

STRATEGI PENYIARAN RADIO TRAX FM DALAM MENARIK MINAT DENGAR

(Studi Kasus pada Program Siaran ‘*Good Afternoon Show*’
Radio 101.4 Trax FM Jakarta)

Drianita Kurnia Asniyarti

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi yang dilakukan oleh radio 101.4 Trax FM Jakarta dalam usahanya menarik minat dengar para pendengarnya melalui program siaran ‘*GOOD ALTERNOON SHOW*’ yang merupakan sebuah program baru di radio Trax FM. Program siaran ‘*Good Afternoon Show*’ di radio Trax FM memiliki strategi penyiaran yang sangat menarik melalui konsep, konten, serta segmen yang disajikan meliputi hal – hal yang unik dan memiliki daya tarik tinggi dikalangan ‘Anak Muda’, sehingga melahirkan minat dengar dari *audience* untuk mendengarkan, bahkan konsisten dalam menikmati program siaran tersebut. **Tujuan penelitian** ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pemrograman siaran radio Trax FM dalam upaya menarik minat dengar program ‘*Good Afternoon Show*’, serta untuk mengetahui segmen-segmen apa saja yang disajikan radio Trax FM dalam program siaran ‘*Good Afternoon Show*’. **Metode yang digunakan** dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. **Teknik pengumpulan data** yang digunakan adalah melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap producer program, program director, announcer dan pendengar Trax FM, serta didukung oleh dokumentasi. **Hasil penelitian** yang diperoleh berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan menunjukkan bahwa untuk dapat menarik minat dengar pendengar, radio 101.4 Trax FM pada program siaran *Good Afternoon Show* menerapkan adanya strategi program. Strategi tersebut meliputi pemilihan nama program yang unik, pemilihan komunikator (penyiar) yang sesuai dengan target komunikan (pendengar) yang *fresh*, kesesuaian konsep penyiaran dengan minat dan kebutuhan masyarakat yang informatif dan menghibur namun tidak membosankan, kesesuaian gaya komunikasi yang menarik dan berkarakter, keberagaman bentuk promosi yang efektif dengan adanya *on air promotions*, *off air promotions* dan *cross promotions*, mengutamakan interaksi terhadap pendengar, dan hal yang paling utama adalah menyajikan segmen yang berbeda dan beragam setiap harinya yang dapat menghimpun banyak pendengar dari latar belakang, minat, kegemaran, serta golongan yang beragam dengan melalui proses perencanaan program, produksi program, eksekusi program, dan pengawasan serta evaluasi program yang efektif.

Kata Kunci : Strategi, Penyiaran, Program, Radio, Trax FM, Minat Dengar.

**THE BROADCASTING STRATEGY OF TRAX FM RADIO
IN REACHING THE INTEREST OF LISTENING
(Case Study on the Broadcast Program
Radio 'Good Afternoon Show' of 101.4 Trax FM Jakarta)**

Drianita Kurnia Asniyarti

ABSTRACT

This Research is studying the strategy carried by 101.4 FM Trax Radio Jakarta, in its effort to get the interest of its listener through the new program of Trax FM called GOOD ALTERNOON SHOW. This program has an interesting strategy of broadcast by the unique concept, unique content, also the special segment that presented for the young and teenager, so it will be formed the interest of listening from the audience for listening, even being consistent to enjoy the content of the program. **This research aims to** know and to describe the strategy of programming the Trax FM as radio, in terms of getting the interest of listeners from the GOOD ALTERNOON SHOW program. **The method** that will be used in this research is the descriptive qualitative method. **The collection of data** will be using the in-depth interviewing and observing technic, which targeting the producer of the program, the program director, the announcer, and the listener of TRAX FM, also the data will be supported by documentation. **The results of this research** show that in order to get the interest of listeners, 101.4 FM Trax Radio implementing the program strategies. Those strategies are choosing the unique name for the program, choosing the right communicator (announcer) that suitable with the target (listeners), the compatibility of broadcasting concept with the interest and need of society in informative and entertaining way but not weary, the appropriateness of communication form that is interesting and having character, the diversity way of effective promotion by on-air promotion, off-air promotion, and cross-promotion, giving a priority to the interaction between listeners and the announcer of the program, and the most important thing is presenting the different segments every day, which can gather all of the listeners from all backgrounds, interests, and various group of people.

Keywords: Broadcast Strategy, Radio Program, Interest of Listening.