

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA

Bab ini menyajikan data dan pembahasan yang berhubungan dengan strategi programming Unisi FM dalam meningkatkan jumlah pendengarnya. Adapun data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah berasal dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, khususnya dengan pihak manajemen Unisi FM dan studi pustaka dari sumber-sumber yang memuat informasi secara relevan. Data-data ini untuk kemudian dianalisis berdasarkan konsep teori dan dijabarkan dalam bentuk uraian. Dalam deskripsi ini berisi tentang strategi *programming* yang dijalankan Unisi FM, implementasi atau pelaksanaan *programming*, serta program evaluasi yang diadakan oleh Unisi FM.

1. Proses Perencanaan Strategi *Programming*.

Bagi stasiun radio, *programming* merupakan sebuah hal penting yang mana ikut berperan serta dalam proses perkembangan stasiun radio tersebut. Tujuan utama radio tersebut adalah untuk bisa memberikan kebutuhan dan kepuasan terhadap

pendengarnya, namun tentunya untuk memuaskan pendengarnya maka harus mengerti benar seperti apa pendengar yang menjadi target audiens dari radio tersebut.

Dalam pengertian lain, programming adalah landasan yang membangun penampilan media, perbedaan suatu media dengan media yang lain ditentukan oleh kebijakan programming dengan proyeksi karakter media dilihat dari kebijakan programmingnya. (Siregar, 2000 : 17)

Untuk menjalankan proses *programming* yang di inginkan dan sesuai dengan tujuan yang ingin di capai maka pertimbangan yang dimiliki Unisi FM itu berpatokan pada hal yang ingin ditunjukkan oleh Unisi FM sendiri kepada khalayak pendengar bahwa Unisi FM adalah salah satu wadah atau radio bagi anak muda yang aktif dan haus akan informasi yang terbaru saat ini. Maka hampir semua program yang ada di Unisi FM berkaitan dengan kegiatan anak muda, sesuai dengan segmentasinya.

Dilihat dari segi demografi Unisi FM berada di kota Yogyakarta, kota yang banyak dipenuhi oleh anak muda dan kaum pelajar. Menurut Unisi FM dengan kenyataan seperti ini, maka dapat dimanfaatkan untuk menjadi salah satu target pasar yang sangat potensial. Radio Unisi FM untuk menunjang programmingnya menggunakan strategi *Research Driven*, sebuah strategi hasil pengembangan dari Unisi FM untuk bisa di aplikasikan ke pendengar. Kelanjutan dari strategi *Research Driven* adalah *Market Driven*. Strategi *Market Driven* ini lebih cenderung mengarahkan pendengar seperti apa program, dan segala hal yang dibutuhkan dari pendengar dilakukan oleh metode *Market Driven*.

Berdasarkan dari penjabaran di atas, Unisi FM melakukan proses perencanaan dan manajemen programming yang diawali dengan *Research Driven*. Melibatkan pihak luar seperti target pasar itu sendiri dalam perencanaan programmingnya merupakan tingkat efektifitas tersendiri dalam proses strategi programming yang telah dilakukan Unisi FM. Unisi FM menggunakan pendekatan dengan pendengar usia 18-35 tahun, memutar musik-musik yang sedang hits, menggunakan metode *Research Driven* yang melibatkan pendengar, unik dan menarik. Semua itu dikemas melalui sajian program, cara siaran, materi siaran, pembekalan kepada penyiar, merupakan proses programming yang dalam teori dikatakan bahwa programming adalah menjadi pembeda dari radio lain dan menjadi karakteristik diri yang unik dari Unisi FM.

Dari penjabaran teori dan data lapangan di atas, jenis programming yang dinyatakan dalam teori dan di lapangan yang dilakukan Unisi FM masih terlalu general, dalam artian masih tergolong umum. Hal yang dianggap oleh Unisi FM sebagai proses programming yang mempunyai arti pembeda dan karakteristik diri, namun pada kenyataannya di lapangan banyak jenis radio yang mengincar target pasar yang sama yaitu anak muda dan mereka radio kompetitor yang ada juga memutar musik-musik yang sedang hits dan terkadang ada juga masukan yang diberikan oleh pendengar untuk kemajuan radio tersebut.

Strategi programming dari penjelasan teori yang dikemukakan Siregar, Unisi FM harus bisa mencari celah untuk mencari pembeda dari radio kompetitor dengan

tujuan supaya tetap bisa meraih tujuan yang di inginkan. Tujuannya yaitu memilih proses programming yang belum dimiliki atau masih sedikit, karena dilihat dari segi demografi kota Yogyakarta untuk target pasar anak muda sangat mendominasi, maka persainganpun akan terjadi sangat ketat. Adanya landasan untuk membuat sebuah strategi yang akan dipakai untuk kedepannya merupakan hal penting, karena landasan itulah yang nanti akan menjadi acuan untuk mengembangkan isi dari radio tersebut. Hal itu bisa diaplikasikan berupa program siaran, format siaran, sampai dengan proses pemilihan jadwal siaran untuk mengefektifkan program yang ada.

Dalam proses perencanaan program radio Unisi FM, diperlukan beberapa hal yang harus di perhatikan sebagai pertimbangan agar program-program yang telah ada dapat disusun dengan efektif sesuai dengan kategorisasi program tersebut. Selain hal tersebut merupakan hal yang perlu dilakukan oleh pihak radio Unisi FM, karena dari mengerti hal-hal seperti segmentasi, *targeting*, *positioning*, *formatting* dan *programming*, maka hal tersebut bisa membantu proses penyusunan program acara yang dimiliki oleh radio Unisi FM. Dalam hal ini penulis akan membahas lebih dalam lagi tentang strategi *programming* Unisi FM dalam meningkatkan jumlah pendengarnya.

a) Programming

Penerapan strategi *programming* merupakan salah satu hal terpenting untuk menarik minat audiens. Karena hal yang pertama kali dilihat oleh audiens saat

mendengarkan radio adalah program-program acara yang disajikan pada suatu radio tersebut. *Programming* merupakan pembuatan pola dan penetapan serangkaian acara yang diberikan dalam lingkup waktu tertentu.

Kegiatan *programming* ini merupakan kegiatan penyusunan format siaran, penataan program-program acara dan lainnya yang diharapkan bisa mewakili *image* dan identitas dari stasiun radio tersebut, jadi jangan sampai terjadi kesalahan yang mana berdampak pada bingung atau tidak tahunya pendengar dengan apa yang sedang di siarkan dan segala hal yang menyangkut tentang radio tersebut. Oleh karena itu perencanaan didalamnya sangat dibutuhkan untuk mendukung dan membantu proses kelancaran siaran sesuai dengan kebijakan dan juga tujuan dari radio tersebut kepada pangsa pendengar yang disesuaikan dengan format stasiun radio tersebut.

Pembagian waktu menurut jam efektif siaran dari tiap-tiap program yang ada memang harus di perhatikan, karena agar sesuai dengan materi siaran dan waktu yang tepat untuk disiarkan. Bila terjadi kesalahan dalam penempatan program acara maka akan berpengaruh pada suksesnya acara tersebut. Artinya untuk penempatan suatu program acara harus benar-benar dipikirkan secara matang.

Penentuan *programming* dalam waktu siaran tersebut dari pagi sampai malam adalah penyesuaian dimana penyesuaian tersebut mengikuti alur aktifitas pendengar dan kebiasaannya. Biasanya pada waktu atau jam tertentu setiap pendengar berkelainan kebutuhannya dan berseberangan dengan apa yang sedang dia lakukan

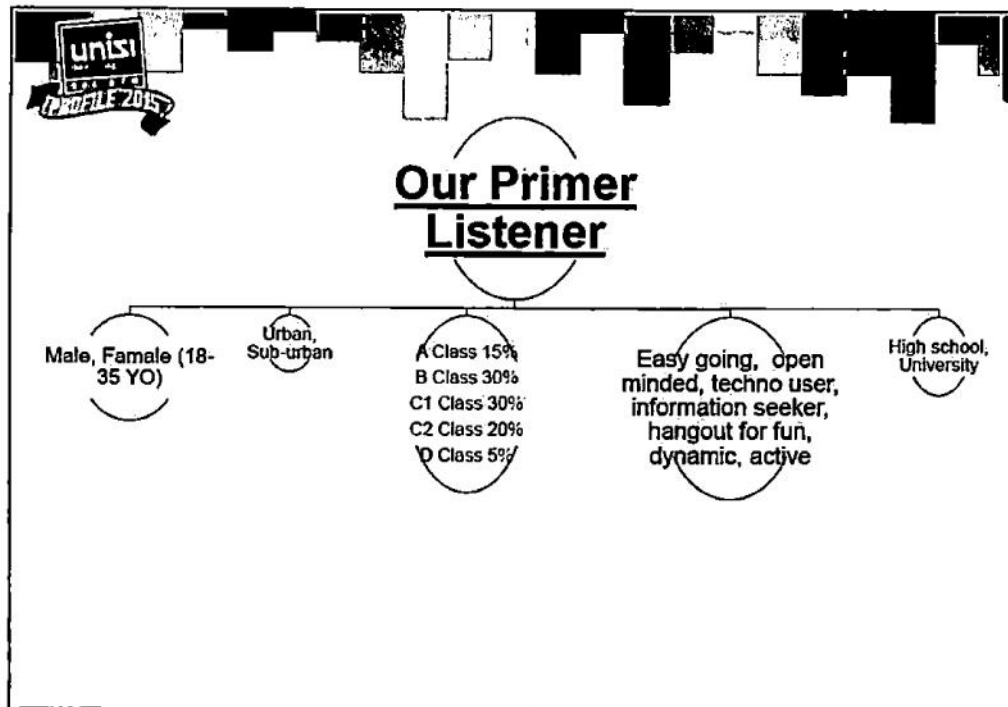
pada rutinitasnya. Karena bahan siaran harus disesuaikan dengan pendengar dalam hal ini adalah kebiasaan dan rutinitasnya, maka bahan siaran dari tiap- tiap waktu pembagiannya seperti berita, musik, pendidikan, hiburan dan lain sebagainya juga harus disesuaikan. (Efendy, 1992:121).

Sebelum membuat suatu program acara yang ditayangkan, biasanya akan melewati suatu perencanaan yang matang. Hal itu dilakukan untuk mencapai keberhasilan program tersebut, termasuk yang sangat penting yang harus diperhatikan adalah segmentasi yang ingin dituju. Karena dengan mengetahui segmen yang jelas akan memudahkan untuk pembuatan program seperti apa yang sesuai dengan segmen tersebut. Dan Unisi FM sudah memilih segmennya anak muda usia 18-35 tahun, karena pada usia tersebut adalah segmen yang cukup mudah untuk disasar.

Untuk segmentasi yang kami inginkan adalah memang sejak tahun 2000 unisi sudah sepakat untuk menyasar anak muda. Cuma anak muda yang kami sasar terutama adalah anak muda yang aktif, intelektual dan haus akan informasi. Kenapa kami memilih segmen tersebut, karena terus terang untuk pasar tersebut banyak diminati oleh pemasang iklan, sangat luas dan cukup mudah untuk digarap, walaupun memang banyak competitor yang akan kami temui. Selain itu pada usia tersebut antara 18-35 adalah usia yang menurut kami aktif-aktifnya untuk mengembangkan diri. Sehingga itu cocok dengan visi misi Unisi. (Wawancara dengan manajer Zam Alfaris, pada hari kamis, tanggal 25 Juni 2015)

Setelah segmentasi pasar sudah dipastikan dengan jelas, program demi program baru bisa disusun dengan baik. Mulai dari jam *prime time* hingga jam tayang regular. Artinya pihak Unisi FM harus mengetahui jam berapa saja masuk dalam jam yang para pendengar ramai mendengarkan dan jam yang para pendengarnya sedikit

karena sibuk dengan kegiatannya masing-masing. Dan berikut ini data segmentasi dari Unisi FM:



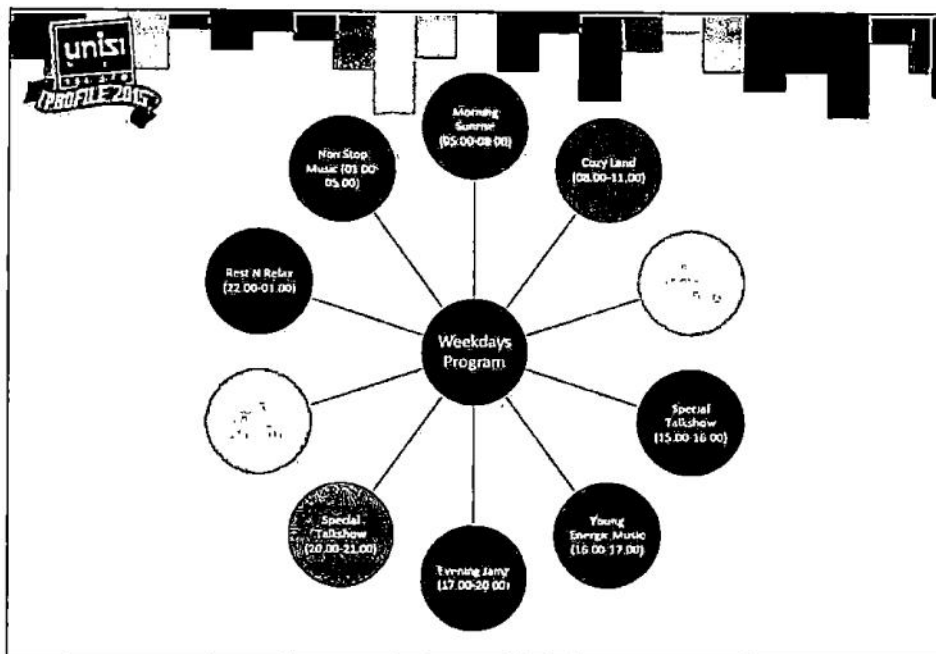
Gambar 6. Segmentasi pasar Unisi FM

Sumber : Unisi Radio

Setelah diketahui segmentasi tersebut, maka Unisi FM bisa menyusun program acara. Tujuan dari Unisi FM menyusun program acara adalah salah satunya untuk memenuhi kebutuhan pendengar yang belum terpenuhi oleh radio competitor, sehingga Unisi FM menjadi satu-satunya radio yang memenuhinya. Seperti yang di utarakan oleh pihak Unisi FM berikut:

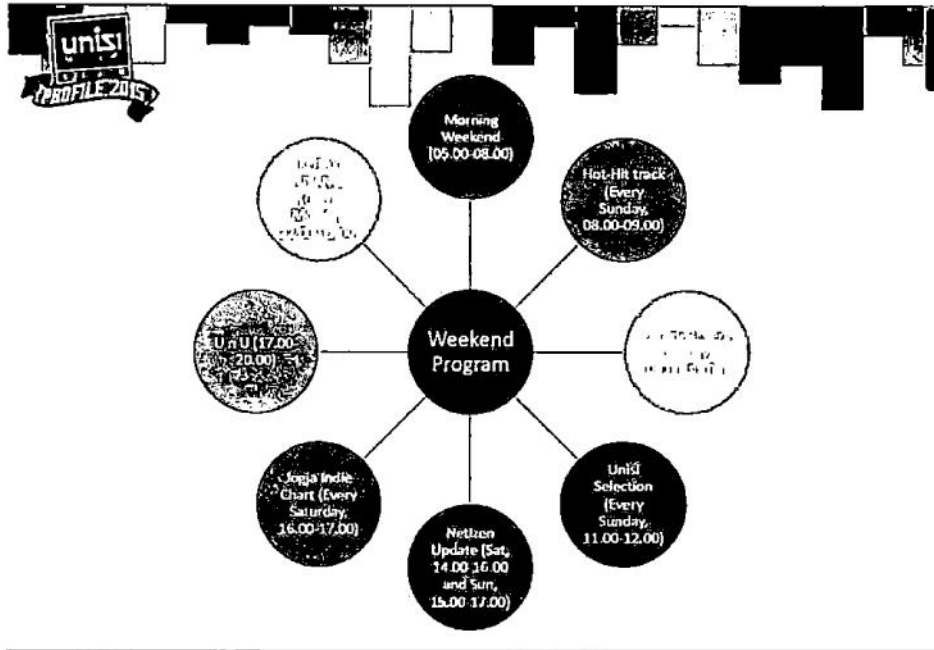
Tujuan kami dalam setiap penyusunan program acara jelas untuk memenuhi kebutuhan pendengar. Seperti acara morning sunrise yang

menjadi salah satu acara unggulan radioUnisi,acara tersebut kami tayangkan mulai dari jam 5 pagi sampai jam 8. kami berpendapat bahwa jam seperti itu adalah waktunya para pendengar kami mulai beraktifitas, sehingga kami memberikan musik yang lebih semangat dan energik. Tujuannya jelas memberikan suntikan semangat kepada pendengar agar lebih semangat dalam memulai aktifitas mereka masing-masing. (Wawancara dengan manajer Zam Alfari, pada hari Kamis, tanggal 25 Juni 2015)



Gambar 7. Program acara harian Unisi tahun 2015

Sumber : Unisi Radio



Gambar 8. Program acara mingguan Unisi tahun 2015

Sumber : Unisi Radio

Gambar diatas adalah beberapa program acara yang sudah dijalankan oleh Unisi FM sampai saat ini. Dalam menyusun jadwal siaran setiap acaranya, Unisi FM akan selalu melihat waktu-waktu yang masuk *prime time*. Artinya Unisi FM melihat saat kapan para pendengar mulai mendengarkan radio, kegiatan mereka sedang apa dan sekiranya informasi apa yang mereka butuhkan saat itu. Karena dengan mengetahui keadaan pendengar maka akan lebih mudah untuk menyusun penjadwalan program acaranya.

Untuk penjadwalan sendiri pertama kami melihat di jam berapa aja sih yang masuk kategori *prime time*. Nah, setelah kami tau di jam tersebut masuk dalam *prime time* barulah kami menentukan acara yang pas untuk disiarkan apa. Misalnya kami pagi itu mulai jam 5-10 pagi

ternyata banyak pendengarnya, maka kami bikin program yang namanya morning sunrise. Dan ternyata tepat, program tersebut menjadi salah satu program unggulan kami. Begitu juga dengan program yang lainnya, kami akan melihat dulu waktu yang tepat dan banyak pendengarnya baru kami akan jadwalkan program yang tepat. Dan setiap program acara akan ada produser yang bertanggung jawab atas program tersebut. (Wawancara dengan manajer Zam Alfaris, pada hari kamis, tanggal 25 Juni 2015)

Adapun dalam menyusun program demi program juga perlu diperhatikan, artinya antara satu program dengan program yang lain tidak hanya sekedar asal tayang. Perlu dijadwalkan agar sesuai dengan target pendengarnya sehingga tujuan program tersebut dapat bisa tepat sasaran dan memiliki pendengar yang maksimal. Perlu adanya tema yang baru dan memang dibutuhkan oleh pendengar agar pendengar juga tidak mengalami kebosanan dan berpindah ke radio lain.

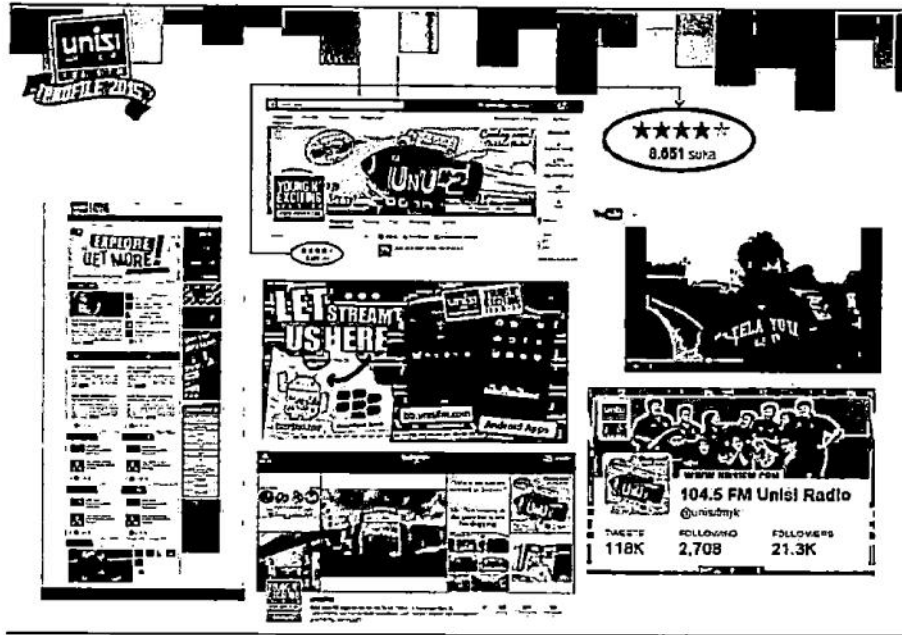
Kami melihat segmen dan listenernya dulu seperti apa, misalnya setiap hari kami bikin program yang rohani terus pasti akan menimbulkan kebosanan buat pendengar. Jadi kami akan buat program yang berbeda setiap harinya. Misalnya setiap senin kami akan undang band indie untuk ikut siaran, selasa kami undang komunitas yang ada di jogja untuk berbagi pengalaman, kemudian hari selanjutnya akan ada tema selanjutnya. Enta itu tentang film, atau tema yang sedang hits pada saat itu. Sehingga dengan menggandeng banyak komunitas anak muda tersebut, image yang akan kami dapatkan sesuai dengan image Unisi sebagai radio anak muda. (Wawancara dengan manajer Zam Alfaris, pada hari kamis, tanggal 25 Juni 2015)

Setiap program yang sudah di tayangkan dan yang akan di tayangkan berikutnya pun seharusnya saling berintegrasi satu dengan program yang lainnya. Sekali lagi hal ini perlu dilakukan untuk penyegaran dalam setiap program yang ada. Hal ini untuk menghindari kebosanan pendengarnya, karena bukan hal yang mustahil

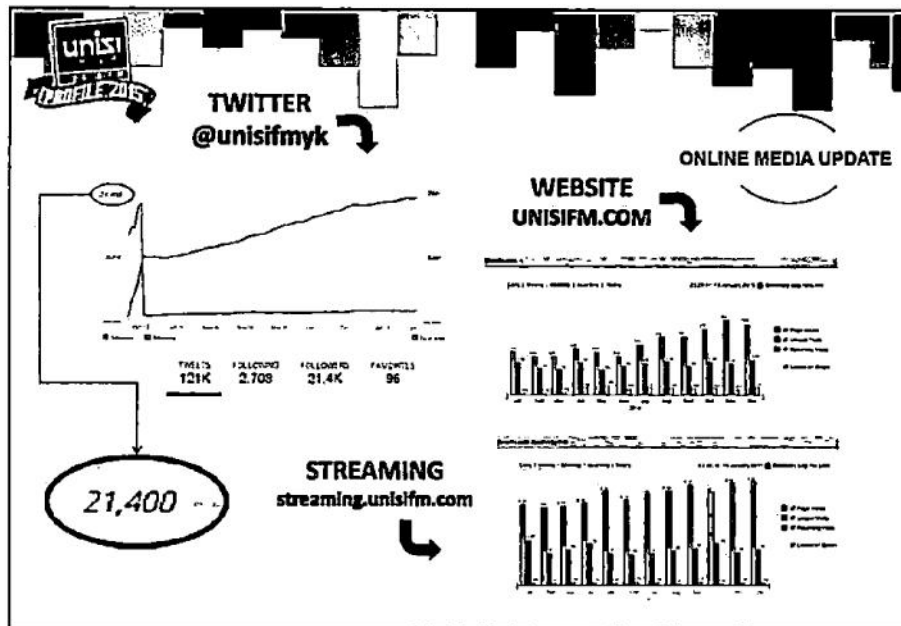
jika tidak ada pembaruan program yang ada, termasuk tema maka akan dengan mudah pendengar mengalami kebosanan sehingga para pendengar tidak akan bertahan lama.

Untuk menentukan setiap program pasti kami sudah merencanakan secara matang, baik itu penempatan program ataupun jalinan program dengan yang lainnya. Misalnya senin kami undang band indi, kemudian hari selanjutnya kami bahas tentang film atau komunitas dll. Dengan begitu kami berharap dapat mengurangi kebosanan para pendengar dalam mendengarkan program acara tersebut. (Wawancara dengan manajer Zam Alfaris, pada hari kamis, tanggal 25 Juni 2015)

Adapun dalam proses penentuan strategi program yang ada di radio Unisi FM mengandalkan proses yang disebut dengan *riset driven*, karena radio Unisi FM menggunakan riset-riset kepada pendengar untuk bisa mengerti seperti apa yang mereka mau, keinginan seperti apa yang belum mereka dapat di radio lain, dan lain sebagainya. Berdasarkan *riset driven* radio Unisi FM bisa lebih detail dalam memperoleh informasi dari pendengar, seperti program apa yang di inginkan oleh pendengar, seperti apa program atau radio yang bagus menurut mereka, dan semua itu radio Unisi FM lakukan dengan berbagai pendekatan seperti halnya interaksi dengan pendengar melalui internet atau jejaring sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dari interaksi tersebut dilontarkan pertanyaan-pertanyaan kepada pendengar sesuai dengan porsi yang ingin diketahui oleh pihak radio Unisi FM. Dan berikut beberapa daftar pendengar Unisi FM melalui media On Line:



Gambar 9. Media sosial Unisi FM



Gambar 10. Jumlah pendengar online Unisi FM

b) Proses Implementasi Programming

Programming acara di stasiun radio berkembang mengikuti perkembangan jaman, karena *programming* sebuah acara itu juga harus bisa menyesuaikan dengan keinginan dari segmentasi yang di inginkan, dan tentunya pendengar yang ada ingin mendapatkan sesuatu yang baru khususnya dari program acara yang di suguhkan agar tidak merasa bosan dan tetap menjadi pendengar setia dari radio, karena alasan tersebut pasti pihak stasiun radio akan terus berkreasi dalam menciptakan program acara yang menarik, dan salah satunya melalui metode *Riset Driven* yang melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Melakukan proses memberikan pertanyaan kepada pendengar (segmentasi).
2. Mengolah hasil jawaban dari pendengar.
3. Melakukan proses rapat dengan tim produksi, kreatif dan juga penyiar.
4. Mengajukan pertanyaan kepada manager tentang rencana pembuatan program.
5. Eksekusi pembuatan program.

Berdasarkan hasil dari *research driven* didapatlah strategi *market driven*, dan dari strategi ini juga telah ada perubahan program yang ada di radio Unisi FM yaitu program acara *Morning sunrise* yang awalnya konsep acaranya lebih banyak pada pemutaran lagu namun sekarang ditambah dengan interaksi dengan pendengarnya.

serta lebih informatif. Program acara yang dimulai dari jam 05.00 pagi sampai dengan jam 08.00 tersebut sampai saat ini masih menjadi salah satu program acara unggulan yang ada di Unisi FM, menurut Zam Alfaris selaku Manajer Unisi FM.

Dalam proses penyusunan program acara di radio Unisi FM, pertama radio Unisi FM menentukan segmen atau khalayak sasaran, spesifikasi khalayak sasarannya untuk disesuaikan dengan program yang akan dibuat, program yang dirancang harus bisa mewakili identitas dari radio, lalu proses publikasi program dan melakukan evaluasi dari program.

Radio Unisi FM mengaplikasikan proses penyusunan program tersebut sebagai berikut :

1) Menentukan khalayak

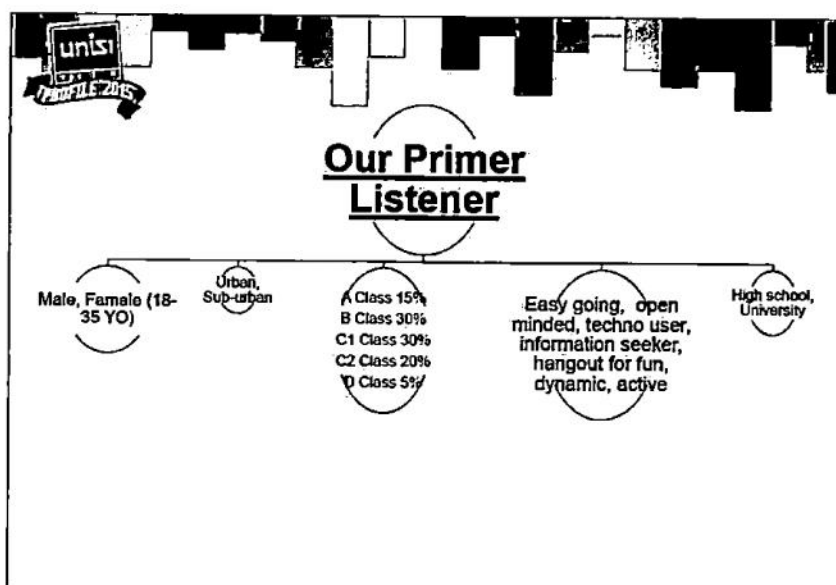
Menentukan segmen mana yang akan dituju oleh stasiun radio atau karakter pendengar mana yang akan dituju, hal tersebut bertujuan agar nantinya program yang ditawarkan akan mengikuti segmen sasaran yang dituju. Untuk itu diperlukan analisis kepada pendengar terhadap keinginan serta kebutuhan pendengar, karaktersitik yang dibuat, dan karakter audiens serta opini masyarakat, dengan demikian program yang akan disajikan mampu meningkatkan daya tarik masyarakat.

Seperti tadi yang sudah saya jelaskan, jadi kami pasti akan melihat segemnnya dulu seperti apa, kegiatan mereka ngapain aja, yang lagi happening apa aja. Jadi kami pasti melihat ke kebutuhan pendengar. biasanya hal tersebut dapat kami ketahui dari driven riset melalui media social kami. Schingga kami bisa menjalin komunikasi

dan mendapatkan respon langsung dari pendengar tentang acara kami, kurangnya dimana dan yang diinginkan seperti apa. Karena dengan begitu, ketika kami bisa memenuhi kebutuhan pendengar otomatis pendengar akan setia untuk mendengarkan program kami. (Wawancara dengan manajer Zam Alfaris, tanggal 25 juni 2015)

2) Melakukan spesifikasi khalayak untuk disesuaikan dengan program.

Program yang akan disiarkan merupakan siaran program yang sesuai dengan khalayak pendengar yang spesifik menyesuaikan dari karakteristik pendengar. Berdasarkan data yang dimiliki radio Unisi FM bahwa radio Unisi FM memiliki spesifikasi pendengar anak muda 18-25 spread 18-35, urban-sub urban, SES A: 15%, B: 30%, C1: 30%,C2:20, D:5%, high school, university. (sumber: Radio Unisi FM)



Gambar 11. Karakter pendengar Unisi FM

Sumber : Unisi Radio

3) Program harus mewakili identitas radio.

Dari program yang disiarkan oleh radio Unisi FM merupakan gabungan dari identitas radio dengan tema yang akan disiarkan kepada khalayak pendengar, tema yang sebagian besar menjadi tema unggulan dari radio Unisi FM dan juga merupakan identitas yang ingin ditampilkan kepada khalayak seperti apa. Radio Unisi FM ini ingin dicitrakan oleh khalayak, tema informasi, musik dan hiburan menjadi tema yang sering diangkat menjadi tema sebuah program acara yang ada didalamnya.

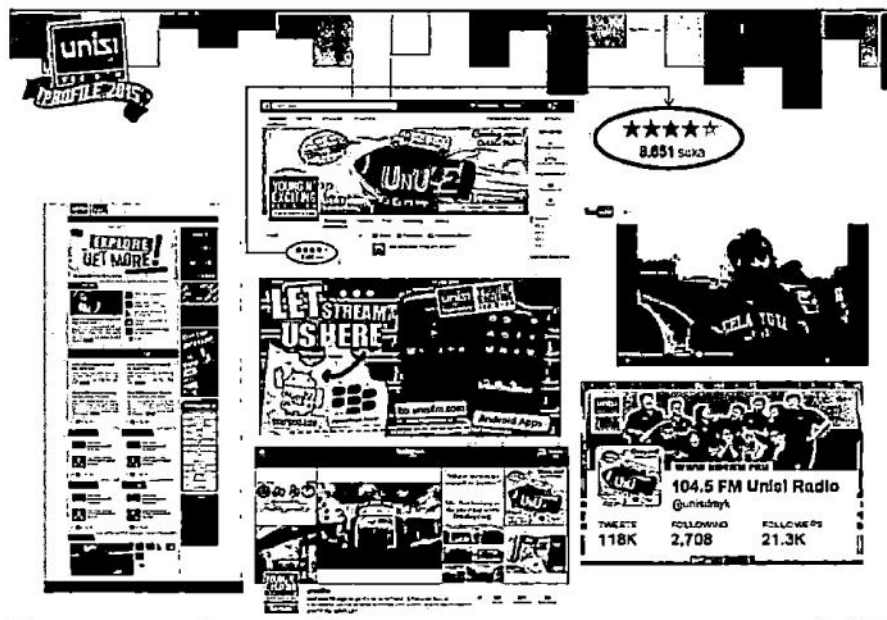
Kami melihat segmen dan listennya dulu seperti apa, misalnya setiap hari kami bikin program yang rohani terus pasti akan menimbulkan kebosanan buat pendengar. Jadi kami akan buat program yang berbeda setiap harinya. Misalnya setiap senin kami akan undang band indie untuk ikut siaran, Selasa kami undang komunitas yang ada di Jogja untuk berbagi pengalaman, kemudian hari selanjutnya akan ada tema selanjutnya. Entah itu tentang film, atau tema yang sedang hits pada saat itu. Sehingga dengan menggandeng banyak komunitas anak muda tersebut, image yang akan kami dapatkan sesuai dengan image Unisi sebagai radio anak muda. (Wawancara dengan manajer Zam Alfaris, tanggal 25 Juni 2015)

4) Publikasi program.

Sebuah stasiun radio pada awal berdirinya pasti akan melakukan kegiatan publikasi tentang radio tersebut. Program apa yang akan ditawarkan dan sebagainya. Hal tersebut juga yang harus dilakukan terhadap program acara yang ada di stasiun radio untuk memperkenalkan atau

mempromosikan kepada pendengar tentang program yang dimiliki oleh radio Unisi FM, hal ini juga bisa menjadi faktor yang menunjang bertambahnya pendengar setia dari radio Unisi FM ini.

Publikasi yang dilakukan radio Unisi FM antara lain melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Websitedan* juga melalui siaran langsung oleh para penyiar.



Gambar 12. Akun media sosial Unisi FM

Sumber : Unisi Radio

Gambar di atas merupakan kegiatan publikasi yang dilakukan pihak radio Unisi FM dalam mempublikasikan program acaranya, maupun *event* yang akan di selenggarakan oleh radio Unisi FM, itu bertujuan supaya para pendengar lebih mengenal dekat atau bahkan memberitahu kepada

pendengar yang belum tahu agar menjadi tahu, tentunya akan berimbas pada eksistensi program yang di siarkan tersebut.

5) Evaluasi program dari pendengar.

Melakukan evaluasi dari program yang di promosikan kepada khalayak dilakukan untuk mengetahui alasan pendengar memilih mendengarkan acara tertentu dan jenis program seperti apa yang disukai pendengar dari program yang telah ada sebelumnya, memberikan masukan dalam hal ini juga bisa menjadi masukan yang positif dalam proses evaluasi. Evaluasi ini merupakan langkah melakukan pemilihan program dan kemudian menempatkan program-program yang terpilih kedalam susunan acara untuk menarik target pendengar.

Sejauh ini Unisi selalu melihat pendengar, apakah pendengar masih setia untuk mendengarkan program acara tersebut. Jadi kami tidak langsung mengganti programnya dengan program yang lain jika sudah mulai ditinggalkan oleh pendengarnya gitu tidak, Unisi hanya akan membenahi segmen pendengar dan mengemas program supaya lebih menarik untuk didengarkan lagi. Jadi program acara tetap berjalan, Cuma akan ada pembenahan jika sudah mulai menurun. Makanya akan selalu ada produser yang bertanggung jawab untuk survey pendengar dan kesuksesan berjalannya program tersebut. (Wawancara dengan manajer Zam Alfaris, tanggal 25 juni 2015)

Berikut ini adalah program radio Unisi FM tahun 2014 dan tahun 2015:

(a) **Program dan jam siaran radio Unisi FM tahun 2014**

Tabel 2. Program dan jam siaran radio Unisi FM tahun 2014

Jam Siar	Program Acara
05.00 – 08.00	<i>Morning Sunrise (entertainment)</i>
08.00 - 11.00	<i>Working Line</i>
11.00 –15.00	<i>Unisi High way</i>
15.00 - 16.00	<i>Talkshow</i>
16.00 - 17.00	<i>Young Energetic Music</i>
18.00 –20.00	<i>Evening Jamz</i>
20.00 – 21.00	<i>Talkshow</i>
21.00 – 22.00	<i>Special Program</i>
22.00 – 01.00	<i>Rest And Relax</i>

Sumber :Dokumen Unisi Radio

(1) **Morning Sunrise (05.00-08.00)**

Salah satu acara unggulan yang dimiliki oleh Unisi FM, disiarkan setiap hari dari jam 5 pagi sampai jam 8 pagi. Acara ini bertemakan hiburan dengan di dominasi oleh pemutaran lagu populer dan tentang informasi seputaran dunia anak muda saat ini, hal tersebut bertujuan untuk memberikan semangat baru bagi pendengarnya dalam menjalani aktifitas mereka hari itu.

(2) **Working Line (08.00-11.00)**

Working line ini merupakan salah satu acara yang bertemakan hiburan, selain pemutaran lagu yang sedikit santai untuk menemani pendengarnya dalam melakukan pekerjaannya pada waktu-waktu tersebut. Kaarena biasanya pada jam tersebut adalah saatnya para pendengar mulai sibuk dengan pekerjaannya. Selain itu juga tetap ditambahkan dengan informasi yang dibutuhkan oleh para pendengarnya.

(3) Unisi High Way (11.00-15.00)

Program acara ini masih masuk dalam kategori hiburan, selain di dominasi oleh lagu pop dalam acara ini juga berisi tentang informasi atau tips seputar kehidupan anak muda.

(4) Talk Show (15.00-16.000)

Dalam acara talk show ini biasanya dari Unisi FM akan mengundang narasumber yang akan diajak untuk siaran. Dalam siaran tersebut akan ada interaksi yang terjadi antara pendengar dengan pihak penyiar Unisi FM. Tema yang akan diangkat pun beragam, mulai dari politik hingga hal yang ada disekitaran kehidupan anak muda seperti hobi, komunitas dll.

(5) Young Energetic Music (16.00-17.00)

Dalam acara yang berdurasi hanya satu jam ini dimanfaatkan Unisi FM untuk menysasar segmen yang menyukai music energik. Tetu music yang akan diputar pun music yang masih masuk dalam kategori

musik baru. Dalam acara ini lebih di dominasi oleh pemutara music saja.

(6) Evening Jamz (17.00-20.00)

Evening jamz diciptakan oleh Unisi Fm bertujuan untuk menemani para pendengar setelah seharian lelah melakukan aaktiifitasnya. Dalam acara ini pendengar juga diajak untuk request lagu kesukaanya yang terbaru, bisa melalui Line atau Twitter yang dikelola oleh Unisi FM. Selain itu juga aka nada tips dan informasi ter update yang terjadi seharian itu.

(7) Talk Show (20.00-21.00)

Acara selingan ini sebenarnya hamper sama denga talkshow yang pertama. Akan ada tema yang menarik yang akan dibahas tentang seputaran kehidupan anak muda yang aktif dan kreatif.

(8) Special Program (21.00-22.00)

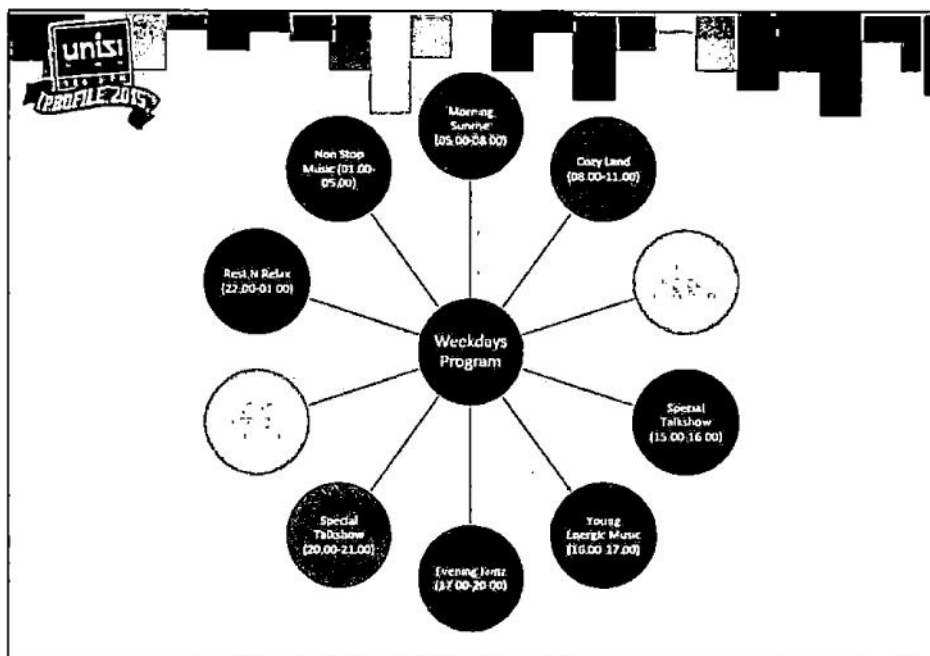
Special program ini setiap harinya akan berganti tema, tergantung harinya. Seperti missal saat hari senin akanada acara satu jam bersama bintang tamu. Bisa dari penyanyi atau dari penggiat komunitas yang ada di kota Jogja sendiri. Kemudian untuk hari selasa aka nada tema tentang unisiklope yang akan membahas tentang informasi/klopedia dan begitu juga untuk hari selanjutnya.

(9) Rest and Relax (22.00-01.00)

Untuk acara *Rest And Relax* ini merupakan acara penutup dari Unisi FM setelah seharin melakukan siaran. Acara ini bertujuan untuk menemani pendengarnya bersantai dan beristirahat. Konsep acaranya lebih ke hiburan dengan diselipkan informasi dan lagu lebih mendominasi.

(sumber: Dokumentasi Unisi FM).

(b) Program dan jam siaran radio Unisi FM tahun 2015



Gambar 13. Program acara Unisi FM tahun 2015

Sumber : Unisi Radio

(a) Morning Sunrise (05.00-08.00)

Salah satu acara unggulan yang dimiliki oleh Unisi FM, disiarkan setiap hari dari jam 5 pagi sampai jam 8 pagi. Acara ini bertemakan hiburan dengan didominasi oleh pemutaran lagu populer dan informasi seputar anak muda saat itu, hal tersebut bertujuan untuk memberikan semangat baru bagi pendengarnya dalam menjalani aktifitas mereka hari itu.

(b) Cozy Line (08.00-11.00)

Cozy line ini merupakan salah satu acara yang bertemakan hiburan, selain pemutaran lagu yang sedikit santai untuk menemani pendengarnya dalam melakukan pekerjaannya pada waktu-waktu tersebut. Karena biasanya pada jam tersebut adalah saatnya para pendengar mulai sibuk dengan pekerjaannya. Selain itu juga tetap ditambahkan dengan informasi yang dibutuhkan oleh para pendengarnya. Dalam acara ini mengalami sedikit perubahan dengan pengemasan yang sedikit lebih santai. Karena dari awal memang tujuan dari acara ini adalah untuk menemani pendengar dalam melakukan pekerjaannya.

(c) Unisi High Way (11.00-15.00)

Program acara ini masih masuk dalam kategori hiburan, selain di dominasi oleh lagu pop dalam acara ini juga berisi tentang informasi atau tips seputar kehidupan anak muda.

(d) *Talk Show (15.00-16.000)*

Dalam acara talk show ini biasanya dari Unisi FM akan mengundang narasumber yang akan diajak untuk siaran. Dalam siaran tersebut akan ada interaksi yang terjadi antara pendengar dengan pihak penyiar Unisi FM. Tema yang akan diangkat pun beragam, mulai dari politik hingga hal yang ada disekitaran kehidupan anak muda seperti hobi, komunitas dll.

(e) *Young Energetic Music (16.00-17.00)*

Dalam acara yang berdurasi hanya satu jam ini dimanfaatkan Unisi FM untuk menyasar segmen yang menyukai music energik. Tetu music yang akan diputar pun music yang masih masuk dalam kategori music baru. Dalam acara ini lebih di dominasi oleh pemutara music saja.

(f) *Evening Jamz (17.00-20.00)*

Evening jamz diciptakan oleh Unisi FM bertujuan untuk menemani para pendengar setelah seharian lelah melakukan aaktiifitasnya. Dalam acara ini pendengar juga diajak untuk request lagu kesukaanya yang terbaru, bisa melalui Line atau Twitter yang dikelola oleh Unisi FM.

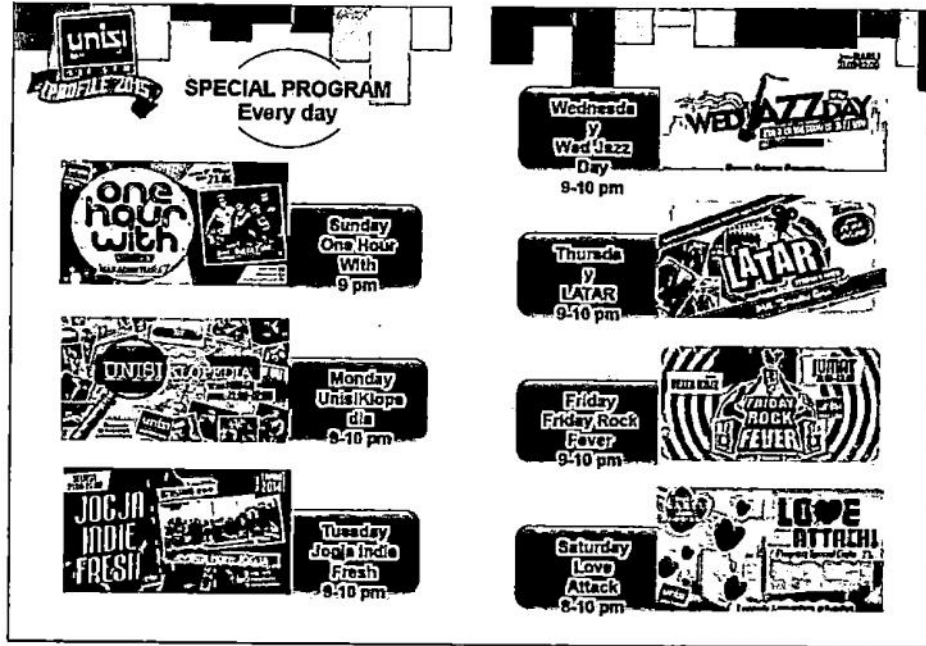
Selain itu juga akan ada tips dan informasi ter update yang terjadi sehari-hari itu.

(g) Talk Show (20.00-21.00)

Acara selingan ini sebenarnya hampir sama dengan talkshow yang pertama. Akan ada tema yang menarik yang akan dibahas tentang seputaran kehidupan anak muda yang aktif dan kreatif.

(h) Special Program (21.00-22.00)

Special program ini setiap harinya akan berganti tema, tergantung harinya. Seperti misalnya saat hari Senin akan ada acara satu jam bersama bintang tamu. Bisa dari penyanyi atau dari penggiat komunitas yang ada di kota Jogja sendiri. Kemudian untuk hari Selasa akan ada tema tentang unisiklope yang akan membahas tentang informasi/klopedia dan begitu juga untuk hari selanjutnya.



Gambar 14. Special Program Unisi FM

Sumber : Unisi Radio

(i) Rest and Relax (22.00-01.00)

Untuk acara rest and relax ini merupakan acara penutup dari Unisi FM setelah seharin melakukan siaran. Acara ini bertujuan untuk menemani pendengarnya bersantai dan beristirahat. Konsep acaranya lebih ke hiburan dengan diselipkan informasi dan lagu lebih mendominasi.

(j) Non-stop music

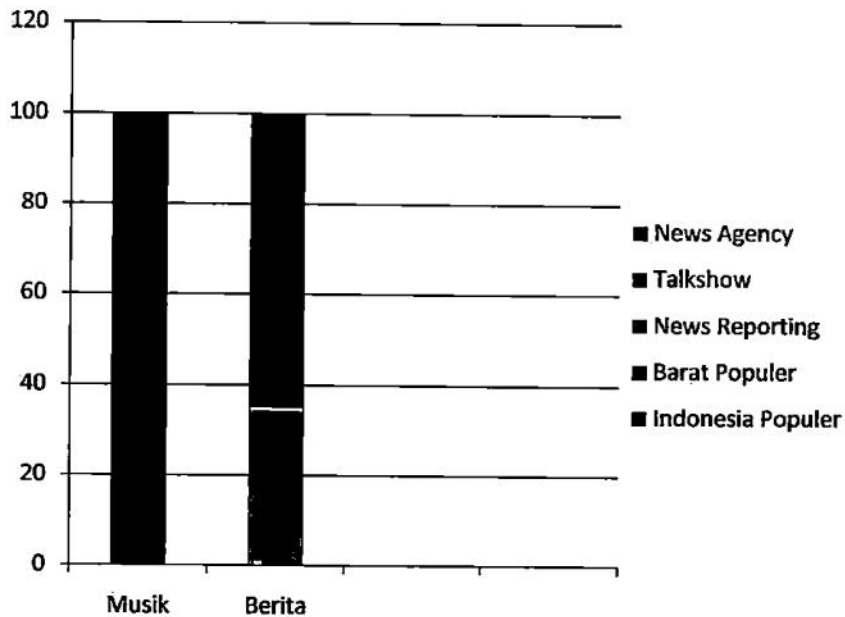
Dalam acara ini hanya diputarkan full lagu populer. Ini dilakukan untuk menemani para pendengar yang saat itu memang masih melakukan aktifitasnya sampai pagi. Sehingga Unisi FM tetap bisa

memberikan hiburan kepada pendengarnya walaupun tanpa adanya penyiar yang akan menemani acara ini.

(sumber: http://www.unisifm.com/program/daily-program/#.VcB3Q_k5_Dc, diakses 3 Agustus 2015 jam 15.20).

Berdasarkan dari data di atas maka presentase keseluruhan program acara Unisi FM pada tahun 2014-2015 adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Presentase program acara Unisi FM



Berdasarkan acara harian antara tahun 2014 dan tahun 2015 ini mengalami sedikit perubahan dari mulai jam tayang hingga konsepnya. Dari awalnya acara yang bernama *working line* saat ini sudah diganti dengan acara *cozy line*. Selain itu saat ini

Unisi juga melakukan siaran selama 24 jam non stop, hanya saja dari jam satu agi sampai jam 5 pagi hanya diputarkan *full music* tanpa adanya penyiar yang menemani.

Strategi dalam dunia penyiaran radio merupakan sebuah syarat mutlak untuk tetap bisa bertahan di tengah deras nya arus persaingan antar radio. Sehingga perlu sebuah proses yang benar-benar matang untuk bisa mewujudkannya. Strategi dalam suatu bentuk organisasi merupakan sebuah cara untuk mencapai tujuan-tujuan, mengatasi segala kesulitan dengan memanfaatkan sumber-sumber dan kemampuan yang dimilikinya.

Strategi pada dasarnya adalah suatu gambaran perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya berfungsi menunjukan arah saja, melainkan harus menunjukan taktik operasionalnya.

Berdasarkan pengertian tersebut, pihak radio Unisi FM melakukan proses perencanaan dan juga manajemen untuk membuat sebuah strategi yaitu dengan melakukan strategi *research driven*, dan mengaplikasikannya pada *programming* di radio Unisi FM, hal tersebut merupakan hal yang tepat dinilai dari segi target pasar yang menjadi pendengar, dengan melakukan *research driven*, maka radio Unisi FM melibatkan pihak luar untuk berkontribusi dalam proses perencanaan melalui *research driven*.

Dengan pemanfaatan media social yang dikelola dengan baik akan sangat membantu dalam proses pembuatan program acara radio Unisi FM. Pihak Unisi FM

melibatkan semua pihak yang berkontribusi untuk membuat sebuah program tersebut agar lebih menarik. Mulai dari pendengar hingga tim kreatif dari radio Unisi FM itu sendiri. Masukan dan saran akan ditampung yang kemudian akan dibahas secara terbuka melalui rapat bersama untuk menghasilkan program yang maksimal.

Dengan adanya landasan untuk membuat sebuah strategi yang akan dipakai untuk kedepannya merupakan hal penting karena landasan itulah yang nanti akan menjadi acuan untuk mengembangkan isi dari radio tersebut, hal itu bisa berupa program, format siaran, sampai dengan proses pemilihan jadwal siaran untuk mengefektifkan program yang ada ke pendengar.

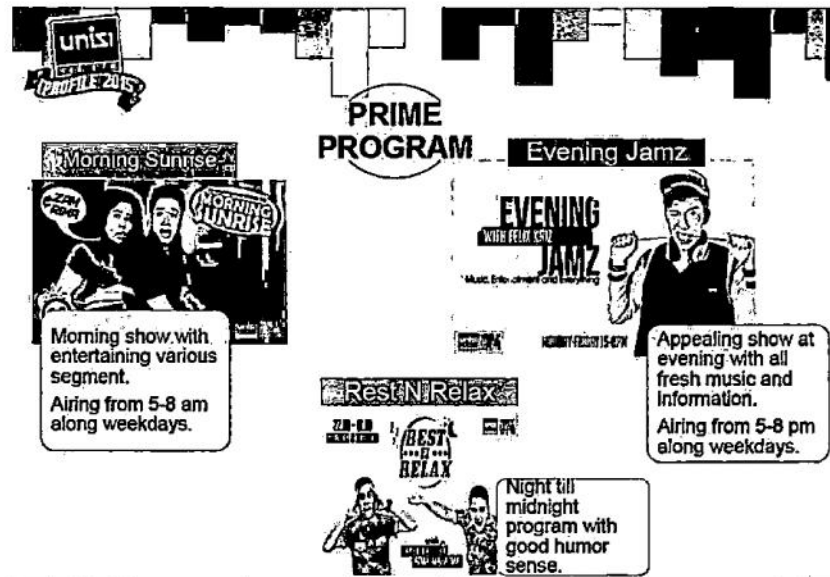
Berdasarkan uraian diatas maka Unisi FM telah memperhatikan tiga hal penting dalam melakukan strategi programingnya dalam setiap acara yang ada, yaitu *Continue*, *Lentur*, dan *Rasional*. Hal tersebut bisa dilihat dari adanya beberapa program acara yang mengalami perbaikan untuk meningkatkan jumlah pendengarnya. Mulai dari waktu hingga beberapa konsep acaranya. Semua perbaikan yang ada dalam acara Unisi FM memang tidak lepas dari peran para pendengar setianya yang selalu memberikan masukan untuk acara Unisi FM.

1) Continue

Adalah dalam hubungannya dengan program acara yang akan disiarkan dalam waktu tertentu, apakah program dapat dilakukan secara berkesinambungan untuk jangka waktu tertentu, apakah suatu program sudah pada titik jenuh agar dapat diperbaiki dan diberi penyegaran cara

penyajian yang berbeda untuk menghindari kejenuhan pendengar terhadap program yang sudah berjalan dengan jangka waktu yang lama tersebut. Radio Unisi FM mengkorelasikan program yang ada seperti program *Morning sunrise* yang berisikan dengan informasi ringan seputaran kegiatan anak muda atau informasi yang sedang happening pada saat itu. Ditambah lagi dengan pemtaran lagu yang diharapkan dapat memberikaan semangat bagi para pendengarnya dalam melakukan aktifitasnya.

Sebelumnya acara *Morning sunrise* yang menjadi salah satu acara unggulan sempat mengalami perubahan. Dari awalnya konsep acara yang lebih banyak pada pemutara lagu, acara tersebut mengalami sedikit perubahan dengan ditambahkan informasi tentang anak muda dan dengan gaya siaran yang lebih energik dan semangat.



Gambar 15. Program unggulan Unisi FM

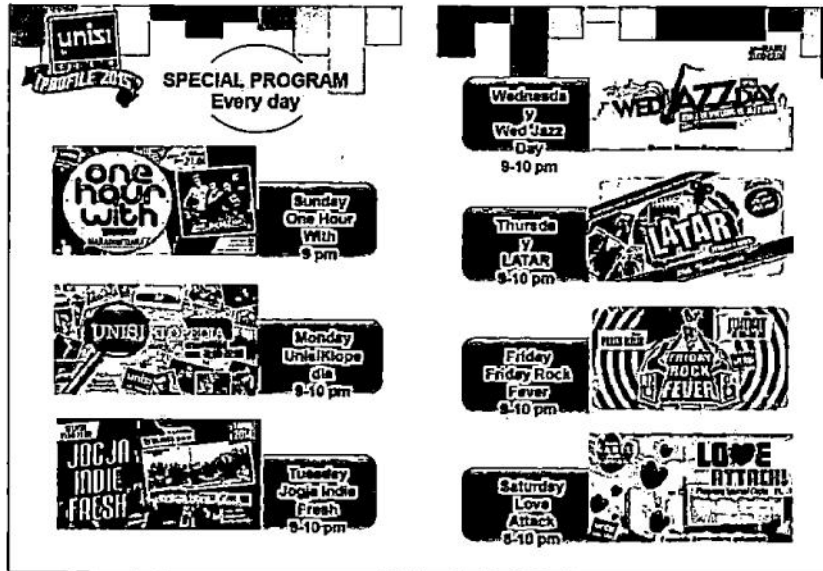
Sumber : Unisi Radio

2) Lentur

Perencanaan tidak kaku, terbuka kemungkinan untuk masuknya program acara yang baru yang dirasa lebih baik, meski sebelumnya sudah dilakukan perhitungan dan pertimbangan matang dari *Program Director* mengenai situasi yang muncul pada masa mendatang, bisa saja terjadi kondisi atau situasi yang sengaja memaksa dilakukannya perubahan program acara, contohnya program tersebut tidak mendapat respon yang baik dari pendengar atau pembatalan sponsor di acara tersebut.

Radio Unisi FM juga menyuguhkan *Special Program* dengan tema yang sudah ditentukan sebelumnya oleh tim kreatif. Tentunya tema

tersebut berkaitan dengan kehidupan tentang anak muda sesuai dengan segmentasinya. Penyusunan acara tersebut sebagai berikut:



Gambar 16. Special Program Unisi FM

Sumber : Unisi Radio

3) Rasional

Perencanaan yang dilakukan harus mempertimbangkan peralatan yang mendukung, sumber daya manusia yang mendukung, kondisi lapangan dan dana operasional yang sesuai dengan perusahaan agar program dapat terealisasi. Dengan sumber daya yang dimiliki radio Unisi FM baik itu manusia, peralatan, kondisi lapangan sampai dengan dana operasional, radio Unisi FM tentunya memaksimalkan hal tersebut untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Selain tiga hal yang sudah diuraikan diatas, cara mengemas suatu program acara juga perlu diperhatikan. Bagaimana mengemas suatu program yang menarik dan benar-benar dibutuhkan oleh pendengarnya. Dengan begitu maka akan membantu dalam kesuksesan program tersebut. Untuk memaksimalkan program tersebut perlu adanya survei akan kebutuhan pendengar, kegiatan pendengar serta informasi apa yang sedang terjadi saat itu.

Seperti tadi yang sudah saya jelaskan, jadi kami pasti akan melihat segemannya dulu seperti apa, kegiatan mereka ngapain aja, yang lagi happening apa aja. Jadi kami pasti melihat ke kebutuhan pendengar. biasanya hal tersebut dapat kami ketahui dari driven riset melalui media social kami. Sehingga kami bisa menjalin komunikasi dan mendapatkan respon langsung dari pendengar tentang acara kami, kurangnya dimana dan yang diinginkan seperti apa. Karena dengan begitu, ketika kami bisa memenuhi kebutuhan pendengar otomatis pendengar akan setia untuk mendengarkan program kami. (Wawancara dengan manajer Zam Alfaris, tanggal 25 juni 2015)

Selain strategi cara mengemas program acara, radio Unisi FM juga perlu melihat kemampuan dari intern. Baik itu dari tim, fasilitas yang ada sampai dengan teknologi yang digunakan untuk mendukung suatu program acara. Unisi FM. Dengan adanya tim yang terstruktur dengan baik, fasilitas yang memadai seperti internet dll tentu akan sangat membantu berjalannya suatu program tersebut.

Seperti yang disampaikan oleh Zam Alfaris selaku manajer dari radio Unisi,

Kalo secara kemampuan kesemuanya sejauh ini sudah sesuai, baik itu tim, fasilitas dan teknologi yang sudah ada. Dan sampai saat ini program acara yang kami buat pun juga berjalan dengan baik. Tidak

ada masalah dengan fasilitas yang sudah ada. (Wawancara dengan manajer Zam Alfaris, tanggal 25 juni 2015)

Untuk memperoleh keberhasilan dan menjadi pilihan pendengar, stasiun radio haruslah memiliki strategi dalam mendesign program acaranya sebelum disiarkan kepada khalayak pendengar, oleh karena itu dalam sebuah penyusunan program radio perlu strategi pemograman yang sesuai agar sasaran yang ingin dituju sesuai dengan target.

Kebutuhan pendengar, minat pendengar dan kebiasaan pendengar adalah faktor penentu yang digunakan dalam penyusunan program. Dalma membuat suatu program acara Unisi FM selalu melakukan survey terlebih dahulu untuk mengetahui kebutuhn para pndengarnya. Sehingga dengan mengetahui hal tersebut, maka Unisi akan lebih mudah untuk membuat program acara yang benar-benar dibutuhkan pendengarnya.

Tujuan Unisi FM membuat suatu program acara jelas, tujuannya untuk memenuhi kebutuhan pendengar. Muali dari hiburan hingga informasi yang dibutuhkan.

Tujuan kami dalam setiap penyusunan program acara jelas untuk memenuhi kebutuhan pendengar. Seperti acara morning sunrise yang menjadi salah satu acara unnggulan radioUnisi,acara tersebut kami tayangkan mulai dari jam 5 pagi sampai jam 8. kami berpendapat bahwa jam seperti itu adalah waktunya para pendengar kami mulai beraktifitas, sehingga kami memberikan musik yang lebih semangat dan energik. Tujuannya jelas memberikan suntikan semangat kepada pendengar agar lebih semangat dalam memulai aktifitas mereka

masing-masing. (Wawancara dengan manajer zam alfaris, tanggal 25 juni 2015)

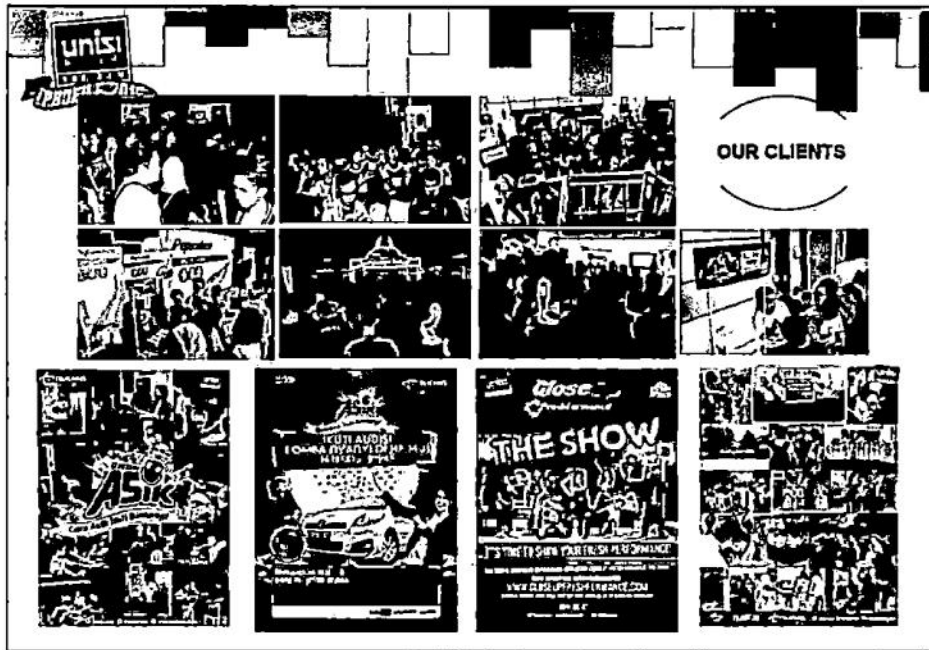
Banyaknya media yang ada di Jogja saat ini membuat persaingan antar media khususnya radio menjadi semakin ketat. Apa lagi untuk segmentasi pasar yang dituju sama, maka persainganpun tidak dapat terhindarkan..Sejauh ini untuk kompetitor Unisi FM yanag terkuat adalah Swaragama FM dan Geronimo FM. Zam Alfaris mengungkapkan persaingannya cukup ketat banget, apalagi dengan Geronimo. Karena pendengarnya mereka sudah mapan dari dulu, nah kami melihat celahnya dari program yang sudah ada di competitor Unisi. Kadang kami mendengarkan radio Jakarta, program seperti apa aja sih yang ada disaana, apa aja yang sudah mereka lakukan. Nah dari situ kami tau program apa yang harus kami buat yang disesuaikan dengan orang jogja. Misalnya kami juga ggak mungkin untuk memasukkan panggilan ke pendengar dengan sapaan elo gue. Jadi tidak mentah-mentah kita ambil program acaranya cuma tetap kita olah lagi supaya sesuai dengan kultur jogja dan lebih menarik lagi.

Jalanan program dan ketentuan penempatannya, sebuah program itu harus berintegrasi dengan program yang telah dibuat sampai program yang akan dibuat agar dapat mengevaluasi secara efektif kekurangan yang ada di radio tersebut.

Untuk menentukan setiap program pasti kami sudah merencanakan secara matang, baik itu penempatan program ataupun jalinan program dengan yang lainnya. Misalnya senin kami undang band indi, kemudian hari selanjutnya kami bahas tentang film atau komunitas dll. Dengan begitu kami berharap dapat mengurangi kebosanan para pendengar dalam mendengarkan program acara tersebut. (Wawancara dengan manajer Zam Alfaris, tanggal 25 juni 2015)

Hal yang lebih disukai sponsor, keberadaan sebuah stasiun radio itu juga juga di pengaruhi oleh adanya sponsor atau pengiklan dan program yang disusun harus bisa menjadi layak jual namun tetap pada tujuan awal untuk apa program tersebut dibuat. Peran pemerintah sebagai pemberi ijin dan pengontrol suatu acara juga sangat penting. Tanpa adanya peran dari pemerintah suatu radio juga tidak dapat melakukan siaran dengan baik tanpa adanya ijin dai pemerintah.

Sejauh ini pihak sponsor pasti sudah memiliki gambaran atau konsep tersendiri, Cuma untuk tugas Unisi adalah mengolahnya kembali supaya acara tersebut dapat berjalan lebih baik lagi. Kami sangat jarang sekali yang mengajukan ke sponsor untuk mendukung program kami, seperti itu ada cuma sangat jarang sekali. Kebanyakan sponsor sudah punya konsep, dan kami kemas sebaik mungkin sesuai konsep yang diinginkan oleh sponsor. (Wawancara dengan manajer Zam Alfariis, tanggal 25 juni 2015)



Gambar 17. Sebagian sponsor Unisi FM

Sumber : Unisi Radio

Pembagian waktu menurut jam efektif siaran dari tiap-tiap program yang ada memang harus di perhatikan karena agar sesuai dengan materi siaran dan waktu yang tepat untuk disiarkan, tentunya bila akan ada perbedaan yang signifikan terhadap penilaian pendengar dan juga suksesnya dari program tertentu bila terjadi kesalahan penempatan program yang ada untuk disiarkan ke pendengar.

Penentuan *programming* Unisi FM dalam waktu siaran dari pagi sampai malam adalah penyesuaian dimana penyesuaian tersebut mengikuti alur aktifitas pendengar dan kebiasaannya, karena pada waktu atau jam tertentu pendengar berkelainan kebutuhannya dan berseberangan dengan apa yang sedang dia lakukan

pada rutinitasnya. Karena bahan siaran harus disesuaikan dengan pendengar dalam hal ini adalah kebiasaan dan rutinitasnya, maka bahan siaran dari tiap-tiap waktu pembagiannya seperti berita, musik, pendidikan, hiburan dan lain sebagainya juga harus disesuaikan dengan kebutuhan pendengar. Sejauh ini radio Unisi FM berusaha untuk menyesuaikan kebutuhan pendengarnya tersebut, dan untuk mengetahui kebutuhan pendengarnya maka Unisi FM melakukan pengamatan dan komunikasi melalui media social yang telah dikelola (Efendy, 1992:121).

Radio Unisi FM melakukan proses penempatan waktu siaran sesuai dengan karakteristik program yang ada, dengan bersegmentasi anak muda kisaran 18-35 maka biasanya pada pagi hari adalah saat pendengar memulai aktivitasnya, maka radio Unisi FM memberikan acara Morning Sunrise, dan waktu siang dan malam di dominasi oleh pemutaran acara harian dengan di dukung musik yang diputarkan. Dengan melihat banyaknya program acara yang sudah ada, Unisi FM berharap hal tersebut sudah dapat memenuhi kebutuhan para pendengarnya. Sejauh ini Unisi FM masih akan terus memperbaiki strategi programmingnya untuk mendapatkan acara yang selalu dibutuhkan oleh para pendengarnya.

B. PEMBAHASAN

Strategi dalam dunia penyiaran radio merupakan sebuah syarat mutlak untuk tetap bisa bertahan di tengah derasny arus persaingan antar radio yang ada, sehingga perlu sebuah proses yang benar-benar matang untuk bisa bersaing. Strategi dalam

suatu bentuk organisasi merupakan sebuah cara untuk mencapai tujuan-tujuan, mengatasi segala kesulitan dengan memanfaatkan sumber-sumber dan kemampuan yang dimilikinya.

Radio Unisi FM sebagai salah satu radio yang sudah lama berdiri tentu menjadi nilai tambah tersendiri dibandingkan dengan radio kompetitor yang ada. Setidaknya dari dokumen yang berhasil didapatkan dari Unisi FM mengatakan bahwa radio ini sudah berdiri sejak 1992, sehingga sudah hampir 23 tahun radio ini mengudara di frekuensi FM. Adapun kelebihan dari radio ini adalah memiliki segmen pasar yang cukup luas dan mudah untuk digarap. Memilih untuk menyasar segmen usia muda kisaran 18-35 tahun adalah salah satu keputusan yang tepat. Melihat di kota Yogyakarta, pasar tersebut sangat terbuka dan tersedia cukup luas, walaupun untuk kompetitor cukup ketat.

Namun bukan berarti sasaran pasar tersebut tidak memiliki kekurangan, melihat banyaknya media radio yang ada di Yogyakarta membuat Unisi FM memiliki kompetitor yang cukup banyak. Hal tersebut mengharuskan Unisi FM memiliki strategi yang baik agar dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendengarnya. Saat ini untuk meningkatkan jumlah pendengarnya, pihak Unisi FM telah memilih dan melakukan strategi programingnya dengan melibatkan para pendengarnya dalam proses pembuatan acaranya.

Prosesnya diawali dengan menggunakan metode *research driven*, yaitu metode dengan tujuan mengarahkan para pendengarnya, maka di dapatlah strategi

programming market driven. Maksudnya adalah mengarahkan target pasar untuk terlibat dalam proses *programming* radio Unisi FM. Hal tersebut karena strategi *market driven* radio Unisi FM dapat membantu untuk membuat siaran yang diinginkan oleh pendengar. Semua hal yang disiarkan itu untuk memberikan serta memenuhi kepuasan kepada pendengar, sehingga dengan demikian akan mendapatkan suatu program yang maksimal sesuai dengan kebutuhan pendengar.

Untuk menjalankan proses *programming* yang diinginkan dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai maka pertimbangan yang dimiliki Unisi FM itu berpatokan pada hal yang ingin ditunjukkan oleh Unisi FM sendiri kepada khalayak pendengar bahwa Unisi FM adalah salah satu wadah atau radio bagi anak muda yang aktif dan haus akan informasi yang terbaru saat ini. Maka hampir semua program yang ada di Unisi FM berkaitan dengan kegiatan anak muda, sesuai dengan segmentasinya.

Dilihat dari segi demografi Unisi FM berada di kota Yogyakarta, kota yang banyak dipenuhi oleh anak muda dan kaum pelajar. Menurut Unisi FM dengan kenyataan seperti ini, maka dapat dimanfaatkan untuk menjadi salah satu target pasar yang sangat potensial. Radio Unisi FM untuk menunjang *programming*nya menggunakan strategi *Research Driven*, sebuah strategi hasil pengembangan dari Unisi FM untuk bisa di aplikasikan ke pendengar. Kelanjutan dari strategi *Research Driven* adalah *Market Driven*. Strategi *Market Driven* ini lebih cenderung mengarahkan pendengar seperti apa program, dan segala hal yang dibutuhkan dari pendengar dilakukan oleh metode *Market Driven*.

Berdasarkan dari penjabaran di atas, Unisi FM melakukan proses perencanaan dan manajemen programming yang diawali dengan *Research Driven*. Melibatkan pihak luar seperti target pasar itu sendiri dalam perencanaan programmingnya merupakan tingkat efektifitas tersendiri dalam proses strategi programming yang telah dilakukan Unisi FM. Unisi FM menggunakan pendekatan dengan pendengar usia 18-35 tahun, memutar musik-musik yang sedang hits, menggunakan metode *Research Driven* yang melibatkan pendengar, unik dan menarik. Semua itu dikemas melalui sajian program, cara siaran, materi siaran, pembekalan kepada penyiar, merupakan proses programming yang dalam teori dikatakan bahwa programming adalah menjadi pembeda dari radio lain dan menjadi karakteristik diri yang unik dari Unisi FM.

Dari penjabaran teori dan data lapangan di atas, jenis programming yang dinyatakan dalam teori dan di lapangan yang dilakukan Unisi FM masih terlalu general, dalam artian masih tergolong umum. Hal yang dianggap oleh Unisi FM sebagai proses programming yang mempunyai arti pembeda dan karakteristik diri, namun pada kenyataannya di lapangan banyak jenis radio yang mengincar target pasar yang sama yaitu anak muda dan mereka radio kompetitor yang ada juga memutar musik-musik yang sedang hits dan terkadang ada juga masukan yang diberikan oleh pendengar untuk kemajuan radio tersebut.

Strategi *programming* dari penjelasan teori yang dikemukakan Siregar (2000), Unisi FM harus bisa mencari celah untuk mencari pembeda dari radio kompetitor

dengan tujuan supaya tetap bisa meraih tujuan yang di inginkan. Tujuannya yaitu memilih proses programming yang belum dimiliki atau masih sedikit, karena dilihat dari segi demografi kota Yogyakarta untuk target pasar anak muda sangat mendominasi, maka persainganpun akan terjadi sangat ketat. Adanya landasan untuk membuat sebuah strategi yang akan dipakai untuk kedepannya merupakan hal penting, karena landasan itulah yang nanti akan menjadi acuan untuk mengembangkan isi dari radio tersebut. Hal itu bisa diaplikasikan berupa program siaran, format siaran, sampai dengan proses pemilihan jadwal siaran untuk mengefektifkan program yang ada.

Kelebihan dari strategi ini adalah pihak radio Unisi FM dapat mengetahui secara langsung acara seperti apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh khalayak pendengarnya. Keterlibatan para khalayak pendengarnya secara rutin dapat menjadikannya sebagai pengontrol dalam setiap acara. Pada saat acara tersebut mulai kurang diminati lagi oleh para pendengar, maka Unisi FM dapat mengetahuinya secara langsung dan dapat segera melakukan penyegaran dalam acaranya.

Menurut Effendy (1993:300) dalam bukunya *Radio Siaran Teori dan Praktek* menyatakan bahwa sebenarnya strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan, tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya. Suatu strategi harus jelas

arah dan tujuannya, dan dengan cara bagaimana untuk mencapai tujuan yang telah ada.

Menurut uraian tersebut, pihak radio Unisi FM melakukan proses perencanaan dan juga manajemen untuk membuat sebuah strategi dengan melakukan strategi *research driven*, dan mengaplikasikannya pada *programming* di radio Unisi FM, hal tersebut merupakan hal tepat dinilai dari segi target pasar yang menjadi pendengar, dengan melakukan *research driven*, maka radio Unisi FM melibatkan pihak luar untuk berkontribusi dalam proses perencanaan melalui *research driven*. Selain itu juga Unisi FM selalu menerima masukan, saran dan kritik dari pendengar melalui komunikasi media sosial yang ada. Karena saat ini Unisi FM mengelola beberapa media sosial yang berfungsi untuk menjalin kedekatan yang lebih terhadap para pendengarnya.

Dengan pemanfaatan media sosial yang dimiliki dan dikelola dengan baik akan sangat membantu dalam proses pembuatan program acara Unisi FM. Pihak Unisi melibatkan semua orang terkait untuk membuat suatu program menjadi lebih menarik lagi. Mulai dari pendengar hingga tim kreatif dari radio itu sendiri. Masukan dan saran akan ditampung dan kemudian akan dibahas secara terbuka melalui rapat untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Dari penjabaran diatas maka dapat dikatakan bahwa pihak Unisi FM dalam membuat suatu program acara yang menarik dan tepat sasaran maka radio melakukan *research driven* kepada pihak luar dengan menggunakan media sosial. Dengan

mendapatkan respon dari para pendengar maka Unisi FM akan mengetahui secara baik apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh para pendengarnya.

Menurut Budhi Sayoga (1996 : 40) dalam bukunya *Manajemen Program Siaran Radio* juga telah menyampaikan bahwa terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan dalam pemrograman agar radio unisi FM berhasil dalam melakukan strategi pemrogramannya, diantaranya yaitu :

a. *Continue*

Adalah dalam hubungannya dengan program acara yang akan disiarkan dalam waktu tertentu, apakah program dapat dilakukan secara berkesinambungan untuk jangka waktu tertentu, apakah suatu program sudah pada titik jenuh agar dapat diperbaiki dan diberi penyegaran cara penyajian yang berbeda untuk menghindari kejenuhan pendengar terhadap program yang sudah berjalan dengan jangka waktu yang lama tersebut.

Radio Unisi FM sudah mengkorelasikan program yang ada seperti program *Morning sunrise* yang konsepnya tentang informasi yang sedang hits dan ditambah dengan music yang dapat meningkatkan semangat pendengarnya dalam melakukan aktifitas paginya. Program-program tersebut itu melakukan pendekatan yang santai dan bermanfaat, dengan memanfaatkan interaksi dengan pendengar adalah pengaplikasian dari program-program ini. Dalam hal ini program-program tersebut sudah dilakukan proses penyegaran dari program sebelumnya yang sudah berjalan, itu

dilakukan proses penyegaran dengan merubah atau mengganti penyiarnya dengan penyiar yang lebih ceria dan semangat. Hal itu dilakukan karena bertujuan untuk memberikan kesan yang semangat pada para pendengarnya dalam mengawali aktifitasnya di pagi hari.

Berdasarkan hal yang dijabarkan diatas, teori tentang proses programming yang *continuem* menurut Budhi Sayoga (1996 : 40), radio Unisi FM melakukan hal yang perlu diperhatikan tersebut dalam pengaplikasian di ranah programmingnya, dengan seperti itu radio Unisi FM akan mengetahui keadaan yang di inginkan pendengar khususnya dalam proses kesinambungan program-program yang ada untuk mempertahankan dan menambah pendengar, dan hal tersebut sudah dilakukan radio Unisi FM dengan proses penyegaran acara *Morning Sunrise*.

b. Lentur

Perencanaan yang tidak kaku, terbuka kemungkinan untuk masuknya program acara yang baru yang dirasa lebih baik, meski sebelumnya sudah dilakukan perhitungan dan pertimbangan matang dari *Program Director* mengenai situasi yang muncul pada masa mendatang, bisa saja terjadi kondisi atau situasi yang sengaja memaksa dilakukannya perubahan program acara. Contohnya program tersebut tidak mendapat respon yang baik dari pendengar atau pembatalan sponsor di acara tersebut.

Radio unisi FM sudah melakukan proses pembenahan program acara yaitu program acara *Morning sunrise* dengan *Cozy land*, hal tersebut merupakan proses

pengaplikasian sifat dari programming radio Unisi FM yang sesuai dengan teori yaitu lentur, proses perencanaan pada program acara. *Morning sunrise* sebelumnya sudah diperhitungkan matang oleh pihak radio Unisi FM yang juga berkontribusi didalamnya yaitu *Program Director*, namun perubahan tersebut harus terjadi karena harus mengikuti kemauan dari pasar potensial yang ingin diraih radio Unisi FM.

Berdasarkan data di atas, maka radio Unisi FM juga memperhitungkan kejadian yang mungkin akan terjadi kedepannya, perubahan program acara yang lama ditambahkan dengan yang baru merupakan contohnya, karena tidak semua yang direncanakan itu sesuai dengan yang ada di lapangan. Ditambah lagi segala sesuatunya seperti program acara mempunyai masa populer sendiri di benak pendengar, maka dari itu radio Unisi FM sudah tepat memasukan unsur lentur dalam proses programmingnya.

c. Rasional

Perencanaan yang dilakukan harus mempertimbangkan peralatan yang mendukung, sumber daya manusia yang mendukung, kondisi lapangan dan dana operasional yang sesuai agar program dapat terealisasi. Dengan sumber daya yang dimiliki radio Unisi FM baik itu manusia, peralatan, kondisi lapangan sampai dengan dana operasional, radio Unisi FM tentunya memaksimalkan hal tersebut untuk mencapai tujuan yang maksimal.

Jarak siaran dari radio Unisi FM yang bisa menjangkau daerah Yogyakarta dan berakhir di daerah sekitaran muntiran (magelang), sumber daya manusia yang dimiliki yaitu anak muda dan karakteristik yang dipunyai tiap penyiar di cocokkan dengan jenis program yang akan dibawakannya, seperti humor, cerdas, energik, dan informatif, memahami kondisi lapangan di sesuaikan dengan jenis program yang ada sampai dengan dana yang dimiliki radio Unisi FM, itu semua dimanfaatkan oleh radio Unisi FM dalam proses programming. Misalnya dalam acara *Morning sunrise* untuk penyiar yang dipilih adalah Zam dan Rima, karena mereka berdua dari segi karakternya yang ceria dirasa tepat untuk mengisi acara tersebut.

Dengan memperhatikan hal-hal yang disebutkan dalam teori tentang rasional, radio Unisi FM sudah memanfaatkan sumber daya yang dimiliki disesuaikan dengan tujuan dan kemampuan yang dimiliki radio Unisi FM, karena bila memaksakan dan keluar dari kemampuan radio Unisi FM, bisa saja terjadi kerugian secara material atau tidak suksesnya programming yang dirancang. Dengan memperhatikan keadaan perusahaan maka akan ada landasan dalam proses programming, namun baiknya sebuah perencanaan harus dibawah dari sumberdaya yang dimiliki, karena tidak semuanya ditentukan oleh sumber daya yang melimpah, kembali lagi dari pemanfaatannya dan cara pengelolaannya.

Untuk memperoleh keberhasilan dan menjadi pilihan pendengar, stasiun radio haruslah memiliki strategi dalam mendesain program acaranya sebelum disiarkan kepada khalayak pendengar, oleh karena itu dalam sebuah penyusunan program radio

perlu strategi pemograman yang sesuai (Tabing, 2000:8) hal yang perlu diperhatikan tersebut adalah sebagai berikut:

Kebutuhan pendengar, minat pendengar dan kebiasaan pendengar adalah faktor penentu yang digunakan dalam penyusunan program. Dengan menggunakan strategi *Market Driven* maka radio Unisi FM sudah mengarahkan pendengarnya untuk mau mengungkapkan seperti apa program yang disukai, jenis siarannya seperti apa, karena dengan seperti itu radio Unisi FM melibatkan proses penciptaan program-program yang ada dengan melibatkan pendengar dan merupakan aspek yang penting yang perlu diketahui radio Unisi FM tentang program seperti apa yang diminati oleh pendengarnya, dan terciptalah program seperti *Morning Sunrise* beserta isinya dan juga dengan pendekatan humor yang disukai dari pendengar radio Unisi FM.

Sebuah perencanaan yang akurat bila memperhatikan teori dan penjelasan di atas, karena dengan begitu radio Unisi FM langsung kepada pendengarnya, untuk membuat program yang di inginkan dan masukan lainnya mengenai rancangan programming yang ada di radio Unisi FM, jadi tingkat efisiensi waktu yang digunakan bisa ditekan dengan menggunakan cara menyesuaikan dengan kebutuhan pendengar, namun radio Unisi FM harus lebih kritis dalam memahami masukan yang di nyatakan pendengar, karena itu bisa membangun atau juga menjatuhkan bila tidak bersikap kritis.

Tujuan stasiun radio, dalam setiap penyusunan program merumuskan tujuan dan sasaran sebuah radio adalah hal yang penting. Radio Unisi FM telah merumuskan

tujuannya melalui program-program dan format yang disajikan, dengan program-program yang humoris, energik informative dalam program acaranya seperti *Morning sunrise*, radio Unisi FM ingin memberitahukan kepada pendengar bahwa radio Unisi FM adalah radio anak muda yang mengerti kehidupan seputaran anak muda melalui acara ini juga memberikan informasi yang sedang terjadi di sekitaran dunia anak muda.

Data di atas menunjukkan bahwa dari program-program yang dimiliki radio Unisi FM dalam setiap siarannya itu mengandung tujuan dari radio Unisi FM yaitu sebagai radio anak muda, hal tersebut dikemas dengan program yang ada dan secara tidak langsung para pendengar akan memahami maksud dari radio Unisi FM melalui program-program yang disiarkan, itu dibuktikan melalui interaksi yang terjadi dengan pendengar yang mayoritas anak muda.

Kemampuan stasiun radio, kemampuan dalam hal ini juga mencakup kemampuan dari tim, fasilitasnya, teknologi dan keuangannya. Radio Unisi FM membuat program-program yang ada sudah disesuaikan dengan keadaan lapangan, seperti memahami seperti apa pendengar yang diincar oleh radio Unisi FM, yaitu umur kisaran 18-35 tahun dan ada di kota Yogyakarta, maka radio Unisi FM membuat program disesuaikan dengan hal di atas seperti program anak muda, memutar musik-musik, dan radio Unisi FM lebih menginformasikan secara ringan seputaran kota Yogyakarta, karena disesuaikan dengan tempat pendengar tinggal,

juga membuat event-event seputaran kota Yogyakarta untuk lebih mefokuskan pendengar di Yogyakarta.

Berdasarkan penjabaran di atas, radio Unisi FM mengefektifkan sumber daya yang dimiliki oleh radio ini dalam proses pembuatan program acara dan juga proses penyesuaian tujuan dengan keadaan yang ada di radio Unisi FM seperti segi keuangan terutama dalam mengadakan event-event untuk melakukan proses promosi secara *off air*.

Persaingan radio, persaingan dalam hal ini adalah persaingan dengan media lainnya seperti stasiun radio lainnya, juga dengan media lain seperti televisi dll. Radio Unisi FM sebagai radio anak muda dengan bermaterikan musik sebagai materi utama dan juga materi pengiring program acaranya seperti program *Morning sunrise*, dan *Evening jump* merupakan hal pembeda yang dimiliki radio Unisi FM, dengan menggunakan program-program yang mengerti keinginan anak muda kisaran 18-35, dan hal tersebut merupakan hal pembeda dari radio dan media lain. Karena hal ini akan membantu radio Unisi FM dalam proses persaingan dengan radio dan media lain.

Penjabaran diatas merupakan pembeda dan upaya yang dilakukan oleh radio Unisi FM dalam proses persaingan dengan media lain dan juga radio lain, namun perlu diperhatikan oleh radio Unisi FM karena di kota Yogyakarta sudah banyak berdiri radio bersegmentasi anak muda seperti Swaragama, Geronimo, dan lain lain.

Jalinan program dan ketentuan penempatannya, sebuah program itu harus berintegrasi dengan program yang telah dibuat sampai program yang akan dibuat agar dapat mengevaluasi secara efektif kekurangan yang ada di program tersebut.

Radio Unisi FM membuat program-program yang ada dimulai dari *Morning Sunrise* sampai *Evening Jam* disesuaikan dengan aktifitas segmentasinya dan karakteristik dari program itu sendiri. Seperti acara *Morning Sunrise* ditempatkan jam siarannya di pagi hari, karena berisikan materi yang memberi semangat dan juga informasi ringan di pagi hari, karena dinilai akan lebih efektif dalam menemani persiapan para pendengar dalam menjalani rutinitasnya, dan juga program yang dibuat di cari respon dari pendengar tentang hal tersebut untuk membantu evaluasi dari sebuah program acara yang ada.

Penempatan jadwal program sudah sesuai dengan karakteristik program tersebut dan juga melakukan evaluasi dari tiap program yang ada dengan melibatkan pendengar merupakan jalinan dari teori dan kenyataan di radio Unisi FM, dengan begitu radio Unisi FM juga membantu proses efektifitas program yang telah disusun dengan menempatkannya disesuaikan dengan target pendengarnya dan juga proses evaluasi program yang telah menghasilkan proses penyegaran bahkan muncul program baru dalam radio Unisi FM.

Hal yang lebih disukai sponsor, keberadaan sebuah stasiun radio itu juga di pengaruhi oleh adanya sponsor atau pengiklan dan program yang disusun harus bisa menjadi layak jual namun tetap pada tujuan awal untuk apa program tersebut dibuat.

Radio unisi FM memanfaatkan karakteristik dari produk barang dan jasa yang banyak dijual adalah mengincar segmentasi anak muda, segmentasi ini mempunyai banyak sekali karakteristik produk, dari makanan, minuman, jasa dan lain lain. Hal tersebut yang membuat menjadi pertimbangan radio Unisi FM dalam memilih segmentasinya yaitu anak muda kisaran 18-35, dan iklan-iklan atau sponsor yang masuk ke radio Unisi FM meliputi barang dan jasa yang di dalamnya segmen anak muda masuk, seperti iklan tentang ice cream Cornetto, shampo, pasta gigi dan lain-lain.

Berdasarkan data di atas, radio Unisi FM menyesuaikan dengan hal yang disukai sponsor atau pengiklan untuk memasarkan produk barang jasanya melalui radio Unisi FM, dengan begitu radio Unisi FM ini masuk dalam kategori yang disebutkan dalam teori tentang hal yang disukai sponsor, dan itu juga menjadi nilai plus karena membantu pengiklan dalam proses pemasaran sesuai dengan target pendengar yang tersedia dari radio Unisi FM itu sendiri. Pembagian waktu menurut jam efektif siaran dari tiap-tiap program yang ada memang harus di perhatikan karena agar sesuai dengan materi siaran dan waktu yang tepat untuk disiarkan, tentunya bila akan ada perbedaan yang signifikan terhadap penilaian pendengar dan juga suksesnya dari program tertentu bila terjadi kesalahan penempatan program yang ada untuk disiarkan ke pendengar.

Radio Unisi FM sudah melakukan proses penempatan waktu siaran sesuai dengan karakteristik program yang ada, dengan bersegmentasi anak muda kisaran 18-

35 maka biasanya pada pagi hari adalah saat pendengar memulai aktivitasnya, maka radio Unisi FM memberikan acara *Morning Sunrise*, dan waktu siang dan malam di dominasi oleh pemutaran acara harian dengan di dukung musik yang diputarkan. Untuk membantu proses pengerjaan programming tentunya harus ada faktor yang berperan didalamnya baik dari pihak internal maupun eksternal, *Programming* sendiri itu sudah ditentukan oleh empat hal penting yang berperan dalam proses perkembangan radio dari waktu ke waktu menurut Morrison, diantaranya empat hal tersebut adalah,

1. Pendengar

Untuk menarik minat pendengar, diusahakan mendengarkan program-program yang ada di radio lain untuk mengetahui apa yang dapat memuaskan pendengar, karena suatu program yang tidak menarik bisa dipasikan akan gagal. Radio Unisi FM membuat program acaranya seperti *Morning Sunrise*, *Cozy land*, *Evening jump* dan lainnya itu merupakan hasil melibatkan pendengar dan survey dari radio lain, seperti apa program yang di inginkan pendengar, program apa yang dilakukan radio lain, radio Unisi FM melakukan analisis kritis terhadap masukan tersebut untuk mewujudkannya menjadi program acara.

Dilihat dari penjelasan di atas, radio Unisi FM lebih memilih langsung berpatokan kepada apa yang pendengar mau dan butuhkan, ditambahkan dari survey dari acara radio lain. Setelah melakukan hal

tersebut, maka radio Unisi FM akan lebih mengetahui sisi dari kompetitor. Artinya Unisi bisa mengambil celah yang belum digarap radio lain, sehingga dapat menjaring pendengar lebih banyak lagi. Tentunya dengan memberikan program yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pendengar itu sendiri.

2. *Broadcaster*

Bertanggung jawab untuk mendatangkan keuntungan, biasanya bila pendengar banyak maka pendapatan juga akan bertambah besar. Karena itu usahakan program yang diputar dapat menarik minat para pendengar, khususnya pendengar Unisi FM. Radio Unisi FM menghadirkan program hasil dari masukan pendengar, dan di dukung dengan karakteristik yang dimiliki tiap penyiar di radio Unisi FM, penyesuaian karakter penyiar dengan program tertentu merupakan hal yang dilakukan oleh radio Unisi FM, acara *Morning Sunrise* di siarkan oleh Zam dan Rima, dua penyiar tersebut memiliki daya humor dan wawasan yang baik diantara penyiar lainnya, maka dari itu ditempatkan di acara yang berkarakter humor dan informatif.

3. *Pengiklan*

Biasanya kepentingan utama mereka dalam menggunakan radio adalah untuk mempromosikan produk atau servis kepada pendengar. Program yang dapat menarik pendengar akan mempunyai kesempatan lebih besar untuk menarik para pengiklan. Radio Unisi FM sudah

maka dari itu radio Unisi FM bertanggung jawab memberikan siaran yang bermanfaat bagi pendengarnya khususnya wilayah kota Yogyakarta. Dengan bermaterikan informasi dan musik diharapkan para pendengarnya anak muda bisa terhibur dengan siaran yang ada. Hal tersebut merupakan korelasi antara teori dan data lapangan, radio Unisi FM melakukan proses memberikan hiburan informatif kepada pendengar, karena itu sudah menjadi hak pendengar untuk menerima siaran-siaran yang bermanfaat dari berdirinya stasiun radio Unisi FM.

Menurut Herman Kertajaya (2002 : 288) strategi terdiri dari segmentasi (cara membagi pasar berdasarkan variabel-variabel tertentu), targeting (memilih satu atau lebih segmen pasar yang dijadikan target market), positioning (posisi yang diinginkan dibenak konsumen). Sebelum menentukan strategi format acara, radio Unisi FM juga membagi audiens nya dalam beberapa segmentasi seperti geografis, dimana Yogyakarta sebagai kota pelajar yang mempunyai penduduk pendatang dengan segala budaya dan juga mereka merupakan anak muda yang dilihat dari banyaknya mahasiswa dan pelajar yang ada merupakan pasar yang potensial untuk digarap.

Menurut pembagian secara demografis, Yogyakarta sebagai kota pelajar serta kota yang mempunyai lembaga pendidikan yang cukup banyak merupakan tempat para target audien yang bisa diincar. Secara psikografis anak muda di Yogyakarta merupakan anak muda yang intelektualnya cukup tinggi, dilihat dari mayoritas pelajar dan juga mahasiswanya. Berdasarkan hal tersebut maka wajar jika khalayak

memerlukan informasi dan hiburan atau sajian yang menghibur namun tetap dengan tingkat intelektual yang disesuaikan. Sedangkan untuk *targetting*, dengan menentukan segmen pasar yang ingin dituju, dalam hal ini segmen yang ingin dituju oleh Unis FM adalah intelektual muda. Untuk melakukan *positioning*, radio Unisi FM sudah memposisikan dirinya ke benak khalayak sebagai radio anak muda yang aktif dan intelektual sebagai radio yang memberikan sarana hiburan dan juga informasi yang ringan yang akan menambah wawasan para pendengar, hal tersebut dilakukan agar dapat meningkatkan pangsa pendengar di kota Yogyakarta.

Dengan penjabaran dari data di atas mengenai keadaan radio Unisi FM di lapangan, bagaimana proses programming yang dilakukan radio Unisi FM, maka bias disimpulkan bahwa radio Unisi FM telah melakukan proses peningkatan dan perbaikan dari segi program acaranya untuk mendapatkan jumlah pendengar yang semakin meningkat. Secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah pengiklan yang masuk untuk meningkatkan pemasukan radio agar tetap bias berjalan dengan lebih baik..

Dengan demikian berdasarkan data di atas serta analisis yang telah dipaparkan diatas, maka strategi *programming* radio Unisi FM sebagai salah satu radio anak muda dalam meningkatkan pendengar sudah sangat baik dan sesuai dengan teori-teori yang ada serta program-program yang disusun sesuai dengan porsi dan kebutuhan pendengar yang ada.