



STRATEGI RADIO ELSI FM BUKITTINGGI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA MILLENNIAL

HANIVA DIANA PUTRI¹

¹ Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bukittinggi

ABSTRACT

The object of study of this research is the strategy of Elsi FM Radio, which is a Local Public Radio, in maintaining its existence in the millennial era. Using Susan Tyler Eastman's strategic theory in the form of conformity strategy, habit strategy, listener flow control strategy, program resource storage strategy, and mass appeal strategy on Elsi FM radio in an effort to maintain existence in the millennial era.

This qualitative research was conducted by collecting data in the form of primary data and secondary data. Primary data such as direct interviews with management, as well as secondary data in the form of supporting tools such as documentation, as well as data on the results of broadcast programs on elsi fm radio.

The results showed that the application was based on Susan Tyler Eastman's strategy theory which was applied to Elsi Fm Bukittinggi radio. According to the researchers, it has not been maximized, because the implementation of a strategy for storing program resources such as storing human resources, broadcast equipment, and program materials has not gone well. However, Radio Elsi Fm can still be maintained by active listeners. Radio Elsi Fm also carried out a strategy, namely: a strategy to maintain an audience, including working with the PEMDA and Kominfo to cover the DPRD plenary session, conducting live reports at the city hall. Secondly, there is also a strategy of competition with similar businesses and other media, including: creating websites and streaming radio with priority targets for young people who are familiar with science and technology, digging for advertisements through websites, creating social media such as Facebook, Instagram, Twitter and YouTube.

Keywords: Strategy, Broadcast, Listeners, Existence

ABSTRAK

Objek kajian dari penelitian ini adalah bagaimana strategi Radio Elsi FM yang merupakan Radio Publik Lokal dalam mempertahankan eksistensinya di era millineal. Menggunakan teori strategi Susan Tyler Eastman berupa strategi kesesuaian, startegi kebiasaan, strategi control arus pendengar, strategi penyimpanan sumber-sumber program, dan strategi daya penarik massa di radio elsi Fm dalam upaya mempertahankan eksistensi di era millinel.

Penelitian kualitatif ini dilakukan dengan mengumpulkan data-datanya berupa data primer dan data sekunder. Data primer seperti wawancara langsung dengan pihak manajemen, serta data sekunder berupa alat pendukung seperti dokumentasi, serta data hasil siaran program acara yang ada di radio elsi fm.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan berdasarkan teori strategi Susan Tyler Eastman yang diterapkan di radio Elsi Fm Bukittinggi. Menurut peneliti belum maksimal, karena penerapan strategi penyimpanan sumber-sumber program seperti penyimpanan sumber daya manusia,

perangkat siaran, serta materi program belum berjalan dengan baik. Meski demikian Radio Elsi Fm tetap bisa dipertahankan pendengar aktif. Radio Elsi Fm juga melakukan strategi yaitu: strategi mempertahankan audience antara lain Bekerja sama dengan PEMDA dan Kominfo untuk meliput sidang paripurna DPRD, melakukan live report di balai kota. Yang kedua juga ada strategi persaingan dengan usaha sejenis dan media lain, antara lain: membuat website dan streaming radio dengan sasaran prioritas anak muda yang familiar dengan Iptek, menggali iklan lewat website, membuat medsos seperti facebook, instagram, twitter, dan youtube.

Kata kunci: Strategi, Siaran, Pendengar, Eksistensi

Kata Kunci : Strategi, Siaran, Pendengar, Eksistensi

INTRODUCTION / PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan kebutuhan utama manusia sebagai makhluk sosial. Hampir setiap detik kehidupannya, manusia melakukan komunikasi atau interaksi dengan sesamanya. Dimulai dari lahir sampai menjelang kematianpun, manusia masih melakukan interaksi dengan orang lain. Di lingkungan keluarga, lingkungan rumah, tempat bermain, sekolah, tempat kerja dan sebagainya, semuanya membutuhkan komunikasi.

Komunikasi adalah hubungan kontak langsung maupun tidak langsung antar manusia, baik itu individu maupun kelompok. Proses interaksi antara manusia satu dengan yang lainnya menunjukkan bahwa setiap orang memerlukan yang namanya komunikasi. Siapapun, kapanpun dan dimanapun manusia pasti melakukan interaksi. Termasuk mereka yang memiliki keterbatasan dalam melakukan komunikasi. Misalnya tuna netra, tuna rungu, tuna wicara dan lain-lain tetap bisa melakukan komunikasi dengancara-cara yang berbeda.

Landasan umum mengenai komunikasi dalam Alqur'an Surah An Nisa ayat 63

الَّذِينَ أُولِيكَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَنْصُرْ
عَنْهُمْ وَاعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلٌ بَلِيغًا

Artinya : “Mereka itu adalah orang-orang yang (sesungguhnya) Allah mengetahui apa yang ada di dalam hatinya. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka nasihat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwanya”

Sebagai makhluk sosial, manusia akan selalu berkeinginan untuk berbicara, tukar-menukar gagasan, mengirim dan menerima informasi, berbagai pengalaman, bekerjasama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan dan sebagainya. Berbagai keinginan tersebut hanya dapat terpenuhi melalui kegiatan interaksi dengan orang lain dalam suatu sistem sosial tertentu. Adanya aktivitas-aktivitas dalam kehidupan sosial menunjukkan bahwa manusia mempunyai naluri untuk hidup bergaul dengan sesamanya.

Naluri ini merupakan satu hal mendasar dalam kebutuhan manusia, di samping kebutuhan akan afeksi (kebutuhan akan kasih sayang), dan kontrol (kebutuhan dan pengawasan). Dalam pemenuhan kebutuhan-kebutuhan hidup tersebut akan mendorong manusia untuk melakukan interaksi dengan sesamanya, baik untuk mengadakan kerjasama (cooperation) maupun untuk melakukan persaingan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka diperlukan adanya komponen atau unsur pendukung dan penyempurna proses komunikasi. Dalam bukunya yang berjudul komunikasi dan hubungan masyarakat, mengatakan terdapat beberapa unsur dalam komunikasi, “bahwa unsur-unsur komunikasi terdiri atas sumber (orang, lembaga, buku, dokumen dan lain sebagainya), komunikator (orang, kelompok, surat kabar, radio, TV, film, dan lain-lain), pesan (bisa melalui lisan, tatap muka langsung), saluran media umum dan media massa (

media umum seperti radio, OHP, dan lain-lain, sedangkan media massa seperti pers, radio, film, dan TV), komunikasi (orang, kelompok, atau negara), efek atau pengaruh (perbedaan antara apa yang dirasakan atau apa yang dipikirkan dan dilakukan).¹

Perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan masyarakat yang makin besar tuntutananya akan hak untuk mengetahui dan hak untuk mendapatkan informasi. Informasi telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat dan telah menjadi komoditas penting dalam kehidupan masyarakat. Teknologi yang berkembang dari masa ke masa juga bisa menunjukkan perkembangan peradaban umat manusia disetiap zamannya, berarti bahwa peradaban manusia zaman sekarang lebih maju dibanding dengan dahulu. Perkembangan teknologi dan informasi telah membawa implikasi terhadap dunia penyiaran, termasuk penyiaran di Indonesia. Penyiaran sebagai penyalur informasi dan pembentuk pendapat umum, perannya semakin strategis, terutama dalam mengembangkan kehidupan demokratis. Penyelenggaraan penyiaran tentunya tidak terlepas dari kaidah-kaidah umum penyelenggaraan telekomunikasi yang berlaku secara universal.

Penyiaran, pada hakikatnya adalah salah satu keterampilan dasar manusia ketika berada pada posisi tidak mampu untuk menciptakan dan menggunakan pesan secara efektif untuk berkomunikasi. Penyiaran dalam konteks ini adalah alat untuk mendongkrak tentang penyiaran, dunia penyiaran di Indonesia mengalami perubahan yang berarti.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran) didefinisikan, bahwa penyiaran adalah: "Kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di

antariiksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran".

Salah satu media penyiaran yang masih eksis di era modern ini adalah radio. Di Indonesia, radio merupakan alat komunikasi penting sejak negara ini baru berdiri. Kepemilikan pesawat radio naik dengan pesat, hingga mencapai setengah juta yang berlisensi pada pertengahan 1950-an. Radio digunakan secara luas dibidang pendidikan, terutama pendidikan politik, seperti mempersiapkan para calon pemilih untuk pemilu pertama pada 1955. Indonesia yang merdeka mengikuti kebijakan pemerintah Jepang dalam hal monopoli siaran. Sampai terbentuknya orde baru, terdapat 39 stasiun RRI di seluruh Indonesia, menyiarkan kepada lebih dari satu juta radio berlisensi.

Radio adalah media elektronik yang bersifat khas sebagai media audio dan salah satu alat komunikasi yang sangat sederhana, murah, praktis serta dengan sifatnya yang tembus ruang memudahkan masyarakat masih tetap bisa mendengarkan walaupun dengan beraktivitas. Saat ini banyak sekali berdiri stasiun radio. Komunikasi dan Regulasi Penyiaran dengan berbagai macam program pilihan yang disuguhkan. Program acara antara lain program hiburan, musik, maupun berbagai informasi berita dan iklan komersil. Sehingga bagi seluruh lapisan masyarakat dapat menikmati hiburan dan memperoleh banyak informasi dengan cepat, akurat dan mudah, tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Sehingga proses komunikasi antara radio dengan pendengar dapat dengan mudah dilakukan.

Radio telah menjadi media massa yang ada di mana-mana tersedia di semua tempat disepanjang waktu. Tetapi, sebagai sebuah industri ada tanda-tanda

¹ A. W. Suranto. *Komunikasi Interpersonal*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2001) hlm 3

yang menggelisahkan. Acara utama radio yakni musik, telah tersedia dalam bentuk lain dan banyak yang tanpa iklan. Audien radio utama, yakni kelompok usia 18 sampai 24 tahun, telah banyak berkurang. Pada awal tahun 2000, teknologi lain muncul mengancam infrastruktur industri radio.

Kemunculan teknologi lain seperti iPod, Podcasting dan lainnya membuat pendengar radio menjadi menurun dan beralih kepada teknologi lain. Apalagi di era Millineal seperti saat sekarang ini remaja lebih cenderung menggunakan handphone untuk mendapatkan informasi melalui media sosial youtube, Instagram, facebook dan masih bnyak media sosial lainnya. sehingga eksistensi radio pada saat ini mulai menurun. dan Hal inilah yang kemudian melatar belakangi peneliti untuk meneliti Strategi Radio Elsi Fm Bukittinggi dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Millineal. Yang mana peneliti fokuskan pada radio Elsi Fm kota Bukittinggi.²

Di kota Bukittinggi terdapat Beberapa Stasiun Radio salah satunya yang akan peneliti teliti yaitu :

Radio Elsi FM. Radio Elsi FM diluncurkan pada tahun 2003. Radio ini berlokasi di Jl. Kusuma Bhakti no 47 Gulai Bancah Bukittinggi, Sumatera Barat, Indonesia. Radio Elsi Fm memilki segmen pendengar yaitu Masyarakat di kota Bukittinggi dengan target *teens and young adult* (15 - 25) yang mana biasa di sebut kaula muda (kalangan muda). Radio Elsi Fm Bukittinggi adalah Radio yang memadukan Konsep musik, Hiburan, dan Budaya. Beberapa program unggulannya yaitu Elsi Badendang, Elsi Selamat Pagi, Elsi Islami, dan Langgam Lenggok Elsi.

Untuk meningkatkan eksistensi Radio di era Millineal ini maka perlu penerapan reformasi birokrasi, budaya disiplin kerja, serta tanggung jawab dari setiap pekerjaan pada masing-masing seksi

perlu ditingkatkan dan persaingan Radio di Kota Bukittinggi juga patut diperhitungkan, sehingga pendengar tidak berpaling, dan untuk mewujudkan hal itu konten siaran harus dimaksimalkan, termasuk berita yang update, sehingga informasi dapat secara cepat disampaikan pada pendengar.

Maka dari itu peneliti tertarik membahas **Strategi Radio Elsi Fm Bukittinggi dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Millineal**

RESEARCH METHODS / METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Metode kualitatif ini didefinisikan sebagai metodologi yang menyediakan alat-alat dalam memahami arti secara mendalam yang berkaitan dengan fenomena yang kompleks dan Proses dan makna lebih ditonjolkan dalam praktik kehidupan sosial.

Landasan teori di manfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori ini juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelelitian dan sebagi bahan pembahasan hasil penelitian.³ Pendekatan bersifat deskriptif digunakan untuk menghimpun data secara sistematis, faktual dan cepat sesuai dengan gambaran saat dilakukan penelitian.

Dalam pelaksanaan penelitian ini penggunaan metode kualitatif ini dilaksanakan dengan pertimbangan bahwasanya nanti akan menganalisis bagaimana Strategi Radio Elsi FM dalam mempertahankan Eksistensinya di Era

² Riswandi, *Dasar-Dasar Penyiaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm 2

³ Helaludin Hengki Wijaya, *Analisi Data Kualitatif*, (Jakarta: Teologia Jaffray, 2019), hlm 10

Millineal. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk memberikan gambaran dan penjelasan terkait dari perumusan masalah. Data-data yang didapatkan akan dipaparkan di dalam penelitian ini dan kemudian akan diimplementasikan dengan rujukan, acuan, dan referensi-referensi secara ilmiah.

B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dilaksanakannya penelitian ini. Dalam kajian ini penelitian dilaksanakan di Radio Elsi FM kota Bukittinggi. Dan waktu penulis melakukan penelitian 25 Juni 2021 – 10 Juli 2021. Untuk memperoleh analisa dalam permasalahan yang dikaji dalam pelaksanaan penelitian ini nantinya akan dilakukan penelitian pada staf staf atau karyawan yang bekerja di radio di kota Bukittinggi tersebut.

Alasan melakukan penelitian ini ingin melihat dan mengetahui apa saja problematika terhadap siaran radio di era millineal ini. Alasan yang kedua yaitu karena adanya daya tarik yang unik yang membuat peneliti lebih tertarik untuk melakukan penelitian ini. Karena di zaman teknologi yang serba canggih ini radio masih bisa mempertahankan eksistensinya maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk mengetahui bagaimana cara mempertahankan eksistensi radio di era millineal ini.

C. Teknis Analisis Data

Analisis data yaitu upaya mencari dan menata sistematis catatan hasil observasi, wawancara untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan orang lain.⁴

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan

tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁵ Data data yang telah terkumpul dari observasi, wawancara, dokumentasi, kemudian penulis menganalisis data yang ada dengan pendekatan kualitatif. Untuk itu dalam menganalisis data penulis menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis ini digunakan untuk mengetahui Strategi Radio Elsi Fm Bukittinggi dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Millineal.

Setelah data terkumpul dari lapangan, maka selanjutnya data diidentifikasi, dikategorikan kemudian ditafsirkan di ambil kesimpulannya.

Tahap – Tahap Analisis :

1. Mengumpulkan data yang telah di peroleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi
2. Mengedit seluruh data
3. Menyusun semua data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan
4. Melakukan analisa terhadap data yang sudah ada untuk menjawab rumusan masalah sebagai kesimpulan

RESULT AND DISCUSSION / HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Kesesuaian (*Compability*)

Berdasarkan Strategi kesesuaian menurut teori Susan Tyler Eastman yaitu program acara yang disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari khalayak. Rutinitas khalayak seperti kapan mereka sarapan, kerja, istirahat, dan sebagainya menjadi acuan radio dalam menjalankan program.⁶

Strategi kesesuaian yang diterapkan oleh Radio Elsi Fm yang pertama mengenai penjadwalan. Penjadwalan program elsi nonstop musik,

⁴ Muhadjir noeng, *metode penelitian kualitatif* . (Yogyakarta : Rake Sarasin, 2002), hlm 142

⁵ Moleong lexy j. *Metode penelitian kualitatif*. (Bandung : Remaja rosdakarya) hlm 280

⁶ Eastman, Susan Tyler. *Broadcast/Cable Programming : strategi and practices*. (California : Wadsworth Publishing Company. 1984) hlm 9

elsi request on air, suara hati elsi dan elsi sweet memory yang diterapkan menurut peneliti sudah sesuai, karena saat penyiaran program sudah disesuaikan berdasarkan kegiatan dan kebutuhan pendengar, seperti pada program acara elsi request on air dimana para muda mudi bisa request lagu via telpon dan sms dan rentang waktunya juga sudah sesuai pukul 11.00 – 12.00. selanjutnya elsi nonstop musik rentang waktunya pukul 19.30 – 20.00 dimana pada jam itu para muda mudi memiliki waktu sengang karena bosan / jenuh bermain handphone. dan setiap hari selasa ada acara suara hati elsi dimana acara tersebut edisi curhat anak muda pukul 22.00 – 24.00 bagi anak muda yang ada masalah bisa mengikuti acara suara hati elsi setiap hari selasa dan sabtu. Dan selanjutnya juga ada program acara elsi sweet memory dimana program acara tersebut sesi curhatb anak muda juga dimana di acara tersebut bisa mengungkapkan perasaan kepada pasangan gebetan biasanya pukul 22.00 – 24.00.

Kedua, mengenai tipe program, tipe program elsi nonstop musik, elsi request on air, suara hati elsi dan elsi sweet memory yaitu Hiburan, Info maupun Tips. Tipe program ini menurut peneliti memiliki kelbeiham yaitu dimana di era millineal ini banyak anak muda yang jenuh / bosan bermain handphone dan bisa mendengarkan radio untuk mengurangi stres, dan juga mendapatkan tips.

Ketiga, segi pelaksanaan siaran. Pelaksanaan ini dimulai dari penentuan tema yang secara mendadak disampaikan prnyisir saat program acara berlangsung. Dan hiburan yang disampaikan berupa musik info maupun tips sesuai dengan yang viral ssaat sekarang ini. Sehingga anak muda tidak mudah jenuh dengan program2 yang di siarkan tersebut.

B. Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habit Formation*)

Strategi pembentukan kebiasaan (*Habit Formation*) yaitu kebiasaan khalayak dibentuk melalui program acara yang ditayangkan. Tidak jarang dari pembentukan kebiasaan ini timbul sikap fanatik khalayak terhadap suatu program

acara, sehingga khalayak pun enggan meninggalkan program yang disiarkan.⁷

Strategi pemebentukan kebiasaan yang diterapkan oleh radio Elsi Fm meliputi Pembuatan Rundown, adlibs dan Spot iklan. Yang *pertama*, pembuatan rundown yang diterapkan dalam program elsi nonstop musik, elsi request on air, suara hati elsi dan elsi sweet memory. Menurut peneliti sudah cukup baik , diamana di era millineal seperti sekarang ini orang lebih sibuk dengan medsos, seperti instagram facebook twitter dan youtube . tetapi radio masih eksis hingga sekarang walaupun mengalami kemunduran . meskipun rundown yang dibacakan secara acak dan mengalir begitu saja . itu menjadi kelebihan dari seorang penyiar radio.

Yang *kedua*, dalam pembuatan adlibs dan spot iklan yang dilakukan oleh manajemen radio elsi fm menurut penulis juga sudah baik, karena ini radio bersifat radio publik lokal, jadi iklan yang disampaikan terbatas dan tidak semua iklan di terima dan sedangkan adlibs yang dibuat oleh radio elsi fm tidak disampaikan oleh penyiar tetapi oleh yang membuat iklan.

C. Strategi Kontrol Arus Pendengar (*Control Of Audience Flow*)

Strategi kontrol arus pendengar (*Control Of Audience Flow*) yaitu ketika sebuah program selesai ditayangkan, maka program berikutnya disajikan. Antara program satu dengan yang lainnya, jumlah *audience* juga harus tetap dijaga dengan menyajikan program yang tetap bisa menjaga aliran penonton agar tidak beralih ke channel lain atau bahkan menarik pendengar channel lain.⁸

Strategi kontrol arus pendengar yang diterapkan dalam radio elsi fm meliputi yang *pertama*, penetapan standar mutu program menurut peneliti sudah baik, cara penyiar menyampaikan juga sesuai dengan pedoman penyiaran dan menggunakan bahasa yang mudah

⁷ Eastman, Susan Tyler. *Broadcast/Cable Programming : strategi and practices.* (California : Wadsworth Publishing Company. 1984) hlm 11

⁸ Eastman, Susan Tyler. *Broadcast/Cable Programming : strategi and practices.* (California : Wadsworth Publishing Company.1984) hlm 12 - 13

dimengerti dan bersifat bersabat kepada pendengar sehingga disukai pendengar.

Yang *kedua*, pengawasan program acara elsi nonstop musik, elsi request on air, suara hati elsi dan elsi sweet memory. Langsung diawasi oleh KPI, karena radio elsi fm adalah radio publik lokal sehingga dalam naungan pemerintah menjadikan radio elsi fm cermat dalam menyampaikan program. Dan sejauh ini program acara dari elsi fm mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat.

Terakhir, strategi pengontrolan arus pendengar adalah evaluasi yang dilakukan oleh pihak manajemen radio Elsi FM sudah baik, karena evaluasi program dilakukan sebulan sekali sebagai bahan perbaikan pelaksanaan program selanjutnya. Bahan evaluasi yaitu dengan rekaman program acara sebagai acuan untuk perbaikan program, sehingga penyampaian materi dan pelaksanaan program lebih baik.

D. Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program (Conservation Of program Resources)

Strategi daya penarik massa (*Mass Appeal*) yaitu program acara yang ditayangkan dapat menjangkau khalayak luas, baik secara teknis maupun sosial. Namun demikian, hal ini bergantung pada status organisasi radio dan tujuan yang dicapai melalui program acara yang disiarkan.⁹

Strategi daya penarik massa yang diterapkan di radio Elsi Fm dalam program acara elsi nonstop musik, elsi request on air, suara hati elsi dan elsi sweet memory meliputi daya tarik program, daya tarik program dari segi timing dan daya tarik dari segi media online. Menurut pengamatan peneliti yang *pertama*, Program yang disampaikan penyiar sudah di pelajari oleh penyiar nya terlebih dahulu , jadi tema-tema yang diangkat memang apa yang di hadapi oleh muda –mudi tersebut dan selama acara tersebut juga diselingi lagu lagu yang digemari oleh muda – mudi sehingga tidak membuat pendengar jenuh dan bosan.

Yang *kedua*, daya tarik program dari segi timing menurut peneliti terletak pada strategi waktu program Daya tarik program dari segi timing disesuaikan dari segi kebiasaan mendengarkan program radio. Apalagi musik, muda mudi yang suka jenuh dan bosan pasti bisa mendengarkan musik kapan saja pagi hari siang sore dan malam, sehingga meningkatkan suasana hati akibat bosan dan jenuh. Berdasarkan hal tersebut maka penempatan jam siaran musik indo jam 09.00 – 09.30 elsi request nonstop 19.00 – 20.00 dan elsi request nonstop diaman malam hari adalah waktu sengang muda mudi jam 21.00 – 22.00. dapat memudahkan pendengar terutama kalangan anak muda dengan mudah nya bisa mendengar kan siang sore apun malam.

Yang *ketiga*, Daya tarik dari segi media sangat menarik pendengar untuk mendengarkan sekarang radio juga sudah bisa di dengarkan melalui internet. Kapan pun dan diamanapun bisa mendengarkan siaran radio . melalui streaming radio elsi fm yang bisa di akses melalui website radio elsi fm bukitinggi.

Kunci Radio tetap eksis di era millineal ini adalah radio harus memberikan informasi yang *up to date* dan terpercaya. Di era millineal yang penuh dengan anak muda yang sibuk menggunakan media sosial. Radio harus bisa menjadi pencerahan dan petunjuk informasi yang valid. Radio juga harus bisa memanfaatkan perkembangan interaksi dengan pendengar, terutama di media sosial dan aplikasi. Radio harus menggandeng lembaga/ instansi lain, serta memperbanyak membuat acara off air.

Radio juga harus bisa memanfaatkan perkembangan interaksi dengan pendengar yaitu dengan menghubungkan radio dengan media sosial dan aplikasi seperti : Facebook, Instagram, Youtube, twitter dan radio streaming. Seperti Radio Elsi FM yang sudah menggunakan media sosial dan aplikasi. Hal ini dibuktikan Radio Elsi FM dalam strategi persaingan dengan usaha sejenis dsn media lain, antara lain membuat website dan streaming radio danga sasaran prioritas anak muda yang familiar dengan iptek. Mengali klan lewat website, membuat medsos facebook, instagram.

CONCLUSION / KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai **Strategi Radio Elsi FM Bukittinggi** dalam Mempertahankan

⁹ Eastman, Susan Tyler. 1984. *Broadcast/Cable Programming : strategi and practices.* (California : Wadsworth Publishing Company.1984) hlm 13 - 14

Eksistensinya di Era Millineal maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Dengan demikian manajemen radio Elsi Fm melakukan beberapa Strategi untuk tetap eksis di Era Millineal ini tidak hanya dari persaingan dengan media lain tetapi juga dengan cara meningkatkan kualitas radio tersebut . Strategi Radio Elsi FM di Era Millineal yaitu yang *pertama*, strategi persaingan dengan usaha sejenis dan media lain, antara lain :

1. Membuat website dan streaming radio dengan sasaran prioritas anak muda yang familiar dengan iptek
2. Mengali iklan lewat website
3. Membuat medsos seperti facebook, dan isntagram

Yang *kedua*, yaitu pertahankan audience, sebgai berikut :

1. Melakukan live report di balai kota
2. Bekerja sama dengan PEMDA dan Kominfo utnuk meliput sidang paripurna DPR dan DPRD
3. Melibatkan langsung pendengar dalam acara on air melalui Telpon dan sms

REFERENCES / DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A.Ius, Yudo Triartanto. (2010). Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher Bandung : CV Mandar Maju
- Burhan Bugin. (2007). penelitian Kualitatif, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Eastman, Susan Tyler. (1984). .Broadcast/Cable Programing :strategi and practices. California : Wadsworth Publishing Company
- Effendy, Onong Uchjana. (1990). Radio Siaran Teori & Praktek.
- Fred, Wibowo. (2012).Teknik Produksi Program Radio Siaran. Yogyakarta : Grasia Book Publisher
- Helaludin Hengki Wijaya. (2019). Analisi Data Kualitatif, Jakarta: Teologia Jaffray
- Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin. (2013). Dasar-Dasar Penyiaran, Jakarta: Kencana
- Komarudin dan Yoke Tjuparmah S. (2001) Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah Jakarta: Bumi Aksara
- M Ali. (1987).Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi, Bandung: Angkasa
- Masduki. (2001). Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter & Penyiar. Yogyakarta: Lkis
- Moh Nazir. (2005). Metode Penelitian, Bogor: Galia Indonesia

Morissan. (2008). Manajemen Media Penyiaran : Strategi mengelola Radio &Televiisi, Jakarta : Kencana

Penjelasan Undang Undang Nomor 39 tahun (1999) tentang Hak Asasi Manusia

Riswandi. (2009). Dasar-Dasar Penyiaran.Yogyakarta: Graha Ilmu

Romli, M. Syamsul Asep. Broadcast Journalism: panduan menjadi penyiar,reporter,&script writer. Bandung: Nuansa.

Suardi Endaswara. (2013) Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan, Yogyakarta: Pustaka Widyatama

Sugiono. (2013). Metode Penelitian Kulaitatif dan Kuantitatif dan R&D, Bandung, Alfabeta CV

Suranto A.W. (2001). Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta : Graha Ilmu

Tim Penulisan KBBI. (2005). Kamus Besar Bahasa Indonesia Jakarta: Balai Pustaka

Jurnal

- Firza Riski Perdana. (2016). Upaya Paduka FM dalam Mempertahankan Eksistensi Fungsi Sosial Radio di Era Konvergensi Media. “(Skripsi program Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Purwokerto)
- Rafardhan Irfan Alarik. (2015). Strategi Radio “Silaturrahim” Am 720 Cibubur Bekasi dalam mempertahankan Eksistensinya sebagai media dakwah.(Skripsi Universitas Walisongo Semarang)
- Sugianto, Upaya Radio Suara Parangritis dalam mempertahankan Eksistensinya pada Frekuensi AM. (Skripsi Universitas Parangritis)
- Suprapti Dwi Takariani. (2013) . Peluang dan Tantangan Radio Komunitas di Era Konvergensi. (Jurnal Kominfo Vol 11, nomor 1)