



Strategi Radio Unit Prambors Medan Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Lembaga Penyiaran Publik

Winda Kustiawan¹, Ari Oldwin Sitorus², Yaumi Saidah³, Ghita Irwanty⁴,
Zulhafiz⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstract

Received: 15 Januari 2023

Revised: 21 Januari 2023

Accepted: 30 Januari 2023

Prambors is a youth streaming radio that plays hits music from Indonesia and the world. This radio presents informative, educative, and entertaining content. The important position of this radio is as a regional media that contains news programs, music, entertainment, to influence the local economic potential. This study aims to understand how the Prambors Medan radio unit's strategy in maintaining its existence as a public broadcasting institution. The theory used in this research is the uses and gratification theory. This research method with a qualitative approach. The data collection techniques were carried out by means of observation and in-depth interviews, the results of research that has been done, have found that technically, Prambors have a strong strategy in social media management. The majority of the Prambors Medan radio broadcast programs are entertainment oriented, targeting young people. However, several programs have informational and educational values that are capable of becoming a forum for the public interest.

Keywords: Strategy, Prambors, Existence, Public service.

(*) Corresponding Author: windakustiawan@gmail.com,
arioldwinsitorus01@gmail.com, yaumisaidahh@gmail.com

How to Cite: Kustiawan, W., Sitorus, A., Saidah, Y., Irwanty, G., & Zulhafiz, Z. (2023). Strategi Radio Unit Prambors Medan Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Lembaga Penyiaran Publik. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 644-648. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7790231>.

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial. Artinya adalah manusia akan selalu membutuhkan orang lain dalam memenuhi kehidupannya termasuk dalam hal mendapatkan informasi. Seiring perkembangan zaman, dengan akses yang lebih mudah maka manusia terus berinovasi untuk mempermudah mendapatkan informasi. Menjadi hal yang penting kita ketahui bahwasannya manusia adalah makhluk yang mempunyai tingkat keingintahuan yang tinggi terlebih lagi pada zaman sekarang. Dengan adanya berita, kehidupan manusia akan sangat terbantu karena informasi yang sampai ke manusia akan dapat diserap dengan baik dan dijadikan sebagai pembelajaran bagi manusia.

Salah satu media sebagai wadah untuk mendapatkan informasi yaitu radio. Dengan adanya radio, maka informasi akan lebih mudah disampaikan kepada masyarakat. Radio memiliki ciri khas yaitu hanya audio yang disampaikan ke pendengar. (Aziz, 2021) Terlebih jika pembawaan penyiar radio dengan pembawaan yang bersahaja dan menyenangkan maka dapat menghipnotis pendengar untuk tetap setia mendengarkan radio. Seiring perkembangan zaman, radio bukan hanya sebagai media informasi untuk menyebarkan berita melainkan sebagai ajang untuk mencari hiburan. Hal ini ditandai dengan



berkembangnya radio bernuansa anak muda dengan konsep radio musik. Hal ini terjadi karena radio terus berevolusi sesuai dengan perkembangan zaman. Para pemilik stasiun radio terus memutar otak bagaimana agar radio tetap diminati oleh masyarakat.

Sangat disayangkan, radio kini mulai ditinggalkan oleh masyarakat terlebih lagi oleh anak muda. Hal ini disebabkan karena tingkat persaingan antar media begitu ketat. Televisi yang menawarkan audio visual menjadi ancaman radio dalam mempertahankan eksistensinya. Di sisi lain, media sosial yang menjadi kompetitor terberat radio juga tidak boleh dinilai sebelah mata. Terlebih lagi, hampir seluruh lapisan masyarakat menggunakan media sosial.

Tidak bisa kita pungkiri bahwasannya lahirnya new media membuat radio harus ekstra kerja keras untuk tetap eksis. Sebagai media penyiaran publik yang memiliki tanggungjawab yang begitu besar yaitu menyampaikan berita dan sebagai hiburan, maka tanggungjawab itu sangatlah besar. Berbagai strategi pun dilakukan. Bukan hanya eksis di radio saja, radio sekarang mulai merambah ke ranah media online, seperti promosi ke Instagram, kanal Youtube maupun membuat podcast sederhana untuk mempermudah pendengar untuk mendengarkan radio dengan program yang telah berlalu.

Bukan hanya bersaing dengan new media saja, persaingan antar radio juga sangat sengit. Para pemilik stasiun radio berlomba-lomba sekreatif mungkin agar program-program mereka terus diminati oleh masyarakat. Walaupun sering dinilai sebagai media tua, akan tetapi radio masih tetap eksis sampai sekarang. Ini merupakan pencapaian yang luar biasa bagi orang – orang yang berkecimpung di dunia radio.

Untuk mencapai tujuan radio maka diperlukan orang – orang solid untuk menunjang eksistensinya sebagai lembaga penyiaran publik. Manajemen organisasi yang dibangun haruslah solid sehingga tujuan – tujuan yang ingin dicapai akan lebih mudah dicapai. Dalam bahasa yang lebih sederhana, dengan mekanisme yang baik bukan tidak mungkin radio menyebabkan masyarakat “kecanduan” mendengarkan radio. Tentu hal inilah yang diharapkan oleh orang – orang yang berkecimpung di radio. Terlebih lagi jika disampaikan oleh orang – orang yang dapat menyentuh emosi dan perasaan masyarakat.

Medan merupakan salah satu kota besar di Indonesia. Medan juga memiliki banyak radio yang menawarkan program-program yang dibutuhkan oleh masyarakat, salah satunya Radio Prambors dengan Frekuensi 97.5 FM. Kantor pusat Radio Prambors terletak di Jakarta.

Memiliki 9 unit yang tersebar di beberapa kota Indonesia di salah satunya Medan membuat Radio Prambors dinilai baik oleh masyarakat. Dirikan tahun 1970, maka sampai saat ini Radio Prambors sudah berusia 52 tahun. Usia yang bukan muda lagi bagi sebuah media informasi. Tentu sekap terjang Radio Prambors dengan usia 52 tahun tentu sudah banyak hal yang dilewati. Prambors mempunyai kepajangan yaitu Pramboran Borobudur Sekitarnya. Pada awal-awal berdirinya dengan penyiar pertamanya yaitu WARKOP DKI (Dono, Kasino, Indro) membuat masyarakat mendapatkan angin segar karena menemukan radio yang cocok dengan kultur masyarakat Indonesia terlebih lagi dengan penyiarinya WARKOP DKI yang sangat familiar di telinga masyarakat Indonesia menambah eksistensi Radio Prambors di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif untuk mengetahui gambaran tentang bagaimana strategi radio dalam membangun eksistensi dalam menghadapi persaingan informasi digital (Studi Radio Prambors FM Kota Medan). Pendekatan ini digunakan agar dapat mengungkapkan secara mendalam bagaimana strategi yang digunakan Prambors dalam menjaga eksistensi dan perannya sebagai lembaga penyiaran publik.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara untuk mendapatkan data-data seputar strategi dan manajemen di Prambors Medan. Teknik wawancara dilakukan bersama Manajer Marketing dan Branding, Dendy. Secara umum, tugas dari marketing dan branding di sebuah media adalah menyusun secara keseluruhan *brand image*, mulai dari tahap awal sampai dengan tahap evaluasi, sehingga membuat produk atau layanan media dapat terlihat berbeda dengan kompetitor lainnya.

Penelitian ini didasarkan dengan teori Use and Gratification, yang mana teori ini memiliki pandangan bahwa perilaku audiens menggunakan media massa dibimbing oleh pencapaian tujuan dan kebutuhan tertentu. (Humaizi, 2018) Pemenuhan kebutuhan setiap orang berbeda-beda. Oleh karena itu, teori ini memberikan cara berpikir bagaimana kita dapat memenuhi kebutuhan dengan apa yang kita gunakan.

Radio sebagai sarana komunikasi berperan untuk memberikan hiburan, pendidikan, dan informasi bagi masyarakat. Di tengah derasnya arus informasi, masyarakat lebih memilih media sosial sebagai tempat untuk mencari informasi baik dalam negeri maupun luar negeri. Karena itu radio harus berevolusi agar program yang dihadirkan dapat menimbulkan ketertarikan masyarakat, terutama kaum anak muda. Disini penulis akan membahas strategi yang digunakan untuk mempertahankan eksistensi radio ditengah kemajuan teknologi dan berkembangnya media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam dinamika industri penyiaran, Lembaga Penyiaran Publik memiliki nilai, posisi, dan program yang strategis untuk disiarkan pada masyarakat. (Hadiyat, 2016) Lembaga penyiaran publik ini merupakan sumber informasi yang relevan dan dapat dipercaya bagi masyarakat di wilayah tersebut. radio terus berevolusi dan berusaha menyediakan program-program unggulan untuk menarik pendengar. Namun fenomena lapangan dengan adanya konvergensi media menjadi tantangan tersendiri bagi radio lokal.

Prambors merupakan salah satu radio streaming anak muda yang memutar musik-musik hits Indonesia dan dunia. Radio ini menyajikan konten informatif, edukatif, dan menghibur. Posisi pentingnya radio ini sebagai media daerah yang memuat program berita, musik, hiburan, hingga berpengaruh pada potensi ekonomi lokal.

Persaingan antar media di Kota Medan membuat masing-masing pihak dan manajemennya memiliki ciri khas yang berbeda. Prambors medan mengemas penyajian program dengan mengedepankan kreatifitas kearifan lokal yang

mencakup daerah baik dari isu yang dibawa dan naik daun, maupun dari bahasa yang digunakan.

Sebagai media komunikasi, dalam penyelenggaraan siaran Lembaga Penyiaran Publik Radio Prambors selalu berupaya sebaik mungkin dalam melayani masyarakat, ini dibuktikan dengan kerja keras yang kreatif dan inovatif dalam membuat program acara agar menarik minat para pendengar di Kota Medan. Peran utama yang tetap dipertahankan oleh Prambors Medan adalah menjadi wadah informasi dan memberikan wawasan yang berbeda kepada seluruh masyarakat Kota Medan.

Fokus strategi dari radio prambors unit medan menekankan pada perencanaan program yang mencakup pekerjaan penyiar, mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang mendapatkan pencapaian stasiun penyiaran untuk tujuan program dan tujuan keuangan.

Pada stasiun radio perencanaan program berkaitan dengan pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan pendengar. Strategi perencanaan program dilihat dari beberapa aspek, yaitu: persaingan informasi digital, persaingan antara penyelenggara radio lainnya, ketersediaan data narasumber, kebiasaan, ketertarikan pendengar, dan anggaran. (Nasution, 2018).

Program siaran radio prambors medan mayoritas berorientasi kepada hiburan, dengan target anak muda. Namun beberapa program memiliki nilai informasi dan edukasi yang mampu menjadi wadah kepentingan publik. Secara teknis prambors memiliki strategi yang kuat dalam pengelolaan media sosial. Setiap program yang direncanakan oleh pihak radio selalu dipublikasikan lewat media sosial melalui akun instagram resmi @Wadiyabala. Manajemen sosial media lewat akun Instagram menjadi strategi penting dari Prambors.

Adapun jadwal program dari Prambors Medan dalam memenuhi siarannya dan menemani pendengar Kota Medan, antara lain:

NO	NAMA PROGRAM	WAKTU SIARAN
1.	Mangkal Pagi Ryo	06.00-10.00
2.	Podcast	10.00-16.00
3.	SUNSET (Julio with Genus)	16.00-22.00
4.	Night Shift (Eda)	22.00-24.00

Tidak hanya itu, Prambors juga membuat aplikasi Prambors Radio Apps yang menyediakan banyak fitur sehingga semakin menarik minat para pendengar untuk terus menjadi pendengar setia. Selain itu prambors juga sering mengadakan doorprize dalam bentuk siaran dengan tajuk kuis berupa tiket konser dan liburan, serta mengadakan event ke sekolah-sekolah dengan tujuan untuk bisa menerapkan peran radio sebagai lembaga pelayanan publik yang mampu membangkitkan, mengembangkan minat serta kreativitas para anak muda. Hal ini tentu sejalan dengan visi dan juga misi dari radio prambors tersebut, yaitu:

- Visi :
 1. Menciptakan serta menjaga identitas radio sebagai radio yang diminati oleh generasi muda.
 2. Dapat meningkatkan nilai-nilai penyiaran radio di Indonesia
- Misi :

1. Dapat menjadi stasiun radio nomor 1 di kalangan anak muda Indonesia.
2. Mampu menjadi panutan bagi anak-anak muda di Indonesia.
3. Dapat mengikuti serta menjaga gaya dan juga trend yang hits di kalangan anak-anak muda.

Dengan visi misi yang terarah, maka Prambor terus berperan untuk memberikan pengetahuan yang lebih untuk kawula muda lewat siaran-siaran kreatif dan menarik. Ada sisi kreativitas yang berbeda dari Prambors yang membuat pendengar penasaran untuk selalu mengikuti perkembangan Prambors. Walaupun sebagai radio unit, Prambors tetap mengikuti peraturan dan aturan yang sudah terikat dengan Komisi Penyiaran Indonesia dan seluruh perizinan resmi dari Kominfo Indonesia.

KESIMPULAN

Radio terus berevolusi dan berusaha menyediakan program-program unggulan untuk menarik pendengar. Namun fenomena lapangan dengan adanya konvergensi media menjadi tantangan tersendiri bagi radio lokal.

Prambors merupakan salah satu radio streaming anak muda yang memutar musik-musik hits Indonesia dan dunia. Prambors unit medan memiliki ciri khas tersendiri yaitu mengemas penyajian program dengan mengedepankan kreatifitas kearifan lokal yang mencakup daerah baik dari isu yang dibawa dan naik daun, maupun dari bahasa yang digunakan. Radio ini juga menyajikan konten informatif, edukatif, dan menghibur hingga konten-konten yang berpengaruh pada potensi ekonomi lokal.

Persaingan antar media menuntut setiap pihak memiliki strategi yang kuat baik dari segi teknis maupun non teknis. Secara teknis prambors memiliki strategi yang kuat dalam pengelolaan media sosial. Prambors juga membuat aplikasi Prambors Radio Apps yang menyediakan banyak fitur sehingga semakin menarik minat para pendengar untuk terus menjadi pendengar setia.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, Muhammad Abdul. 2001. *Minat Pendengar Radio Terhadap Karakter Suara Penyiar (Studi Deskriptif Karakter Suara Penyiar Vee Dan Choky dengan Minat Pendengar radio)*, Commercium, Volume 04 Nomer 01 <https://ejournal.unesa.ac.id/> Diakses Pada 29/12/2022 Pukul 20.00
- Hadiyat, Yayat D. *Lembaga Penyiaran Publik sebagai Media Penyiaran Perbatasan: Studi pada Radio Republik Indonesia Stasiun Kupang*, Jurnal Pekommas, Vol. 1 No. 1 <https://jurnal.kominfo.go.id/> Diakses Pada 31/12/2022 Pukul 20.00
- Humaizi. 2018. *Uses and Gratifications Theory*, (Medan: USU Press)
- Nasution, Nurhasanah. *Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital*, Jurnal Interaksi, Vol 2 No. 2, <http://jurnal.umsu.ac.id/>, Diakses Pada 30/12/2022 Pukul 20.00