal ini dilakukan untuk memberikan kesempatan kepada pendengar dan tidak membatasi pendengar terhadap musik western.

Program Mustang Morning Squad sendiri sudah mengudara sejak November 2017 lalu. awalnya program Mustang Morning Squad diisi oleh tiga

penyiar laki-laki. Pada tahun 2019 penyiar program Mustang Morning Squad bertambah menjadi empat penyiar yang diisi oleh penyiar laki-laki dan kemudian kembali keformat penyiar awal yaitu tiga orang yang terdiri dari dua laki-laki dan satu perempuan.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan, peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi kreatif dalam produksi program unggulan di Radio Mustang yaitu Mustang Morning Squad sebagai program yang siaran di pagi hari. Bagaimana program Mustang Morning Squad membuat strategi untuk dapat mempertahankan programnya..

II. METODE PENELITIAN

Dalam buku “Teori dan Paradigma Penelitian Sosial” “Agus Salim mengemukakan bahwa paradigma memberikan gambaran dasar yang paling sederhana dari pandangan yang kompleks. Sehingga memudahkan manusia untuk mengambil keputusan, bersikap, dan berusaha menjawab pertanyaan yang ada mengenai pengetahuan manusia. Dengan adanya paradigma menjadikan manusia memiliki dasar yang kuat dalam mengambil keputusan. Semua pertanyaan mengenai pengetahuan manusia bisa di sederhanakan dengan menggunakan paradigma” (Salim, 2001;70).

Menurut Pujileksono (2015: 26), paradigma adalah cara yang digunakan oleh komunitas ilmu pengetahuan dalam melihat sebuah realitas yang akan diteliti dan kemudian dari pola pikir tersebut terciptalah sebuah pemecah dari persoalan yang ada. Paradigma yang digunakan peneliti merupakan cara pandang tentang bagaimana peneliti melihat realitas, mempelajari fenomena, cara-cara yang digunakan dalam

penelitian dan cara menginterpretasikan temuan.

Paradigma membantu memberikan definisi tentang apa yang harus dipelajari, apa yang harus dikemukakan, dan peraturan apa yang harus dipatuhi dalam menginterpretasikan jawaban yang diperoleh (Gunawan, 2013: 31). Terdapat empat paradigma ilmu pengetahuan yang dikembangkan oleh para ilmuwan. Empat paradigma tersebut adalah Positivisme, Post-positivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme (Salim, 2016: 68).

Penulis berpendapat bahwa paradigma merupakan dasar dari kepercayaan yang paling utama atau mendasar. Dalam pandangan filsafat paradigma mengandung pandangan awal yang dapat membedakan pemikiran seseorang, memperjelas pemikiran seseorang dan juga membuat pemikiran seseorang menjadi lebih tajam. Seperti halnya dengan menangani sebuah masalah yang terlahir dari perbedaan pemikiran, maka akan diperlukan perlakuan yang berbeda pula. Disini paradigma adalah yang menjadi dasar dari sebuah pandangan yang kompleks menjadi sederhana. Sehingga mempermudah manusia untuk memilih dan mengambil keputusan dalam hidupnya.

Terdapat tiga paradigma ilmu sosial yaitu Positivisme dan Post Positivisme, Konstruktivisme, dan Teori Kritis, berikut penjelasannya;

1. Positivisme dan Post Positivisme, menempatkan ilmu sosial seperti ilmu alam. Terdapat metode yang terorganisir untuk mengkombinasikan logika melalui pengamatan empiris, untuk mendapatkan konfirmasi tentang hukum keabsahan untuk dapat memprediksikan pola umum gejala sosial tertentu.

2. Konstruktivisme, menempatkan ilmu sosial sebagai analisis sistematis melalui pengamatan secara langsung terhadap pelaku sosial agar dapat memahami dan memperkirakan bagaimana pelaku sosial tersebut menciptakan dan memilih dunia sosial tersebut.
3. Teori Kritis, menempatkan ilmu sosial sebagai proses krisis mengungkapkan “the real structure” dibalik kebutuhan palsu guna mengembangkan kesadaran sosial manusia guna memperbaiki kehidupan subjek yang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivis karena ingin mengamati langsung objek yang diteliti. Terdapat dua karakteristik penting yang dikemukakan oleh Eriyanto yaitu:

1. Pendekatan konstruktivis merupakan pada pemaknaan dan bagaimana manusia menggambarkan realitas
2. Pendekatan ini memandang komunikasi sebagai proses yang selalu berubah-ubah. Pendekatan konstruktivis memeriksa bagaimana pesan yang disampaikan oleh komunikator dan bagaimana pemaknaan pesan oleh komunikan.

Penulis berpendapat bahwa pendekatan konstruktivis merupakan pengamatan yang bersifat objektif untuk menggambarkan suatu peristiwa atau realitas yang sifatnya berubah-ubah.

Dalam buku Moh. Nazir metode penelitian Whitney mengemukakan, “Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat.” (Nazir, 2005: 54). Peneliti dalam hal ini menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan secara sistematis dan

akurat mengenai fakta-fakta, serta fenomena yang diteliti. Jalaludin Rachmat mengemukakan pendapat dalam bukunya mengenai penelitian deskriptif dimana penelitian deskriptif hanya memaparkan peristiwa saja dan tidak mencari dan tidak membuat hipotesis dan membuat prediksi.

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang bersifat deskriptif. Dimana peneliti menganalisis sebuah data dengan memanfaatkan teori sebagai bahan untuk pendukung penelitian dan menghasilkan hasil akhir dari penelitiannya adalah sebuah teori. Penelitian kualitatif bersifat subjektif, dimana peneliti menjelaskan dari sudut pandang subjek dimana hasilnya tidak bisa digeneralisasikan. Peneliti menggambarkan secara jelas hal-hal yang menjadi permasalahan di lapangan sesuai fakta yang didapatkan

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif. Jenis riset deskriptif ini bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan secara sistematis, aktual tentang fakta-fakta dari objek penelitian. Peneliti sudah memiliki kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual yang berupa landasan teori, peneliti melakukan operasional untuk menghasilkan variabel beserta indikatornya. Tujuan dari peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu untuk menjelaskan realitas yang terjadi (Kriyantono, 2014: 69).

Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui dan menjelaskan secara jelas strategi kreatif yang digunakan oleh program Mustang Morning Squad dalam mempertahankan eksistensinya.

Dalam sebuah stasiun radio, narasumber peneliti tentunya orang-orang yang berasal dari tim program yang

bersangkutan seperti, produser, penyiar, music director, library, dan anggota tim lainnya yang berhubungan dengan produksi program tersebut. Dalam penelitian ini peneliti memilih narasumber, Produser, Penyiar dan Public Relation Mustang Morning Squad.

1. Produser

Dilakukan untuk mengetahui strategi kreatif yang digunakan untuk program *Mustang Morning Squad* agar mampu bertahan dan bersaing dengan program radio lainnya

2. Penyiar

Dilakukan untuk mengetahui strategi kreatif apa yang dibentuk para penyiar untuk membawakan program *Mustang Morning Squad*. Peneliti mewawancarai dua orang penyiar.

3. Public Relation

Dilakukan untuk mengetahui kegiatan offair apa saja yang dilakukan *Mustang Morning Squad* dalam upaya mengembangkan programnya untuk bisa bertahan dalam menghadapi persaingan industri radio yang kian ketat.

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data secara primer dan sekunder, sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Bungin (2007: 111), wawancara mendalam adalah suatu proses tanya jawab dengan cara bertatap muka antara pewawancara dengan informan untuk mendapatkan keterangan atau data yang diinginkan. Pewawancara berperan sebagai pemimpin dalam proses wawancara, sedangkan informan adalah orang yang diperkirakan

memahami dan memiliki informasi dari data yang peneliti inginkan. Wawancara sendiri memiliki dua jenis yang dapat dilakukan dalam penelitian, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur, pewawancara menyiapkan daftar pertanyaan dan menanyakan sesuai dengan pertanyaan yang sudah disiapkan. Wawancara tidak terstruktur, pewawancara dan mereka yang diwawancarai berbicara dengan santai dan pertanyaan muncul ketika sedang dalam pembicaraan (Kountur, 2009: 186).

Sehubungan masih dalam masa Pandemi Covid19, peneliti melakukan wawancara online melalui Aplikasi Zoom dengan key informan dan informan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara mendalam kepada narasumber dengan jenis wawancara yaitu terstruktur. Peneliti menyiapkan daftar pernyataan dan kemudian mengembangkan pertanyaan tersebut sejalan dengan jawaban dari narasumber.

2. Observasi

Menurut Morissan (2008: 110), kegiatan observasi adalah kegiatan yang setiap saat kita lakukan. Dengan perlengkapan pancaindra yang kita miliki, kita sering mengamati objek-objek disekitar kita. Adapun syarat-syarat tertentu untuk dapat melakukan observasi, sebagai berikut: (Nazir, 1985: 234)

- a. Observasi digunakan dalam riset dan telah direncanakan secara sistematis.
- b. Observasi harus berkaitan dengan tujuan riset yang telah ditetapkan.
- c. Observasi yang dilakukan harus dicatat secara sistematis dan

dihubungkan dengan proposisi umum dan bukan dipaparkan sebagai suatu yang hanya menarik perhatian.

- d. Observasi dapat dicek dan dikontrol dengan validitas dan reliabilitasnya.

Sehubungan masih dalam masa Pandemi Covid19, peneliti melakukan observasi secara online.

Menurut Miles, Huberman dan Saldana (2014: 12-14) mengemukakan bahwa Teknik analisis data kualitatif ada tiga tahap, yaitu;

1. Kondensasi Data
Kondensasi data merupakan pemilihan, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstrakan, dan mentransformasikan hasil dari data yang diperoleh peneliti di lapangan. Kondensasi data diperoleh setelah peneliti melakukan wawancara.
2. Penyajian Data
Penyajian data artinya data yang sudah didapatkan dari hasil wawancara dirangkum dan dibuat menjadi table, grafis dengan format yang rapih sehingga mudah untuk dipahami. Kemudian hasil data tersebut dibuat dalam bentuk naratif.
3. Penarikan Kesimpulan
Kesimpulan artinya dari data yang sudah diperoleh, peneliti menarik kesimpulan dari hasil penelitiannya. Menurut Miles Huberman dan Saldana kesimpulan pada penelitian kualitatif dapat berubah apabila ditemukan bukti yang kuat untuk mendukung pengumpulan data selanjutnya.

Setelah semua data sudah terkumpul dan dianalisis, lalu data akan

diuji keabsahannya untuk membuktikan bahwa data tersebut valid. Menurut Pujileksono (2015: 144), triangulasi data merupakan pendekatan multi metode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Patton mengatakan triangulasi meliputi 4 hal yaitu:

1. Triangulasi Sumber Data, yaitu peneliti dalam mengumpulkan data harus menggunakan beragam sumber data yang berbeda.
2. Triangulasi Metode, yaitu cara peneliti menguji keabsahan data dengan mengumpulkan data sejenis tetapi dengan menggunakan Teknik atau metode pengumpulan data yang berbeda.
3. Triangulasi Antar-Peneliti, yaitu hasil penelitian baik data atau simpulan mengenai bagian tertentu atau keseluruhan bisa diuji validasinya dari beberapa peneliti.
4. Triangulasi Teori, yaitu dalam menguji keabsahan data menggunakan perspektif lebih dari satu teori yang berfungsi untuk membahas permasalahan-permasalahan yang dikaji, sehingga dapat dianalisis dan ditarik kesimpulan yang lebih utuh dan menyeluruh (Sutopo, 2002: 78)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber data yaitu menggali kebenaran data atau informasi melalui berbagai sumber data yang berbeda seperti dari wawancara dan sebagainya.

A. TEORI PETER PRINGLE

Penelitian ini menggunakan teori representasi, Peter Pringle (1991) mengemukakan terdapat tahapan dalam perencanaan program yaitu tahap

perencanaan, tahap produksi dan pembelian program, tahap eksekusi program dan tahap pengawasan program (Morissan, 2008: 273):

1. Perencanaan program

Dalam tahapan perencanaan program ini adalah penentuan format program serta konten apa yang ingin disajikan dan diberikan kepada pendengar. Serta dalam perencanaan ini tetap memperhatikan kebutuhan pendengarnya. Dalam tahap ini dituntut untuk berfikir kreatif dan inovatif agar terciptanya sebuah program yang menarik serta program yang mengetahui sejarahnya format programnya.

2. Produksi dan Pembelian Program

Media penyiaran memiliki tanggung jawab untuk memproduksi sendiri atau membeli program dari sumber lainnya. Produksi program dalam lembaga penyiaran terdapat department khusus. Departemen program bertanggung jawab terhadap waktu luang yang dimiliki media penyiar untuk diisi dengan program-program yang berkualitas. Orang yang bekerja didalam department program disebut program director. Tugas dari program director yaitu menciptakan atau menyuguhkan program-program yang dibutuhkan khalayak untuk disiarkan. Program yang berkualitas tentunya akan menarik banyak audien dan pengiklan. Maka dari itu tugas dari program director cukup berat karena harus memastikan program yang diproduksinya merupakan program yang laku dipasaran sehingga mendatangkan banyak pengiklan.

3. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan, melakukan koordinasi dalam menentukan jadwal penayangan dan berkonsultasi dengan bagian promosi untuk mempersiapkan promo bagi program yang bersangkutan. Sebelum eksekusi program, program director harus menentukan terlebih dahulu program yang dibuatnya memiliki segmentasi yang jelas sehingga mampu bersaing dalam industri siaran radio.

4. Pengawasan dan Evaluasi Program

Tahap ini merupakan cerniman seberapa jauh suatu rencana dan tujuan yang sudah dicapai oleh stasiun penyiar dan karyawan. Untuk hasil kerja program dapat diukur dengan rating. Pada tahap ini akan terlihat, apakah program yang diproduksi dengan berbagai macam strategi yang dibentuk berhasil atau tidak

B. Media Massa

Media merupakan wadah atau alat perantara. Media merupakan organisasi yang menyebarkan informasi berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Massa berasal dari kata mass yang berarti kelompok atau sekumpulan orang banyak. Media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, televisi. Dapat disimpulkan bahwa media massa adalah proses komunikasi massa atau pemberian informasi kepada orang banyak

dengan menggunakan media cetak, radio, dan televisi (Morissan, 2008:11).

C. Pemograman Siaran Radio

Program merupakan hasil yang disajikan media penyiaran untuk audiensnya. Program dapat diartikan sebagai bentuk barang atau layanan jasa yang dijual kepada audiens. Hal yang harus dilakukan oleh stasiun penyiaran yaitu menentukan format siarannya. Menurut Morissan (2008: 238), adapun klasifikasi radio berdasarkan jenis program, yaitu:

1. Berita Radio

Berita radio menyajikan informasi berupa fakta yang diolah dengan menggunakan kaidah jurnalistik. Bentuk penyiaran berita terdiri dari:

- a. Siaran langsung, Siaran langsung merupakan siaran yang memberikan informasi atau fakta yang diperoleh dari lapangan tanpa adanya proses pengolahan yang panjang. Siaran tunda
- b. Siaran tunda, merupakan siaran yang memberikan informasi atau fakta dari lapangan namun data tersebut diolah terlebih dahulu sebelum disiarkan.

2. Perbincangan atau Talkshow

Perbincangan atau Talkshow merupakan program yang dipandu atau dipimpin oleh seorang pemandu acara (host) untuk mendalami informasi dari satu atau lebih narasumber. Bentuk penyajian program talk show biasanya adalah:

- a. One-on-one-show, pemandu acara dengan narasumber berada didalam satu studio yang sama dengan dua sisi mikrofon yang terpisah

untuk membahas topik yang sudah ditentukan

- b. Panel discussion, dihadiri oleh beberapa narasumber dan pemandu acara berperan sebagai moderator
- c. Call in show, yaitu menghubungi seorang narasumber melalui saluran telepon, untuk membahas topik yang sudah diberitahukan terlebih dahulu

3. Info Hiburan

Info hiburan menyajikan kepada audiens informasi yang bersifat menghibur. Terdapat tiga sajian info hiburan yang populer, yaitu:

- a. Info-entertainment, menyampaikan informasi-informasi dari dunia hiburan dengan diselingi pemalaran lagu
- b. Infotainment,
- c. menyampaikan informasi-informasi, promosi dari dunia hiburan dengan menyesuaikan musik yang diputar
- d. Information dan entertainment, Menyampaikan informasi-informasi terkini dilengkapi dengan

D. Pemograman Siaran Radio

Stasiun radio sebagai media penyiaran harus mampu menciptakan sebuah program yang berkualitas agar mampu menarik banyak pendengar. Dalam sebuah program radio, semakin banyak pendengar maka akan meningkatkan rating program tersebut. Bagian program sangat menentukan pendapatan serta prospek dari sebuah media penyiaran. Semakin berkualitas program yang diciptakan maka akan semakin

banyak menarik pendengar dan jika program siaran memiliki karakteristik sesuai dengan kebutuhan pemasang iklan maka media penyiaran yang bersangkutan akan mendapatkan keuntungan dari pemasang iklan tersebut.

Bagian pemograman memiliki beberapa tugas yaitu merencanakan program, memilih dan kemudian menyusun program siarannya. Tugas bagian penyiaran ini artinya menyiapkan konsep yang akan disiarkan atau dibagikan kepada pendengarnya.

E. Eksistensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), eksistensi diartikan sebagai suatu keberadaan yang mengandung unsur keberlanjutan. Eksistensi tidak bersifat dinamis, sehingga eksistensi mampu berkembang dan tidak bersifat kaku dan berhenti. Eksistensi mampu berkembang mundur atau maju sesuai dengan kemampuan mengaktualisasikan.

Terdapat beberapa pendapat mengenai pengertian eksistensi. Menurut Sjafirah dan Prasanti (2016:3-4), eksistensi diartikan sebagai sebuah keberadaan. Eksistensi tergantung dari adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya diri kita. Untuk membuktikan eksistensinya, seseorang harus bisa membuktikannya berdasarkan hasil dari apa yang telah dikerjakan. Dengan adanya hasil maka eksistensi akan semakin penting.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelumnya penulis telah memaparkan hasil dari penelitian yang dilakukan melalui metode wawancara secara online oleh beberapa informan. Dari hasil penelitian, peneliti

mendapatkan bahwa Radio Mustang menciptakan sebuah program unggulan yang bernama Mustang Morning Squad. Dalam perencanaan programnya Mustang Morning Squad menggunakan beberapa strategi yang bertujuan untuk mempertahankan eksistensinya. Maka dari itu radio Mustang dalam program Mustang Morning Squad merancang strategi untuk mencapai target dalam pemasaran program, maupun menarik pendengar. Pemilihan strategi kreatif dalam program tentunya sangat penting bagi keberlangsungan program tersebut. Semakin tepat strategi yang dipilih maka akan membawa banyak keuntungan bagi pihak radio dan membuat program tersebut lama di udara. Dalam hal ini, peneliti ingin menjelaskan lebih dalam lagi dari strategi kreatif program Mustang Morning Squad dalam mempertahankan eksistensinya:

1. Tahap Perencanaan Program

Dalam tahap perencanaan Program Mustang Morning Squad dibentuk berdasarkan hasil dari survey yang dilakukan oleh radio Mustang. Survey ini tidak hanya dilakukan oleh radio Mustang sendiri, namun juga menggunakan lembaga luar yaitu Neilson's. Hasil dari survey menyatakan bahwa pendengar yang mendengarkan radio Mustang merupakan usia 15 tahun sampai 25 tahun. Selanjutnya radio Mustang membuat sebuah program yang bernama Mustang Morning Squad yang dirancang untuk pendengar usia 15-25 tahun. Program Mustang Morning Squad disesuaikan dengan segmentasi radio Mustang. Sebagai radio yang mengusung format Contemporary Hits Radio dengan membawakan musik 90%

western 10% Indonesia menandakan bahwa radio Mustang dalam pembawaan penyiar juga lebih banyak menggunakan bahasa Inggris dibandingkan bahasa Indonesia. Namun sebagai program unggulan, Mustang Morning Squad membuat konsep lebih Indonesia dibandingkan dengan program siaran yang lain. Hal ini dilakukan untuk bisa lebih dekat dengan pendengarnya. Seperti janji yang diberikan radio Mustang, yaitu radio yang paling mengerti “kids jaman now”. Melalui program Mustang Morning Squad diharapkan mampu memperluas jaringan pendengarnya dengan tidak membatasi dengan bahasa Inggris. Terdapat strategi kreatif yang dibentuk dalam tahap perencanaan:

Dalam tahap perencanaan program “Mustang Morning Squad”, radio Mustang memiliki ciri khas sendiri mengenai penamaan programnya. Penamaan program Mustang Morning Squad digunakan untuk memperkuat identitas program. Dimana pada kata pertama program tersebut adalah nama dari radionya itu sendiri yaitu “Mustang”. Kata kedua “Morning” menjelaskan bahwa program Mustang Morning Squad merupakan program unggulan yang disiarkan pada pagi hari. Maksud dari kata terakhir “Squad” menggambarkan banyaknya jumlah penyiar sehingga membentuk sebuah kelompok kecil, penyiar tersebut berjumlah tiga orang. Pemilihan nama program ini dimaksudkan untuk memperkuat identitas program, sehingga pendengar akan lebih

familiar dan paham bawah program Mustang Morning Squad merupakan program unggulan dari radio Mustang yang siaran pada waktu pagi hari untuk menemani dan memberikan informasi kepada pendengar radio Mustang FM yang akan dibawakan oleh tiga orang penyiar.

Uniknya program ini memiliki konsep dimana siarannya diisi oleh tiga orang penyiar. Ketiga penyiar tersebut merupakan sebuah konsep yang dibuat untuk menjadi ciri khas dari stasiun radio yang berada di bawah naungan Mahaka Radio Integra. Pemilihan tiga orang penyiar ini dipercaya mampu memberikan efek yang signifikan dalam penambahan jumlah pendengar. Namun konsep ini hanya berlaku pada program unggulan saja. Ketiga penyiar tersebut adalah Adhi, Ibel dan Pila. Adhi adalah seorang laki-laki berusia 30 tahun yang sangat fashionable. Adhi merupakan salah satu dari Brand Ambassador Puma. Tidak hanya itu Adhi juga aktif di Instagramnya untuk berbagi tips menarik seputar dunia fashion. Adhi merupakan salah satu penggemar berat musisi Rihanna. Dengan ketertarikan dalam dunia fashion membuat Adhi memiliki banyak pengikut di akun Instagram @adhrrf, yaitu sebanyak 11,9 ribu pengikut. Ibel merupakan seorang rapper Indonesia berusia 34 tahun. Ibel memiliki ketertarikan terhadap tato. Hal ini juga yang membuat Ibel memiliki ciri khas yang kuat dalam program Mustang Morning Squad. Ibel juga memiliki banyak pengikut di Instagram pribadinya

@fajar_ibel sebanyak 5.942 pengikut. Penyiar yang ketiga adalah Pila. Pila merupakan seorang vokalis dari band bernama Northtoeast. Sebagai seorang musisi ini membuat Pila memiliki karakter yang kuat dalam siarannya. Pila menjadi penyiar pada usia 23 tahun, dan mendapat siaran pertamanya di program Mustang Morning Squad. Pila juga memiliki banyak pengikut di Instagram pribadinya @pnvl sebanyak 6.881 pengikut.

Pemilihan penyiar dalam program Mustang Morning Squad merupakan sebuah konsep yang diciptakan untuk memperluas jaringan pendengarnya. Bisa dilihat dari jarak usianya. Penyiar Adhi berusia 30 tahun, Ibel 34 tahun dan Pila 25 tahun. Perbedaan jarak ini akan membuat siaran program Mustang Morning Squad menjadi lebih kaya informasi dan menarik.

Perbedaan latar belakang dari penyiarnya masing-masing juga membuat siaran Mustang Morning Squad lebih unik. Ketiga perbedaan latar belakang dari penyiar Mustang Morning Squad merupakan segmentasi yang memang dimiliki oleh radio Mustang itu sendiri. Sebagai radio anak muda tentunya Mustang harus mampu menciptakan sebuah program yang membahas dan memberikan informasi yang berhubungan dengan kehidupan anak muda sekarang. Adhi akan berperan besar dalam membahas mengenai fashion, Ibel berperan besar dalam pergaulan anak muda Jakarta, dan Pila akan berperan besar

dalam dunia musik. Pemilihan penyiar program Mustang Morning Squad merupakan sebuah konsep yang sengaja dibuat untuk memperluas jaringan pendengar, sehingga program ini mampu menjangkau banyak kalangan dari pecinta fashion, rapper, pecinta tato, musisi dan anak muda itu sendiri. Pemilihan penyiar yang sudah besar di platformnya juga menjadi konsep dalam mendukung perkembangan program Mustang Morning Squad. Tidak bisa pungkiri bahwa yang menjadi kekuatan utama dalam menarik pendengar adalah penyiar itu sendiri. Maka dari itu program Mustang Morning Squad selain memilih penyiar yang cocok dengan ciri khas radio Mustang namun juga melihat seberapa berpengaruh orang tersebut di dunia maya.

2. Tahap Produksi dan Pembelian Program

Dalam tahap produksi program Mustang Morning Squad mengimplementasikan kreatif konten dan kreatif penyiar. Program Mustang Morning Squad merupakan program yang sangat mengutamakan konten. Konten menjadi raja dalam siaran program pagi ini. Dalam hal konten, program Mustang Morning Squad membuat sebuah strategi agar kontennya mampu mengenai target dari segmentasi program. Target utama dari program ini adalah anak muda. Maka dari itu konten yang dibuat merupakan hal-hal yang berdekatan dengan kehidupan anak muda sekarang. Sebagai radio yang memberikan janji kepada pendengar sebagai radio

yang mengerti kids jaman now ini menjadi alasan mengapa konten-konten yang dibuat sangat berkaitan dengan anak muda.

Dalam hal ini lagu yang dibawakan program Mustang Morning Squad adalah lagu top chart dunia dan beberapa lagu Indonesia.

Peneliti menyimpulkan bahwa banyaknya musik western atau Barat yang diputar di program Mustang Morning Squad dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pendengar, yang dimana pada hakikatnya anak muda memiliki ketertarikan yang besar terhadap dunia barat. Sehingga musik Indonesia menjadi pelengkap bagi pendengar.

Gaya Siaran, Jika mendengar kata radio maka yang terlintas dipikiran adalah seorang penyiar. Penyiar merupakan ujung tombak dari sebuah siaran radio yang bertugas menyampaikan pesan dan informasi kepada pendengarnya. Penyiar menggunakan teknik kualitas suara serta teknik theatre of mind untuk menggambarkan isi pesan agar pendengar mampu menerima dan merasakan imajinasi penyiar. Sebagai seorang penyiar memiliki air personality yang kuat akan memudahkan pendengar untuk lebih dekat dengan penyiarnya, seperti halnya sifat radio yang personal. Untuk dapat menjadi penyiar yang baik ada beberapa syarat yang harus dipenuhi seorang penyiar. Memiliki kualitas vokal yang baik. Baik buruknya seorang penyiar tentu tergantung terhadap penilaian dari pendengarnya itu sendiri. Maka dari itu radio Mustang berhati-hati dalam memilih

penyiar. Penyiar harus disesuaikan dengan segmentasi radionya dan dalam pemilihannya harus diperhatikan apakah suaranya sesuai dan cocok dengan yang mendengarkan radio Mustang. Seperti halnya penyiar program Mustang Morning Squad harus bisa seimbang dengan pendengarnya yang merupakan anak muda. Maka penyiar yang dipilih merupakan penyiar yang memiliki karakter suara anak muda.

Tentunya sebagai penyiar program Mustang Morning Squad harus bisa menyapa serta menggunakan bahasa gaul yang biasa digunakan anak muda agar bisa berinteraksi dengan baik dengan pendengarnya. Seperti contohnya menggunakan candaan maupun kata-kata goyongan anak muda. Hal ini akan membuat pendengar merasa lebih dekat dengan penyiar dan sebaliknya, penyiar juga akan merasa menyatu dengan pendengarnya. Dalam siarannya program director harus mampu memilih penyiar yang memiliki karakter yang mirip dengan segmentasi programnya. Seorang penyiar harus mampu mengoptimalkan karakteristik suaranya untuk bisa sesuai dengan perencanaan program yang diharapkan dan sesuai dengan segmentasi pendengar. kualitas suara dari seorang penyiar tentunya sangat berpengaruh terhadap kepuasan pendengar yang berbanding lurus dengan rating dari sebuah program siaran. Maka dari itu sebagai ujung dari tombak sebuah siaran, karakteristik suara

penyiar sangat penting untuk dipertimbangkan.

Penyiar program Mustang Morning Squad harus mampu melakukan 'adlibbing' dan 'script reading' dengan baik. Seorang penyiar dirancang untuk bisa menghadapi segala kondisi pada saat siaran berlangsung. Penyiar harus melatih spontanitasnya baik pada saat on air maupun off air. Sebagai seorang penyiar tentunya melakukan latihan-latihan sebelum siaran menjadi hal yang wajib untuk dilakukan. Pada on air ataupun off air seorang penyiar harus mampu menghadapi hal-hal yang mungkin tidak terduga. Untuk mengatasinya, seorang penyiar harus mengasah wawasannya dan terus belajar dan membuka pikirannya untuk menerima hal-hal baru agar memudahkannya untuk menganalisis dan mengatasi kondisi tertentu.

Seorang penyiar di program Mustang Morning Squad tentunya memiliki kewajiban dalam memperluas wawasannya terhadap kehidupan anak muda sekarang ini. Maka dari itu program Mustang Morning Squad memiliki tiga orang penyiar yang bertujuan untuk memperluas informasi untuk bisa menjangkau lebih luas pendengarnya.

Bahasa, dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa bahasa yang digunakan penyiar pada saat siaran merupakan bahasa anak muda. Dimana penyiar menggunakan kata-kata yang biasa anak muda gunakan. Selain itu penyiar program Mustang Morning Squad juga menggunakan candaan yang

sedang digunakan anak muda saat berbicara dengan teman-temannya. Hal ini menjadikan penyiar program Mustang Morning Squad harus up to date dalam perkembangan bahasa anak muda. Dalam penelitian ini, peneliti meneukan bahwa penyiar program Mustang Morning Squad sangat memanfaatkan media sosial sebagai ladang atau tempat mencari ilmu, dimana dalam media sosial anak muda lebih suka mengekspresikan dirinya. Dari sosial media itulah yang menjadi sumber dari pengetahuan penyiar terhadap perkembangan kehidupan anak muda. Sapaan pendengar merupakan sebuah panggilan kepada pendengar yang sengaja stasiun radio ciptakan untuk membentuk ikatan yang lebih intim. Hal ini juga dilakukan pada program unggulan radio Mustang. Mustang Morning Squad memiliki sapaan untuk pendengarnya, yaitu Mustang Geng. Geng merupakan gabungan dari beberapa orang yang memiliki frekuensi yang sama sehingga membentuk sebuah kelompok. Sapaan Geng ini dalam program Mustang Morning Squad selalu dipakai penyiar untuk menyapa dan berinteraksi dengan pendengarnya.

3. Tahap Eksekusi Program

Untuk dapat mengenalkan program Mustang Morning Squad maka diperlukan koordinasi untuk mempersiapkan promosi yang pas untuk memperkenalkan program Mustang Morning Squad kepada audiens yang. Adapun startegi kreatif yang

dibentuk dalam mempromosikan program yaitu kreatif promosi. Keberhasilan sebuah program siaran tidak terlepas dari keterlibatan tim PR dalam memasarkan programnya. Dalam hal ini tim PR Mustang melakukan berbagai rangkaian program yang dibuat untuk memperkenalkan program radio Mustang kepada khalayak luas. Program Mustang Morning Squad sebagai program unggulan dari radio Mustang menjadi image yang ditonjolkan dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh tim PR Mustang. Peneliti menemukan terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan tim PR dalam hal memasarkan dan memperkenalkan radio Mustang yaitu kolaborasi bersama partner. Hal yang dilakukan oleh tim PR adalah berkolaborasi bersama beberapa partner. Ini merupakan langkah awal yang dilakukan tim PR dalam memperkenalkan radio Mustang, dan menjadikan program Mustang Morning Squad sebagai image dari kegiatan PR. Tim PR melakukan beberapa kolaborasi yaitu:

- School to school

Tim PR Mustang berkolaborasi dengan sekolah-sekolah SMA di Jakarta. Tujuannya untuk mendapatkan pendengar dari kalangan anak sekolah. Dimana anak sekolah merupakan target dari segmentasi radio Mustang. Adapun kegiatan yang dilakukan dalam berpartnership dengan sekolah sekolah adalah, mengadakan acara dan memberikan

edukasi seperti radio, public speaking, tentang MC, dan memperkenalkan radio Mustang itu sendiri. Dalam kegiatan ini tim PR juga memiliki KPI yaitu meminta 100 sampai 200 anak yang bersekolah di sekolah tersebut untuk memfollow akun Instagram @mustang88fm.

Kegiatan school to school diadakan sebanyak tiga kali dalam seminggu. Pada masa pandemic ini kegiatan school to school dirubah menjadi event virtual. Dengan mengakuisisi pendengaran dengan cara seperti ini peneliti melihat bahwa kenaikan akun Instagram @mustang88fm sangat meningkat pesat setelah mengadakan kegiatan school to school.

- Promotor Event

Sebagai radio anak muda tentunya pembahasan dalam siaran radio Mustang yaitu berkisaran dunia anak muda. Maka tim PR radio Mustang bekerja sama dengan promotor Event musik We The Fest untuk saling mensupport satu sama lainnya. Radio Mustang bekerja sama dengan We The Fest dan memberikan support berupa MC dari penyiar program Mustang Morning Squad. Tentunya event music

besar seperti ini merupakan tempat yang tepat bagi radio Mustang dalam mempromosikan radionya. Dilihat dari segmentasinya segmentasi pengunjung yang hadir dalam event tersebut sama dengan segmentasi radio Mustang. Menurut peneliti hal ini merupakan strategi tim PR yang tepat karena mampu menjangkau banyak pendengar dalam satu event.

- Pemasangan Iklan

Dalam hal ini tim PR memasang iklan berupa billboard yang ada di Jakarta. Image yang ditampilkan dalam iklan tersebut adalah program Mustang Morning Squad. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan lebih dekat program unggulan dari radio mustang. Selain itu tim PR Mustang memasang image program Mustang Morning Squad di transportasi umum seperti kereta api dan MRT.

- Media dalam Siaran

Dalam program Mustang Morning Squad terdapat beberapa media baru yang digunakan untuk mempermudah pendengar berinteraksi dengan penyiarinya. Selain itu media baru ini digunakan untuk mengikutsertakan pendengar dalam

kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh program Mustang Morning Squad.

4. Pengawasan dan Evaluasi Program

Pada tahapan ini produser Mustang Morning Squad melakukan pengawasan dengan menemani proses siaran distudio. Selain itu juga program Mustang Morning Squad memiliki KPI dari keberhasilan programnya. Yaitu dengan melihat perkembangan dari pengikut Radio Mustang di akun Instagram @mustang88fm. Program Mustang Morning Squad menilai keberhasilan dari programnya dengan melihat berapa media yang membahas program Mustang Morning Squad.

Evaluasi program juga dilakukan oleh produser program Mustang Morning Squad. Evaluasi yang dilakukan yang terjalain harian, mingguan, bulanan, dan tahunan. Evaluasi harian yang dilakukan yaitu membahas performer penyiar dan kebenaran dari materi yang disampaikan. Evaluasi mingguan digunakan untuk membahas mengenai materi yang sudah dibawakan dan materi yang akan dibawakan minggu depan. Evaluasi bulanan program Mustang Morning Squad dilakukan Bersama dengan semua tim yang bertugas dalam program dengan program Radio Mustang lainnya. Evaluasi tahunan dilakukan bersama dengan radio lain yang masih berada dibawah naungan MARI Group.

IV. SIMPULAN

A. Simpulan

Setelah membaca dan mempelajari data yang peneliti peroleh, maka peneliti akan menjawab rumusan permasalahan yaitu, bagaimana Strategi Kreatif Program Mustang Morning Squad dalam Mempertahankan

Eksistensinya. Peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

Dalam perencanaan Program Mustang Morning Squad melakukan beberapa tahapan agar program yang diproduksi mampu mempertahankan eksistensinya. Penyusunan program melalukan rangkaian survey yang dilakukan oleh radio Mustang sendiri dan dengan bantuan lembaga luar yaitu Neilson's. Dalam perencanaan programnya radio Mustang disetujui oleh seorang program director. Terdapat startegi kreatif yang dibentuk pada perencanaan Program Mustang Morning Squad:

- a) Startegi kreatif rencangan konsep program Mustang Morning Squad
- b) Startegi kreatif rencangan konten program Mustang Morning Squad
- c) Startegi kreatif rencangan penyiar program Mustang Morning Squad
- d) Startegi kreatif rencangan promosi program Mustang Morning Squad

Peneliti menyimpulkan bahwa untuk membuat sebuah program radio agar mampu bersaing di industri radio yang tekat ini tentunya dibutuhkan kerjasama yang dilakukan orang-orang yang bekerja pada stasiun radio tersebut. Beberapa startegi diatas saling bersinergis untuk mencapai tujuan bersama yaitu program Mustang Morning Squad dapat bersaing dengan industri radio yang lain

B. Saran

Berdasarkan simpulan diatas, berikut adalah saran yang dapat peneliti berikan:

- Saran Teoritis,
 1. Lebih menggali strategi kreatif yang digunakan program Mustang Morning Squad

2. Perbanyak narasumber agar data yang dimiliki lebih banyak lagi

- Saran Praktis
 1. Peka terhadap perkembangan dari pendengarnya
 2. Selalu membuat strategi-strategi baru yang cocok dengan target programnya

DAFTAR RUJUKAN

- Agus Salim. (2001). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara wacana.
- Bungin, Burhan. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Cangara, Hafied. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Effendy. (2003). *Onong Uchjana. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Kountur, Ronny. (2009). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Thesis*. Jakarta: PPM.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta : Kencana
- Mufid, M. (2005). *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta, Indonesia: Kencana Prenadamedia Group.
- Nazir, Moh. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: IntrnsPublishing.

- Rachmat, K. (2006). *Teknik Praktis Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Rakhmat, Jalaludin. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Rahayu & Katili. (2019). Strategi Kreatif Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Unismabekasi*, Volume 4, No. 1, Maret.
- Sari & Utami. (2020). Strategi Pengelolaan Produksi Siaran 'DJ Show' Radio Prambors Makassar Di Era Media Konvergensi. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, Volume 5, No. 3, Juli hlm 201-212.
- Amelia & Dilla & Syahartijan. (2021). Eksistensi Progrma Radio Lokal The Radio FM Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Kota Kediri. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, Volume 6, No. 3, Juni, hlm 289-298.
- Nasution. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss FM Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi*, Volume 2, No. 2, Juli, hlm 167-178.
- Murtiadi. (2019). Strategi Kreatif Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Mission X Trans TV. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, Volume 6, No. 1, April.