

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Setelah membaca dan mempelajari data yang telah ada, maka penulis skripsi “*Strategi Programming Radio Prambors FM Surabaya di Masa Pandemi*” serta menjawab beberapa rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan atau ringkasan sebagai berikut Radio Prambors FM Surabaya melakukan beberapa strategi untuk dapat mempertahankan pendengar. Strategi yang dilakukan sesuai dengan lima tahapan teori Susan Taylor Eastman yaitu, *pertama* Strategi Kesesuaian (*Compability*) adalah kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Untuk itu, radio dituntut mampu membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang yang tepat. Dalam studi kasus di radio Prambors terjadi permasalahan pengaturan jadwal dikarenakan pada masa pandemi tidak banyak pendengar yang mendengarkan radio ketika berada di jalan. Lebih banyak pendengar yang mendengarkan siaran dari rumah untuk menemani kegiatan dalam rumah, untuk itu Prambors merubah beberapa jadwal program, salah satunya adalah lebih bergantung pada penambahan jam pemutaran lagu dari pada siaran oleh penyiar seperti yang sudah di paparkan di bab IV.

Kedua, Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habbit Formation*). Pembentukan kebiasaan adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu tertentu. Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka akan semakin berdampak pula pemasangan iklan. Sehingga iklan yang ada di Radio Prambors FM Surabaya dituntut memiliki keunikan, menyenangkan, dan menggunakan penyampaian dengan bahasa tutur pendengarnya. Dalam studi kasus Prambors terjadi permasalahan berkenaan dengan jadwal iklan. Hal ini terjadi karena dampak pandemi sehingga banyak perusahaan yang meng-*hold* pembayaran iklan, untuk jadwal tidak mengalami perubahan yang signifikan, namun Prambors juga menerapkan strategi yang berbeda untuk masa pandemi dalam penerimaan iklan. Pada saat pandemi iklan yang lebih di unggulkan adalah iklan dari sponsor yang dapat dirasakan langsung oleh para pendengar, seperti giveaway barang dan *fresh money*. Hal ini sesuai dengan kebiasaan dan kebutuhan para pendengar yang lebih banyak menghabiskan waktu di rumah dan dapat menarik perhatian pendengar.

Ketiga, Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*). Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing, dapat diantisipasi dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain

(*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*). atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*). Dalam studi kasus Prambors radio terjadi perubahan program siaran yang cukup signifikan, hal ini di karenakan dampak ppkm dan psbb yang mengharuskan pengurangan kegiatan di kantor sehingga jumlah karyawan yang sebelumnya dapat mengerjakan bagiannya berkurang drastis. Untuk itu Prambors menerapkan strategi siaran dari rumah dan *live delay*. Jika sebelum masa pandemi Prambors juga menyiarkan siaran langsung dan lagu yang dapat di mainkan langsung oleh DJ sekarang Prambors lebih bergantung pada *playlist*, dan rekaman dari para penyiar yang telah merekam di rumah masing-masing.

Keempat, Strategi penyimpanan sumber-sumber program (*Consevation of Program Resources*). Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program bisa dipakai lagi suatu saat, tapi tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari. Diantaranya dengan mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda. Dalam studi kasus Prambors sumber-sumber program telah ada di rubah *seflexible* mungkin agar tetap ada meskipun dengan keterbatasan produksi yang ada. Strategi yang digunakan Prambors dalam penyimpanan sumber-sumber program seperti salah satunya interview, yang sudah tidak bisa dilakukan secara

live studio kini dilakukan secara jarak jauh dengan memanfaatkan beberapa program aplikasi *online meeting* dan *record*.

Kelima, Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*). Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai oleh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program yang disajikan.

Melalui materi program Prambors Enak-enak, prambors giveaway, dan penyesuaian program *relay* dari unit pusat mampu memenuhi kebutuhan pendengar akan informasi dan hiburan sehingga pendengar akan tetap mendengarkan program dari Prambors FM Surabaya. Kesimpulannya dalam studi kasus Prambors mengalami banyak perubahan strategi dikarenakan munculnya permasalahan pada masa pandemi, khususnya kebijakan pemerintah PSBB. Strategi yang digunakan Prambors lebih fokus pada apa yang dibutuhkan para pendengar saat tidak bisa menjalani kegiatan diluar rumah seperti biasa.

5.2 SARAN

Setelah melihat keadaan yang ada di Prambors FM Surabaya dan juga data yang diperoleh dari objek penelitian, dokumentasi dan wawancara yang dilakukan, penulis memiliki beberapa saran antara lain :

1. Berkaitan dengan program yang di hadirkan dalam masa pandemi belum dilakukan dengan maksimal, karena siaran masih belum secara keseluruhan ditangani oleh Prambors FM Surabaya, karena masih ada siaran yang di relay. Hal ini justru akan membingungkan pendengar. Sebaiknya, pihak Holdings (Masima Radio Network) memberikan tanggung jawab penuh penanganan program pada Radio Prambors FM Surabaya sebagai radio unit untuk dapat lebih mendekatkan diri dengan pendengar Kota Surabaya.
2. Beberapa konten yang di hadirkan dalam masa pandemi masih belum konsisten karena terbatasnya waktu produksi. Seharusnya persiapan dapat dilakukan beberapa hari sebelumnya. Sehingga hasil dapat lebih maksimal dan lebih berkualitas baik secara pelaksanaan maupun *out put audio*.
3. Program yang di hadirkan dalam masa pandemi masih belum memaksimalkan peran seorang produser. Saat ini program dan perencanaan masih lebih banyak dikerjakan oleh penyiar. Sudah seharusnya, pihak Radio Prambors FM SURabaya mengkhususkan seorang produser sehingga penyiar dapat lebih leluasa untuk berekspresi menyapa pendengar.