

# Strategi Kreatif Program Ngaca Bareng Yosi untuk Meregenerasi Audiens di Programa 4 Radio Republik Indonesia

Nadiva Kissi Ananda<sup>1)</sup>, Nani Kurniasari<sup>2)</sup>

Ilmu Komunikasi, Fakultas Industri Kreatif, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis  
Jalan Pulomas Selatan Kav.22 Jakarta 132101

<sup>1)</sup>Email: nadivakissananda@gmail.com

<sup>2)</sup>Email: nani.kurniasari@kalbis.ac.id

**Abstract:** A radio broadcast program has a unique creative strategy, has an impact on its audience, and has a novelty nature. Radio broadcasting strategies place the listener as the subject and the participants involved to be able to attract the sympathy and involvement of the audience. The purpose of this research is to find out the creative strategy carried out in the Ngaca program with Yosi to regenerate its audience at RRI. This study uses a constructivism paradigm with a descriptive qualitative approach. Creative strategy as a concept. In-depth interviews with selected informants were used to collect data. Source triangulation is used in the validity of this research data. The results of this study explain the creative strategies used in the Ngaca Bareng Yosi program, which are generic from the program itself, preemptive by promoting cultural education, unique selling where broadcasters and music are the strategies, brand image by not changing the inherent Indonesian image.

**Keywords:** creative strategy, ngaca bareng yosi, regenerated audience, rri

**Abstrak:** Suatu program siaran radio memiliki strategi kreatif yang unik, berdampak bagi audiensnya, dan memiliki sifat kebaruan. Strategi penyiaran radio menempatkan pendengarnya sebagai subjek dan peserta yang terlibat untuk dapat menarik simpati dan keterlibatan audiensnya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi kreatif yang dilakukan dalam program Ngaca bareng Yosi untuk meregenerasi audiensnya di RRI. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Strategi kreatif sebagai konsep. Teknik wawancara mendalam kepada informan terpilih digunakan untuk mengumpulkan data. Triangulasi sumber digunakan dalam keabsahan data penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menjelaskan strategi kreatif yang digunakan dalam program Ngaca Bareng Yosi yaitu generik dari program itu sendiri, preemptive dengan mengedepankan edukasi berbudaya, unique selling dimana penyiar dan musik yang menjadi strateginya, brand image yaitu dengan tidak mengubah image ke-Indonesiaan yang melekat.

**Kata Kunci:** ngaca bareng yosi, regenerasi audiens, rri, strategi kreatif

## I. PENDAHULUAN

Saat ini radio merupakan salah satu sumber informasi yang semakin diminati oleh masyarakat, khususnya masyarakat dengan kalangan usia muda. Berbeda dengan radio swasta, Radio Republik Indonesia yang merupakan radio tertua di Indonesia saat ini kurang diminati oleh masyarakat dengan kalangan usia yang lebih muda. Dilihat dari rerata usia pendengar, sebagian

besar pendengarnya adalah masyarakat berusia tua, padahal, budaya sebagai praktik hidup sehari-hari, tidak hanya dimiliki oleh orang tua saja tetapi seharusnya juga dimiliki oleh remaja maupun anak-anak. Hal ini menjadi suatu permasalahan yang dihadapi RRI dan menjadi tantangan tersendiri untuk RRI sehingga dibutuhkan strategi untuk menarik audiens baru dengan kalangan usia yang lebih muda.

Strategi kreatif saat ini sangat diperlukan untuk mencapai tujuan dari radio itu sendiri, khususnya RRI yang bertujuan meregenerasi pendengarnya. Hal ini membuat tim kreatif dari radio tersebut membuat dan mengembangkan program dengan konsep yang lebih baru dan modern agar dapat menarik audiens dari semua kalangan usia, sehingga tidak hanya orang tua, tetapi para remaja masa kini juga tertarik untuk mengetahui informasi yang lebih *up to date* di RRI, melalui program Ngaca Bareng Yosi dengan tujuan dapat meregenerasi audiensnya. Strategi kreatif dapat dikatakan berhasil apabila tujuan dari radio atau program itu sendiri sudah tercapai, hal ini menjadi menarik untuk diteliti, bagaimana strategi kreatif yang digunakan oleh tim program Ngaca Bareng Yosi untuk meregenerasi audiensnya.

Program siaran merupakan salah satu hal yang terpenting di dalam lembaga penyiaran radio, bagaimana tim menyusun strategi kreatif pada program radio tersebut agar dapat menarik audiens dari semua kalangan, konten atau isi program siaran harus *up to date* atau mengikuti perkembangan yang sedang terjadi di kalangan masyarakat, sama halnya seperti RRI dalam program Ngaca Bareng Yosi. Program Ngaca Bareng Yosi masuk kedalam bagian dari program 4 RRI, yaitu program yang berbasis budaya, dimana program 4 lebih fokus membahas tentang instrumen masyarakat dalam mengembangkan kualitas keadaban dan kebudayaan manusia. Pro 4 yang memiliki *tagline* “Ensiklopedi budaya ke-Indonesiaan” berarti bahwa siaran budaya ini mencerminkan praktik dan pengetahuan mengenai budaya yang terikat erat dengan Indonesia, yang disiarkan berdasarkan topik atau unsur budaya tertentu sebagai sumber belajar terhadap kebudayaan Indonesia sehingga program yang peneliti angkat tetap berhubungan dengan kebudayaan.

Program Ngaca Bareng Yosi mengangkat topik dari budaya berkaca diri, dimana permasalahan yang terjadi atau keresahan yang dialami di lingkungan masyarakat itu sendiri yang menjadi suatu topik menarik dalam program ini. Program Ngaca Bareng Yosi di program 4 RRI mengudara setiap hari Kamis pukul 15.00 hingga 17.00 WIB, dibawakan oleh dua orang penyiar yang merupakan seorang *public figure* yaitu Yosi Mokalu dan Soni Amho. Program Ngaca Bareng Yosi tidak hanya memberikan informasi tetapi juga menghadirkan beberapa narasumber terpercaya yang merupakan pakar dari topik yang dibawakan di setiap episodenya untuk berdiskusi, menjawab pertanyaan, hingga mengkonfirmasi informasi yang diberikan oleh tim program Ngaca Bareng Yosi. Program ini juga memutar musik-musik daerah sesuai dengan program 4 yaitu ensiklopedi kebudayaan.

Program ini membahas tentang bagaimana budaya berkaca pada diri sendiri, mengajarkan masyarakat agar tidak saling menyalakan, melainkan berintrospeksi terlebih dahulu tentang apa yang diperbuat dalam kehidupan bermasyarakat. Program ini dibuat dengan tujuan untuk mengingatkan bahwa permasalahan yang ada di negeri ini bukan hanya salah satu atau dua orang, melainkan ada kesalahan pada diri sendiri yang tidak disadari. Topik yang diangkat juga selalu dekat dengan kehidupan bermasyarakat sehingga mudah diterima oleh pendengarnya, program Ngaca Bareng Yosi memiliki topik yang kuat dan serius tetapi dikemas secara menarik dan ringan.

RRI merupakan radio nasional tertua yang dapat didengar di seluruh Indonesia, dulunya RRI hanya berisi berita-berita pada umumnya yang terjadi di Indonesia, namun seiring dengan perkembangan media saat ini RRI mulai mengikuti perkembangan dengan

mengembangkan program yang ada sesuai dengan programnya masing-masing. Dengan memanfaatkan jangkauan luas sehingga akan lebih mudah untuk RRI mendapatkan audiens dari seluruh pelosok Indonesia.

Radio adalah media penyiaran yang menggunakan gelombang elektromagnetik yang menyebar melalui ruang pada kecepatan cahaya dengan sinyal frekuensi. Perkembangan radio di Indonesia diawali dengan berdirinya RRI pada tanggal 11 September 1945, sebagai radio pemerintahan yang bertujuan untuk menyuarakan informasi dari pemerintah agar mudah tersebar ke seluruh negeri. Radio memiliki kekuatan besar sehingga banyak khalayak yang masih mendengarkan radio, khalayak dapat dengan mudah mendengarkan radio di manapun berada karena jangkauannya yang luas terutama RRI yang memang radio nasional sehingga dapat didengarkan di bagian Indonesia mana pun. Tetapi RRI mengalami penurunan pendengar karena banyaknya radio swasta yang muncul dengan program yang lebih *fresh* sehingga orang-orang kreatif RRI juga melakukan pembaruan program untuk menarik kembali para pendengarnya.

Radio termasuk komunikasi massa yaitu studi ilmiah tentang media massa di mana adanya komunikator dan komunikan serta isi pesan yang nantinya akan diterima dan memiliki efek atau pengaruh terhadap penerima pesan tersebut, media massa adalah alat komunikasi yang dapat menyebarluaskan informasi dengan sangat cepat dan luas dengan tujuan menginformasikan, menghibur, memengaruhi, dan transmisi budaya seperti halnya radio. Media massa elektronik yang paling tua yang hingga saat ini masih memiliki audiens dikarenakan tidak semua daerah di Indonesia mendapatkan sinyal untuk mengakses informasi melalui Internet, sehingga informasi yang bisa didapat

juga sangat kurang. Masyarakat masih mendengarkan radio yang dapat diakses di seluruh pelosok Indonesia yaitu RRI untuk mendapatkan informasi terkini.

RRI merupakan satu-satunya lembaga penyiaran yang menyandang nama negara yang siarannya untuk kepentingan bangsa dan negara. RRI merupakan sebuah lembaga penyiaran publik yang bersifat independen, netral, dan tidak komersial. RRI berfungsi untuk memberikan pelayanan siaran yang berisi informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, dan sebagai kontrol sosial. Radio secara umum hari ini tidak cukup melakukan promosi hanya dengan beriklan di radio itu sendiri, sehingga radio melakukan promosi programnya melalui media elektronik seperti Twitter dan Instagram, di mana masyarakat saat ini lebih sering mencari informasi-informasi menarik tentang program yang baik serta tepat untuk ditonton dan didengarkan melalui media sosial.

Radio juga semakin maju, saat ini beberapa radio tidak hanya dapat didengarkan tetapi dapat disaksikan secara visual melalui berbagai macam cara, seperti *streaming* melalui website resmi, aplikasi gratis, dan melalui TV berlangganan. Terkadang beberapa radio juga mengunggah hasil rekaman siarannya, baik audio saja maupun audio-visual di Youtube untuk disaksikan atau didengar apabila audiens ingin mencari informasi yang belum sempat mereka simak.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang program Ngaca Bareng Yosi untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan dalam program ini untuk meregenerasi pendengarnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti mengambil judul “Strategi Kreatif Program Ngaca Bareng Yosi untuk meregenerasi pendengarnya di Program 4 Radio Republik Indonesia”.

## II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan cara berpikir induktif, yaitu cara berpikir yang berangkat dari hal-hal khusus menuju hal-hal umum, proses penelitian ini melibatkan upaya-upaya penting seperti mengajukan pertanyaan dan prosedur. Menurut Creswell (2010: 20), pendekatan kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, mengembangkan teori, dan memastikan kebenaran data. Maka dari itu peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengetahui, menjelaskan fenomena, dan memecahkan masalah dengan teknik yang digunakan karena dengan metode kualitatif peneliti dapat mendapat jawaban bagaimana cara pandang objek yang diteliti secara mendalam, dan mengetahui dengan jelas bagaimana strategi yang digunakan dalam program Ngaca Bareng Yosi.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif untuk menjabarkan secara detail baik itu analisis dari data yang didapatkan dari informan sehingga pembaca ataupun orang lain yang ingin meneliti lebih lanjut sudah paham apa yang ingin peneliti sebelumnya sampaikan. Peneliti akan menjabarkan hasil data yang didapatkan secara ... untuk memecahkan permasalahan. Di mana data yang diperoleh dari para informan akan dijabarkan secara detail agar peneliti dapat menarik kesimpulan atau verifikasi untuk memecahkan permasalahan yang diangkat. Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan yang dapat diamati.

Jenis penelitian deskriptif - bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah aktual yang dihadapi dan bertujuan untuk mengumpulkan data

atau informasi untuk disusun, dijelaskan dan dianalisis (Pujileksono, 2015: 20-21). Menurut Wibowo (2011: 43) jenis deskriptif adalah penggambaran secara kualitatif fakta, data atau objek material berupa ungkapan bahasa atau wacana.

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif agar jawaban atau data yang didapatkan langsung dari informan dapat dijabarkan secara detail untuk mempermudah pembaca ataupun orang lain untuk memahami apa yang ingin peneliti sampaikan pada penelitian yang berjudul strategi kreatif program Ngaca Bareng Yosi ini. Pembaca dapat dengan mudah mengetahui strategi yang digunakan oleh RRI dalam salah satu program unggulannya.

## III. PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang didapatkan oleh peneliti mengenai strategi kreatif yang dilakukan dalam program Ngaca Bareng Yosi untuk meregenerasi pendengar, peneliti akan menghubungkan data sebagai acuan dengan model yang peneliti gunakan. Pada penelitian ini, peneliti akan membahas strategi yang digunakan tim Ngaca Bareng Yosi dalam memproduksi serta masalah-masalah yang ada pada proses produksi berlangsung.

Peneliti menemukan pendekatan untuk mengerjakan suatu strategi kreatif yaitu:

1. Generik, berupa diferensiasi yang mencolok seperti membuat ide program siaran dengan pola baru untuk menarik audiens baru dengan kalangan usia muda, program dikemas dengan lebih menarik dan *modern*. Segmen yang berbeda dengan program-program lainnya, program Ngaca Bareng Yosi memiliki segmen budaya berkaca diri yang jarang dibahas pada program-program radio lain. Membuat topik pembahasan yang berbeda dimana pembahasannya

selalu dekat dengan kehidupan bermasyarakat.

2. *Preemptive* atau memberikan sesuatu yang menonjol, seperti nama program yang diambil dari penyiarannya yang merupakan *public figure* dan sudah memiliki massa sebelumnya, nama program yang sedikit menjelaskan konsep yang diangkat dalam program ini sehingga membuat audiens penasaran ingin mengetahui topik apa yang diangkat dalam program ini, yaitu “Ngaca” yang berarti budaya berkaca diri.
3. *Unique Selling*, keunikan atau kelebihan yang dijual dalam program ini yaitu, penyiarannya yang merupakan *public figure* yang sudah memiliki massa dan sudah lebih dulu dikenal masyarakat bertujuan untuk menarik audiens baru dengan kalangan usia yang lebih muda. Program khusus budaya tetapi dengan konsep berbeda yaitu lebih khusus ke budaya berkaca pada diri sendiri dengan tujuan mengedukasi dan menarik audiens baru karena topik yang dibawakan dekat dengan kehidupan bermasyarakat. Menghadirkan narasumber terpercaya setiap episodenya, narasumber yang dihadirkan merupakan narasumber ahli dalam bidangnya sesuai dengan topik di episode dalam program tersebut. Dapat disaksikan secara audio-visual di TV berlangganan, aplikasi dan streaming melalui website RRI, strategi ini dilakukan untuk menarik audiens dengan kalangan usia muda, karena kalangan anak muda saat ini lebih sering menonton dan menggunakan gadget untuk mencari informasi. Logat penyiar terkadang disesuaikan dengan daerah asal penelepon, strategi ini dilakukan untuk menciptakan kedekatan antara penyiar dan penelepon sehingga dapat menarik audiens agar lebih

aktif dalam mengikuti program tersebut.

4. *Brand Image*, citra yang sudah melekat. Dalam hal ini citra yang sudah melekat pada RRI yaitu ke-Indonesiaannya, dan citra yang sudah melekat pada program 4 yaitu kebudayaannya, sehingga program ini tidak menghilangkan citra tersebut agar audiens lama dengan kalangan usia tua tetap bisa mendengarkan, tetapi strategi kreatif yang dilakukan tim program Ngaca Bareng Yosi hanya mengembangkan atau menambahkan beberapa musik baru tetapi tetap memutar musik-musik yang menggunakan bahasa daerah agar tidak menghilangkan citra program 4 RRI yaitu budaya.

Dalam memecahkan masalah, peneliti melihat strategi yang terdapat dalam program Ngaca Bareng Yosi untuk meregenerasi pendengar, dalam hal ini yang dilakukan oleh tim program Ngaca Bareng Yosi untuk menciptakan strategi kreatif di setiap episode programnya yaitu:

1. Lingkungan

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan melalui wawancara, tim Ngaca Bareng Yosi melibatkan beberapa sumber untuk menentukan topik apa yang akan diangkat diantaranya sumber internal dan eksternal. Sumber internal merupakan produser itu sendiri, maupun penyiar dari program Ngaca Bareng Yosi, sedangkan sumber internalnya yaitu masyarakat di lingkungan sekitar RRI, saran dari masyarakat melalui sosial media (Twitter, Instagram, dan Whatsapp) maupun pendengar setianya. Produser Ngaca Bareng Yosi menganggap hal ini merupakan salah satu strategi kreatif untuk meregenerasi pendengar, dimana isi konten merupakan hal yang sangat penting untuk menarik audiens. Mengangkat topik dengan

melibatkan beberapa sumber juga membantu produser untuk mengetahui informasi apa yang diinginkan, dibutuhkan, dan sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat pada saat ini sehingga program Ngaca Bareng Yosi lebih *up to date* dan seiring berjalannya waktu diminati tidak hanya oleh orang tua, melainkan dari semua kalangan usia yang memutuhkan informasi terbaru yang ada dalam masyarakat khususnya tentang budaya.

2. Media Massa

Media massa merupakan sebuah *gatekeeper*. Sama halnya dengan RRI yang merupakan radio publik yang disiarkan secara nasional, program atau konten yang disiarkannya pun tidak sembarangan, programnya harus sesuai dengan visi-misi RRI itu sendiri, khususnya program 4 yang berisikan kebudayaan. Pada program Ngaca Bareng Yosi tema atau topik yang diangkat memang dekat dengan masyarakat tetapi selalu bersangkutan dengan budaya berkaca diri. Produser dan penyiar harus dapat mem-filter topik yang didapatkan dari sumber eksternal yang cocok untuk disiarkan kepada masyarakat luas, dengan maksud topik yang nantinya diangkat layak untuk dibahas dan disiarkan, tidak menyinggung, tidak mengandung unsur negatif yang merugikan, tidak melanggar kode etik, dan narasumber yang hadir untuk membahas suatu topik tertentu juga memberikan fakta yang terpercaya. Produser pun bertugas untuk menyaring dan mengelola informasi yang didapatkan dari sumber eksternal (masyarakat) sebelum dibahas dalam siaran program Ngaca Bareng Yosi dalam bentuk informasi yang ringan dan

menghibur agar mudah diterima oleh pendengarnya.

3. Saluran

Pada program Ngaca Bareng Yosi, penyebaran informasi dilakukan melalui jaringan radio resmi yaitu RRI yang merupakan radio publik yang mengudara secara nasional dimana seluruh pelosok negeri Indonesia dapat mendengarkan program Ngaca Bareng Yosi. Tim program Ngaca Bareng Yosi juga menjelaskan bahwa saat ini program Ngaca Bareng Yosi tidak hanya dapat didengarkan melalui audio, melainkan dapat disaksikan secara audio-visual melalui website resmi RRI dengan cara streaming RRI-Net. Selain itu program Ngaca Bareng Yosi juga dapat disaksikan melalui saluran televisi berlangganan atau berbayar, RRI bekerja sama dengan telkom melalui TV berlangganan yang dikenal dengan nama Indiehome (UseeTV).

4. Khalayak

RRI yang sudah terkenal memiliki pendengar dengan kalangan usia tua, pada saat ini sedang melakukan proses regenerasi pendengar salah satunya dengan adanya program Ngaca Bareng Yosi, dimana program ini menjadikan publik figur sebagai penyiarinya yaitu Yosi Moku dengan pembawaan yang lebih *fresh* dan telah memiliki massanya sendiri membuat program ini mulai didengarkan tidak hanya dari kalangan usia tua, melainkan semua kalangan usia. Program Ngaca Bareng Yosi juga membawakan topik yang sangat dekat dengan masyarakat dan dikemas dengan cara yang lebih *modern* sehingga lebih mudah untuk menarik perhatian audiens baru, adanya telepon interaktif dan sosial media juga merupakan strategi kreatif yang direncanakan oleh tim Ngaca

Bareng Yosi untuk lebih mudah berinteraksi dengan khalayak luas.

5. Umpan Balik

Umpan balik yang didapat dari pendengar program Ngaca Bareng Yosi diterima melalui pesan Whatsapp, telepon interaktif dan juga komentar yang masuk pada sosial media Ngaca Bareng Yosi. Dalam hal ini umpan balik yang diterima berupa pengalaman pribadi pendengar yang berkaitan dengan topik apa yang dibahas pada episode tersebut, pertanyaan-pertanyaan, saran untuk topik di episode berikutnya, fakta-fakta seputar topik, maupun informasi yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat saat itu. Informasi yang didapatkan dari lingkungan masyarakat merupakan informasi murni yang masih harus disaring dan dikelola oleh suatu media penyiaran, proses ini juga dilakukan dalam program Ngaca Bareng Yosi untuk memilah informasi apa yang baik dan tidak baik untuk akhirnya menentukan topik apa yang akan disiarkan kepada masyarakat. Masyarakat pun mendengarkan dan menyaring informasi yang didapatkan dari suatu program siaran sehingga dapat memberikan *feedback* kepada program dari media penyiaran tersebut.

Seperti yang dijelaskan oleh produser sebagai contoh tentang topik yang dibawakan pada episode banjir, dimana topik itu diambil dari keluhan masyarakat soal banjir, program Ngaca Bareng Yosi mengolah informasi tersebut menjadi suatu informasi lain dengan tetap menggunakan budaya berkaca diri sebagai acuan, sehingga penyiar menyampaikan bahwa kesalahan pada banjir yang terjadi saat ini bukan hanya salah pemerintah tetapi juga mengajarkan pendengarnya untuk berkaca pada diri sendiri apakah perilaku masyarakat saat ini sudah benar

atau belum, mengajarkan untuk tidak saling menyalahkan tetapi saling bahu membahu mengatasi banjir bersama.

Penyiar juga berperan penting untuk menjalankan strategi kreatif untuk keberhasilan program Ngaca Bareng Yosi ini, dimana para pendengar merasa diingat dan tetap setia mendengarkan program ini, hal ini dapat dilihat dari umpan balik yang diterima oleh tim program dengan contoh pendengar yang sama melakukan beberapa kali telepon interaktif dengan topik yang berbeda. Dikarenakan RRI merupakan radio yang dapat didengarkan di seluruh pelosok Indonesia, penyiar memanfaatkan hal ini untuk menarik audiens dengan cara menggunakan logat asal pendengar maupun mengingat suara dan nama penelepon.

Dapat diketahui bahwa perencanaan atau strategi awal dalam program Ngaca Bareng Yosi sebagai peluang dilakukan dengan melakukan *redesign* program, dimana program 4 membuat pola baru dengan menggandeng publik figur sebagai penyiar dan menjadikan program lebih *modern*, peluang yang diambil oleh RRI menjadikan program 4 memiliki program-program unggulan yang dapat menarik audiens baru dengan konsep siaran yang lebih *fresh*. Tujuan yang ingin dicapai dari program Ngaca Bareng Yosi yaitu menarik pendengarpengantar yang lebih muda, untuk mendapatkan hasil yang baik dari tujuan itu sendiri, tim Ngaca Bareng Yosi sangat mementingkan keinginan dan kebutuhan audiensnya, alasan tersebut yang membuat tim Ngaca Bareng Yosi melibatkan audiens dalam segala hal, seperti mengangkat topik-topik dan menghadirkan narasumber sesuai dengan *most request* audiensnya, tim Ngaca Bareng Yosi juga selalu melibatkan audiens dengan mendengarkan, menjawab, serta menjelaskan topik yang dibawakan secara detail melalui telepon interaktif

agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiensnya. Untuk mencapai tujuan program Ngaca Bareng Yosi, topik yang dibawakan harus dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, dibangunnya program Ngaca Bareng Yosi dengan konsep berkaca pada diri sendiri sesuai dengan budaya yang ada di dalam kehidupan masyarakat Indonesia menjadikan program 4 RRI berbeda dengan radio-radio lainnya.

Tujuan lain dalam program Ngaca Bareng Yosi ialah membuat masyarakat lebih peka terhadap apa yang terjadi di sekitar, mengingatkan masyarakat terhadap nilai-nilai kebudayaan Indonesia dari segi perilaku. Adanya program ini bertujuan untuk menyadarkan apa yang terjadi di kehidupan merupakan kesalahan dari diri sendiri sehingga tidak selalu menyalahkan orang lain dan mengharuskan masyarakat untuk selalu berintrospeksi diri melalui program Ngaca Bareng Yosi. Untuk membentuk suatu keberhasilan program Ngaca Bareng Yosi dengan tujuan-tujuan yang ada, tim program harus selalu melibatkan audiens untuk mengangkat topik yang akan dibahas setiap episodenya dan memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan pada setiap episode diterima dan memberikan efek yang baik bagi audiens. Melalui *chat whatsapp*, produser program Ngaca Bareng Yosi seringkali mendapat respons positif tentang apa yang terjadi di sekitar masyarakat karena program tersebut.

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan tujuan mengetahui strategi kreatif yang dilakukan dalam program Ngaca Bareng Yosi untuk meregenerasi pendengarnya, maka peneliti memberikan kesimpulan sebagai berikut:

Strategi kreatif yang digunakan dalam program Ngaca Bareng Yosi yaitu:

1. *Generik*, dimana program Ngaca Bareng Yosi membuat program dengan topik budaya berkaca diri yang ringan dan dekat dengan masyarakat dan dibawakan secara menarik oleh penyiarnya sehingga dapat dengan mudah diterima oleh pendengarnya.
2. *Preemptive*, dimana program Ngaca Bareng Yosi memberikan edukasi dan hiburan dengan tujuan menambahkan wawasan pendengarnya dan menyadarkan masyarakat agar lebih peduli lingkungan sekitar serta tidak menyalahkan orang lain, melainkan berkaca pada diri sendiri.
3. *Unique Selling*, program Ngaca Bareng Yosi memiliki daya tarik yaitu penyiarnya yang merupakan *public figure* dengan pembawaan yang menghibur, dapat bernyanyi secara profesional dan melawak, juga program dengan konsep buaya berkaca diri yang jarang ditemukan pada program radio lainnya. Musik yang diputarkan juga ditunjukkan untuk masyarakat yang menyukai lagu-lagu tradisional dengan menggunakan bahasa daerah. Keunikan lainnya penyiar dapat dengan mudah memanfaatkan jangkauan luas dengan cara menggunakan bahasa daerah pendengar agar terkesan lebih dekat dengan pendengarnya.
4. *Brand Image*, RRI yang dikenal dengan radio tertua di Indonesia yang memiliki pendengar berusia tua. Dengan tujuan meregenerasi pendengarnya, program Ngaca Bareng Yosi melakukan strategi kreatif dengan menghadirkan penyiar yang merupakan *public figure* yang membawakan program dengan cara modern sehingga tidak

kalah dengan radio lain yang semakin diminati pendengarnya, tetapi dalam menjalankan program Ngaca Bareng Yosi, produser dan penyiar tidak menghilangkan image ke-Indonesiaan yang sudah melekat pada RRI.

## DAFTAR RUJUKAN

- Baran, S. J. (2011). *Pengantar Komunikasi*
- Kriyantono, R. (2006). *Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Morissan, M.A. (2009). *Manajemen Media Penyiaran:Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana
- Morissan, M.A. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT Ghalia Indonesia
- Mulyadi, S., Basuki, & Prabowo. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Mixed Method*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Oramahi, H. A. (2012). *Jurnalistik Radio: Kiat Menulis Berita Radio*. Jakarta: Erlangga.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Rachmawati, Y., & kurniati, E. (2011). *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak*. Jakarta: Fajar Interpratama Offset.
- Triartanto, A., & Yudo, I. (2010). *Broadcasting Radio*. Yogyakarta: Pustaka Book.
- Triyanto, Y. (2101). *Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Wahyuni, I. N. (2013). *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.