

## Rebranding Program Rumpi Kuliner SHE Radio 99,6 FM Surabaya

Yuliana Sukma Dewi<sup>1</sup>, Nurtyasih Wibawanti Ratna Amina<sup>2</sup>

Ilmu Komunikasi  
Stikosa-AWS

Nginden Inten Timur 1/18,  
Surabaya

Email: yulianasukma8@gmail.com

### **Abstract**

*This study aims to investigate how the programming approach of a Surabaya radio station, She Radio 99.6 FM, in rebranding the Rumpi Kuliner program to catch listeners' interest. One of She Radio 99.6 FM's rebranding initiatives is the Culinary Rumpi program, which features broadcasts in the style of small talk from resource people and presenters who previously hosted the Rumpi Kuliner Dapur Manda program. This name change was made to adjust the segmentation of middle-class housewives and to remove the figure element from the program name, this was also done due to a change in the program announcer. This study will conduct a qualitative descriptive analysis using the concepts of compatibility, habit formation, control of audience flow, and resource conservation from the data that has been gathered through interviews and direct observation (resource conservation). Sydney W. Head proposed the idea of broad reach, program power, and the urge to investigate She Radio 99.6 FM's strategic program in the Rumpi Kuliner rebranding initiative. Researchers have discovered that She Radio 99.6 FM is capable of rebranding the Rumpi Culinary program in accordance with the five factors by taking into account the preferences and interests of the audience.*

**Keywords:** *programming strategy, program rebranding, Culinary Rumpi Program She Radio 99.6 FM*

### **Abstrak**

Penelitian ini hendak mengupas bagaimana strategi programming sebuah stasiun radio Surabaya yakni She Radio 99,6 FM dalam merebranding program Rumpi Kuliner sehingga mampu menarik perhatian pendengarnya. Program Rumpi Kuliner merupakan salah satu program rebranding She Radio 99,6 FM yang mana menyajikan siaran berupa obrolan ringan penyiar dan narasumber dimana sebelumnya memiliki program Rumpi Kuliner Dapur Manda. Perubahan nama ini dilakukan untuk menyesuaikan segmentasi Ibu-Ibu rumah tangga kelas menengah dan menghilangkan unsur figur dari nama program, hal tersebut juga dilakukan karena adanya perubahan penyiar programnya. Dari data yang telah diperoleh melalui wawancara dan juga observasi secara langsung, penelitian ini akan melakukan analisis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan konsep kesesuaian (compatibility), membangun kebiasaan (habit formation), mengatur alur pendengar (control of audience flow), pemeliharaan sumber daya (conservation of program resources), daya tarik yang luas (breadth of appeal) yang diperkenalkan oleh Sydney W. Head sebagai acuan dalam mengupas strategi programming She Radio 99,6 FM dalam merebranding program Rumpi Kuliner. Peneliti telah menemukan kesesuaian terhadap kelima elemen tersebut dimana She Radio 99,6 FM sudah cukup baik dalam merebranding program Rumpi Kuliner dengan memperhatikan minat dan keinginan pendengarnya.

**Kata Kunci:** strategi programming, rebranding program, Program Rumpi Kuliner She Radio 99,6 FM

## **PENDAHULUAN**

Dari data alamat web [radioindonesia.co.id](http://radioindonesia.co.id) periode 24/11/2021 menunjukkan hasil survei oleh Radio Audience Measurement (RAM) Nielsen 2021, sebanyak 30.846.000 masyarakat Indonesia aktif mendengarkan radio pada tahun 2021. Angka tersebut meningkat jauh dari tahun 2018 yakni Masyarakat di Indonesia mendengarkan radio hanya sebanyak 19.080.000. Meningkatnya jumlah pendengar di Indonesia khususnya di Surabaya tidak menjamin jumlah tersebut mampu dinikmati dengan baik oleh pendengarnya. Hal tersebut yang menjadikan perusahaan-perusahaan radio di Surabaya berlomba untuk mempertahankan eksistensinya, salah satunya adalah She Radio 99,6 FM. (PRSSNI, 2021)

She Radio 99.6 FM merupakan anak perusahaan dari Suara Surabaya Media Group dengan format khusus perempuan yang telah mengudara sejak 4 Februari 2011. Stasiun radio yang didirikan untuk memenuhi pasar pendengar perempuan di Surabaya ini sejak akhir tahun 2021 lalu telah menajamkan segmentasinya, dimana bukan hanya menyajikan informasi seputar perempuan saja, namun sudah menajamkan kepada segmentasi Ibu-Ibu rumah tangga kelas menengah dengan merebranding program siarannya. Ucapan salah satu penyiar She Radio 99,6 FM yang bernama Agil Saradji menyatakan "Program She Radio yang ada di profil internet kita itu konsep yang lama, konsep kita di per-akhir tahun 2021 lalu telah menajamkan segmentasi kepada Ibu-Ibu rumah tangga dari golongan kelas menengah dan She Radio memiliki program yang sudah di rebranding untuk menyesuaikan kebutuhan para pendengar" Dari pernyataan diatas menunjukan bahwa She Radio 99,6 FM telah merebranding program siarannya guna memenuhi segmentasi pasar dan mempertahankan eksistensinya. Selain memutar lagu-lagu yang sedang naik daun dengan rentan usia 10-15 tahun kebelakang She Radio 99,6 FM saat ini sudah memiliki program rebranding seperti program daily Shecangkir Teh Pagi yang mengudara pukul 07.00-11.00 WIB setiap harinya, Shecangkir Teh Sore yang mengudara setiap harinya pukul 16.00-21.00 WIB, program weekly Rumpi Kuliner yang mengudara setiap hari Jumat pukul 16.00-17.00 WIB. Dari ketiga program rebranding tersebut penelitian ini akan berfokus pada program Rumpi Kuliner. (Arie, 2021)

Rumpi Kuliner merupakan salah satu program weekly dari pada She Radio 99,6 FM yang saat ini telah direbranding. She Radio 99,6 FM melakukan rebranding pada program Rumpi Kuliner selain untuk menyesuaikan segmentasi yang saat ini namun juga adanya pergantian pada nama program yang dimana sebelumnya bernama Rumpi Kuliner Dapur Manda menjadi Rumpi Kuliner. Hal tersebut dilakukan untuk menghilangkan unsur figur dari nama programnya, perubahan nama tersebut dilakukan karena saat ini penyiar program siarannya telah digantikan. Program Rumpi Kuliner saat ini disiarkan oleh dua penyiar, yaitu Yuna Yuliana dan Agil Saradjie telah mengudara dengan terjadwal rutin yakni setiap hari Jumat pada pukul 16.00-17.00 WIB pada She Radio 99,6 FM. Menurut Rangkuti strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi internal dan eksternalnya, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Maka dari itu strategi merupakan aspek penting guna perencanaan program siaran sebuah stasiun radio. (Rangkuti, 2013)

Adanya strategi programming dalam sebuah perusahaan penyiaran radio mampu membantu meningkatkan daya tarik pendengar menjadi lebih efisien dan efektif. Programming sendiri pada umumnya merupakan proses penyeleksian dan penjadwalan program yang dilakukan oleh programme. Menurut Sydney W.Head adanya strategi programming guna menetapkan

hal yang harus dilakukan agar mencapai visi dan misi serta tujuan dari media penyiaran. Dalam penelitian ini peneliti akan berfokus pada 5 elemen strategi programming yaitu, kesesuaian (compability), membangun kebiasaan (habit formation), mengatur alur pendengar (control of audience flow), pemeliharaan sumber daya (conservation of program resources), daya tarik yang luas (breadth of appeal). Pada penelitian ini peneliti akan berfokus kepada kelima elemen strategi programming yang dikemukakan oleh Sydney W.H. (Eastman & Ferguson, 2013)

Dalam lingkungan bisnis rebranding bukan merupakan hal yang baru, pasalnya banyak industri radio memutuskan untuk melakukan rebranding guna menciptakan citra baru bagi perusahaan. Menurut pengertiannya rebranding merupakan proses penyegaran, hal ini disebabkan usia produk telah menua, sehingga adanya penyegaran melalui perubahan merek adalah keputusan yang perlu diambil bagi pemilik perusahaan. Pada kasus ini rebranding menjadi upaya yang telah dilakukan She Radio 99,6 FM guna mengubah atau memperbarui program siarannya agar mampu menjangkau segmentasi yang dituju dan menjadi program yang mampu menarik perhatian pendengarnya. (Bantilan et al., 2017)

Paradigma penelitian merupakan gabungan dari sebuah konsep, keyakinan, asumsi, nilai, metode, serta aturan yang membentuk kerangka kerja sebuah penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme sosial yang dimana paradigma tersebut meletakkan pengamatan dan objektifitas dalam menemukan realitas sosial yang ada. Dari pernyataan tersebut peneliti akan mencari dan memahami pandangan-pandangan melalui informan yang ditemui dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif, peneliti ingin memberikan gambaran atau deskripsi bagaimana She Radio 99,6 FM menyusun strategi programming untuk merebranding program Rumpi Kuliner sehingga mampu menarik perhatian pendengarnya. (Creswell, 2014)

## **METODE PELAKSANAAN**

Dalam penelitian ini jenis dan metode yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang dimana penelitian ini akan memberikan deskripsi atau gambaran mengenai strategi programming She Radio 99.6 FM dalam merebranding program Rumpi Kuliner. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan data bukan angka. Data yang dikumpulkan nantinya akan menjadi kunci dari permasalahan yang sedang diteliti. Maka, laporan penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data yang memberikan gambaran dari hasil riset yang diperoleh. Data yang diperoleh berasal dari catatan lapangan, naskah wawancara, dan dokumentasi.

Unit observasi dalam sebuah penelitian merupakan satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek dan objek. Dalam penelitian ini peneliti telah menemukan dan menentukan subjek dan objek penelitiannya. Subjek merupakan pihak yang dapat memberikan informasi seputar penelitian dan sering disebut sebagai informan. Sedangkan objek pada sebuah penelitian

merupakan sarana ataupun tempat ataupun benda yang menjadi titik permasalahan yang ingin diteliti lebih mendalam. Peneliti telah menentukan subjek penelitian dengan mengambil informasi melalui satu key Informan yaitu Deedee Dinata selaku Program Director She Radio 99,6 FM, dan tiga informan lainnya yaitu Sigit Wikanto selaku Direktur Utama She Radio 99,6 FM, Yuna Yuliana dan Agil Saradji selaku penyiar program Rumpi Kuliner. Sedangkan Objek dari penelitian ini adalah program Rumpi Kuliner yang telah di rebranding oleh She Radio 99.6 FM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini peneliti akan membahas dan menjelaskan mengenai bagaimana strategi *programming* She Radio 99,6 FM dalam *rebranding* program Rumpi Kuliner yang disajikan sehingga mampu menarik minat pendengarnya. Pada pengkajiannya peneliti akan menggunakan teori strategi *programming* yang dikemukakan oleh Sydney W.Head. Pada proses pembuatan program sebuah industri media terutama radio siaran tentunya memiliki strateginya masing-masing untuk mendapatkan hasil yang diharapkan. Direktur dan seluruh tim produksi tentunya harus merancang strategi program yang tepat supaya dapat sesuai dengan segmentasi dan target pendengarnya sehingga program tersebut mampu menarik dan menaikkan rating siaran stasiun radio tersebut. Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti pada akun Instagram @Sheradiofm *rebranding* program Rumpi Kuliner ini diawali dari perubahan nama program, logo program, dan penyiarinya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Dede selaku *Program Director*, yakni :

*“Prosesnya rebranding ini kita awali dari perubahan nama dan logo yang awalnya rumpi kuliner dapur manda dengan ada ikon karakter pada logonya dan sekarang menjadi Rumpi Kuliner saja karena pertimbangan pemimpin tidak ingin nama program ada unsur figurnya supaya kalau ada pergantian penyiar kita tidak perlu merubah nama programnya lagi. Kemudian merubah format dan konsep siarannya yang dimana sekarang ada sesi cicip-cicip dan bagi hadiah supaya lebih menarik dan berbeda dari sebelumnya.”*

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan melalui wawancara diatas menunjukkan bahwa proses *rebranding* program Rumpi Kuliner dilakukan karena penyesuaian program dengan situasi yang sedang terjadi dimana program tersebut menggunakan nama penyiar yang saat ini sudah tidak lagi ada di She Radio 99,6 FM lagi. Pernyataan tersebut juga menunjukkan bahwa strategi *programming* yang dilakukan dalam *rebranding* program Rumpi Kuliner sesuai dengan strategi *programming* yang dimiliki oleh Sydney W.Head yaitu kesesuaian (*compability*), membangun kebiasaan (*habit formation*), mengatur alur pendengar (*control of audiance flow*), pemeliharaan sumber daya (*conservation of program resources*), daya tarik yang luas (*breadth of appeal*).

**Strategi *Programming* kesesuaian (*compability*) She Radio 99,6 FM dalam *rebranding* Program Rumpi Kuliner**

Sebagai sebuah program siaran yang menarik perhatian masyarakat luas khususnya Surabaya She Radio yang merupakan radio berformat perempuan harus dapat menyesuaikan siarannya dengan kebutuhan dan segmentasi pendengarnya. Kesesuaian bukan hanya mengatur pada pola penjadwalan program Rumpi Kuliner saja namun juga terimplementasinya program dengan keseharian masyarakat atau pendengar yang mendengarkan. Implementasi merupakan rencana yang telah disusun dengan matang dan terperinci guna mendapatkan hasil yang diinginkan. Dengan perkembangan teknologi yang ada She Radio 99,6 FM mencoba memanfaatkan sosial media sebagai sarana untuk melihat dan mencari informasi yang dapat digunakan sebagai isi konten program. Hal itu disampaikan oleh Dede Dinata selaku *Program Director* She Radio :

*“Agar terimplementasikan juga dengan keseharian pendengar dengan cara setiap harinya kita lempar poling pertanyaan di Instagram story tentang pertanyaan atau pilihan yang berkaitan dengan topik yang nantinya akan kita bawakan di program rumpi kuliner dan pastinya berkaitan dengan keseharian Ibu-Ibu.”*

Pernyataan dari wawancara diatas menunjukkan bahwa *Program Director* She Radio 99,6 FM meimplementasikan konten program berdasarkan dari hasil poling pertanyaan yang didapat dari pilihan pendengarnya melalui *Instagram story* She Radio 99,6 FM. Dari hal tersebut dirasa sudah mampu menyesuaikan konten program dengan minat dan keinginan pendengarnya terhadap adanya program Rumpi Kuliner. Dari hasil wawancara diatas pula menunjukkan bahwa hal baru yang dilakukan oleh She Radio dengan pemilihan poling tersebut mendapat respon pendengar dengan cukup baik dari pendengar.

### **Strategi *Programming* membangun kebiasaan (*habit formation*) She Radio 99,6 FM dalam *rebranding* Program Rumpi Kuliner**

Sebagai sebuah program siaran tentunya akan terus berjalan apabila mendapat banyak minat dan respon yang baik pendengarnya, dengan banyaknya minat dari pendengar tentunya juga dapat menjadi pertimbangan bagi She Radio 99,6 FM dalam *rebranding* dan menyajikan program Rumpi Kuliner terus ada. Hal tersebut dapat diberarkan dari pernyataan Dede Dinata selaku *Program Director* bahwa :

*“Pertama kami mempersering memutar atau mengulangi cuplikan promo program Rumpi Kuliner jadi sebuah selingan di tengah program-program lain. Lalu kedua dari ability peniarnya dalam menyampaikan promosi program saat siaran atau mempersuasi dan mengajak pendengar untuk mendengarkan program rumpi kuliner. Ketiga kita aktif mempromosikan program Rumpi Kuliner pada Instagram.”*

Pernyataan dari wawancara diatas menunjukkan bahwa ada beberapa strategi guna membangun kebiasaan bagi pendengarnya agar mengetahui program Rumpi Kuliner telah hadir kembali. Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pernyataan tambahan yang disampaikan oleh Agil Saradjie selaku Penyiari program Rumpi Kuliner lainnya bahwa :

*“Disamping itu kita juga selalu selipin promosi program Rumpi Kuliner di setiap harinya dengan waktu yang sering supaya pendengar itu secara gak langsung akan hafal dengan opening, tema program, dan juga jadwal siarannya Rumpi Kuliner yang sekarang ini.”*

Pernyataan dari wawancara diatas menunjukkan bahwa dalam membangun kebiasaan kepada pendengar juga dapat dilakukan dengan selalu menyelipkan promosi program setiap harinya sehingga pendengar akan terbiasa dan hafal dengan adanya program Rumpi Kuliner yang baru.

### **Strategi *Programming* mengatur alur pendengar (*control of audience flow*) She Radio 99,6 FM dalam *rebranding* Program Rumpi Kuliner**

Sebuah stasiun radio pastinya memiliki program yang serupa dengan program siaran stasiun lainnya. Walaupun berbeda namun isi konten sajiannya umumnya tetap sama, namun berbeda halnya dengan program Rumpi Kuliner yang dimiliki oleh She Radio 99,6 FM ini, di Surabaya masih minim sekali program tetap yang menyiarkan informasi seputar kuliner. Hal tersebut telah dibenarkan oleh Dedee Dinata selaku *Program Director* She Radio 99,6 FM bahwa :

*“Supaya berbeda dan tidak membosankan kita selalu buat topik yang berbeda-beda . Dan kami sebut Rumpi Kuliner ini adalah spesial program yang pasti hadirnya seminggu sekali dimana karna seminggu sekali ini akan jadi penantian pendengar kami, dan jadwalnya itu sudah paten untuk saat ini tepatnya hari Jumat jam Empat sampai Lima Sore, karena hari Jumat merupakan hari yang santai menjelang weekend. Tentunya itu akan cocok karena kita kemasnya juga dengan konsep yang ceria dengan rumpian penyiar dan narasumber kita dengan harapan supaya pendengar tidak bosan.”*

Pernyataan dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa selain penjadwalannya yang sudah terbentuk, program Rumpi Kuliner juga dibuat dengan berbeda-beda topik dan konsep yang ceria agar pendengar tidak merasa bosan bosan. Hal tersebut juga didukung oleh pernyataan yang disampaikan oleh Yuna Yuliana selaku Penyiar program Rumpi Kuliner bahwa :

*“Untuk mengatur alurnya kita udah ada part nya sendiri ya, jadi kita pakai empat main clock. Clock pertama itu opening itu biasanya perkenalan host dan sedikit candaan yang mengarah ke tema siaran episode itu, clock kedua kita memperkenalkan narasumber, clock ketiga kitaicip-icip makanan atau minumannya, clock keempat kita berbicara soal produk dan pembagian hadiah.”*

Pernyataan-pernyataan dari wawancara diatas menunjukkan dalam mengatur alur pendengar sudah dilakukan dengan maksimal, hal ini dapat dilihat pada strategi *countering* dan *blunting* menunjukkan bahwa program Rumpi Kuliner berbeda dan tidak sama dengan program siaran stasiun radio lainnya, maka dari itu Rumpi Kuliner tidak perlu khawatir akan persaingan program.

### **Strategi *Programming* pemeliharaan sumber daya (*conservation of program resources*) She Radio 99,6 FM dalam *rebranding* Program Rumpi Kuliner**

program siaran dalam pembuatannya memiliki unsur-unsur yang juga penting yakni sumber daya programnya, dimana hal tersebut bertujuan agar isi materi atau informasi yang disampaikan tersusun dan selalu terbaru. Sigit Wikanto selaku Direktur Utama She Radio 99,6 FM menyatakan bahwa :

*“Untuk pemeliharaan kita gunakan data analitik yang dimiliki She Radio, jadi kita lihat dari topik apa saja yang sedang berkembang, informasi ataupun trend seperti apa yang diminati masyarakat itu kita analisa dan pilih mana saja yang bisa kita gunakan untuk program-program kita.”*

Pernyataan dari wawancara tersebut menyatakan bahwa She Radio 99,6 FM selalu memperbarui dan menambah informasi melalui data analitik. Istilah data analitik pada She Radio 99,6 FM merupakan wadah bagi penyimpanan data materi yang akan digunakan untuk setiap programnya yang disiarkan. Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan yang disampaikan oleh Dedee Dinata selaku *Program Director* She Radio 99,6 FM bahwa:

*“Biasanya kami selalu update di Instagram ataupun Tiktok untuk apa yang sedang trending atau apa yang lebih diminati, ada juga rekomendasi dari pendengar yang ingin request apa saja yang ingin dibahas saat siaran Rumpi Kuliner. itu nanti dikumpulkan dan jadi data analitik She Radio.”*

Pernyataan dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa data analitik yang diperoleh bersasal dari informasi yang didapat dari sosial media dan juga rekomendasi pendengarnya. Dalam penyajian program Rumpi Kuliner yang selalu memiliki topik yang berbeda tersebut She Radio 99,6 FM menggunakan data analitik yang setiap harinya selalu diperbarui guna menunjang siaran yang menarik dan tidak membosankan.

### **Strategi *Programming* daya tarik yang luas (*breadth of appeal*) She Radio 99,6 FM dalam *rebranding* Program Rumpi Kuliner**

Dalam sebuah program daya tarik yang luas merupakan target utama yang ingin dicapai, namun dalam perancangan program Rumpi Kuliner memiliki keterbatasan segmentasi dimana segmentasi pendengarnya saat ini telah ditajamkan kepada Ibu-Ibu rumah tangga kelas menengah, hal ini dijelaskan dalam wawancara oleh Dede selaku *Program Director* bahwa :

*“Jadi sekarang kita perkuat di penyiarnya, kita buat agar penyiarnya ini dapat membawakan program dengan fun dan lebih menarik dengan adanya konsep cicip-cicip dan bagi hadiah yang baru, cara ini kita gunakan untuk menarik perhatian pendengarnya supaya tertarik mendengarkan dari awal sampai akhir program.”*

Pernyataan dari wawancara diatas menunjukkan bahwa faktor yang digunakan dalam meningkatkan daya tarik bagi pendengarnya adalah kemampuan penyiar dalam membawakan program Rumpi Kuliner dan inovasi yang digunakan dalam menarik minat

pendengarnya. pernyataan tersebut ditambahi oleh pernyataan Yuna Yuliana selaku Penyiar program Rumpi Kuliner bahwa :

*“Biasanya ya kita minta untuk narasumber supaya disiapkan hadiah untuk dibagikan kependengar. Gak cuma hadiah makanan atau minuman aja, kadang juga ada hadiah voucher ya diberikan. Dan itu selalu kita sampaikan ke pendengar lewat instagram story kalau episode Rumpi Kuliner minggu ini akan mendatangkan owner atau narasumber dari mana dan akan ada hadiah apa aja.”*

Pernyataan dari wawancara diatas juga didukung oleh Agil Saradjie selaku *partner* siaran program Rumpi Kuliner bahwa :

*“untuk pemilihan pemenangnya juga dari narasumbernya sendiri yang menentukan supaya dil. Karna kan pendengar kita ada yang kurang lebih sama jadi mungkin diminggu kemarin dia gak dapet diminggu ini dia bisa dapet, jadi cara ini cukup efektif jadi daya tarik pendengar kami.”*

Dari pernyataan Yuna Yuliana dan Agil saradjie selaku penyiar tersebut menunjukan bahwa mereka sebagai penyiar memiliki strategi pembagian hadiah kepada pendengarnya sebagai pendukung daya tarik programnya. Walaupun saat ini memiliki segmentasi khusus yakni Ibu-Ibu rumah tangga dimana jangkauannya tidak dapat meluas, namun She Radio mengemas program Rumpi Kuliner agar mampu menarik banyak pendengar dan memperbarui konsep sajian mereka dengan memberi inovasi adanya sesi bagi hadiah pada programnya.

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian ini peneliti akan melampirkan bagaimana She Radio 99,6 FM dalam mampu *merebranding* program Rumpi Kuliner dengan menunjukan program Rumpi Kuliner sebelum dan sesudah *direbranding* dengan perpacu pada kelima elemen pada strategi *programming* yang dikemukakan oleh Sydney W. Head sebagai berikut :

**Strategi Programming kesesuaian (compability) She Radio 99,6 FM dalam merebranding Program Rumpi Kuliner.**

**Sebelum Rebranding**

Pemilihan konten program disesuaikan dengan ide dan permintaan dari pada narasumber yang diundang.

**Sesudah Rebranding**

Telah melakukan penyesuaian dengan keinginan pendengarnya dengan mengimplementasikan konten program berdasarkan hasil poling pertanyaan yang didapatkan dari pilihan pendengar melalui Instagram story milih She radio 99,6 FM.

### **Strategi Programming membangun kebiasaan (habit formation) She Radio 99,6 FM dalam merebranding Program Rumpi Kuliner**

#### **Sebelum Rebranding**

- Ability penyiar kurang maksimal dikarenakan kedua penyiar memiliki gender yang sama sehingga kemistri yang diberikan kurang kuat dan minim adanya candaan yang lucu.
- Mempromosikan program pada Instagram milik She Radio 99,6 FM sebelum program mengudara.

#### **Sesudah Rebranding**

- Telah melakukan strategi dengan mempersering memutarakan program Rumpi Kuliner menjadi sebuah selingan ditengah program lainnya.
- Ability kedua penyiar dengan gender yang berbeda yang mampu membawa suasana siaran menjadi menarik dengan candaan yang lucu.
- Mempromosikan program pada Instagram milik She Radio 99,6 FM sebelum program mengudara.

### **Strategi Programming mengatur alur pendengar (control of audiance flow) She Radio 99,6 FM dalam merebranding Program Rumpi Kuliner**

#### **Sebelum Rebranding**

Melakukan penjadwalan program Rumpi Kuliner dengan menggunakan strategi main clocking dimana menempatkan Rumpi Kuliner diwaktu menjelang hari libur yaitu hari Jumat pada pukul 16.00-17.00 WIB.

#### **Sesudah Rebranding**

Tetap melakukan penjadwalan program Rumpi Kuliner dengan menggunakan strategi main clocking dimana menempatkan Rumpi Kuliner diwaktu menjelang hari libur yaitu hari Jumat pada pukul 16.00-17.00 WIB.

### **Strategi Programming pemeliharaan sumber daya (conservation of program esources) She Radio 99,6 FM dalam merebranding Program Rumpi Kuliner**

#### **Sebelum Rebranding**

Mengumpulkan ide materi dari pendaftaran narasumber yang ingin hadir pada program Rumpi Kuliner ataupun mengumpulkan informasi berdasarkan rekomendari dari pendengar.

#### **Sesudah Rebranding**

Tetap menggunakan data analitik (wadah untuk menampung materi dan ide untuk programnya) milik She Radio 99,6 FM yang selalu diupdate datanya melalui Instagram, Tiktok, maupun rekomendasi dari pendengar.

## **Strategi Programming daya tarik yang luas (breadth of appeal ) She Radio 99,6 FM dalam merebranding Program Rumpi Kuliner**

### **Sebelum Rebranding**

- Siaran dilakukan dengan pembahasan mendalam dengan narasumber mengenai kuliner dengan merumpi.
- Mempromosikan jualan berupa makanan ataupun minuman kepada pendengar.

### **Sesudah Rebranding**

- Telah memperkuat kedua penyiar agar dapat menyiarkan dengan gaya ceria dan candaan yang lucu.
- Adanya konsep incip-incip yang dilakukan oleh penyiar dan narasumber.
- Adanya sesi pembagian hadiah yang diberikan oleh narasumber ataupun She Radio 99,6 FM.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif ini telah menemukan Strategi *Programming* yang telah dilakukan oleh She Radio 99,6 FM Dalam *Merebranding* Program Rumpi Kuliner menggunakan teknik wawancara dan observasi secara langsung yang telah dilakukan dengan menggunakan teori strategi *programming* yang dikemukakan oleh Sydney W. head maka dapat disimpulkan bahwa Dalam strategi *programming* kesesuaian (*compability*) yang telah dilakukan She Radio 99,5 FM sudah sesuai, dimana Rumpi Kuliner telah mengimplementasikan programnya dengan keseharian pendengarnya. Dalam strategi *programming* membangun kebiasaan (*habit formation*) yang telah dilakukan She Radio 99,5 FM sudah sesuai, dimana telah mempersering melakukan promosi Rumpi Kuliner disela program lainnya guna pendengar dapat terbiasa dan menghafal jadwal dan isi kontennya. Dalam strategi *programming* mengatur alur pendengar (*control of audiance flow*) yang telah dilakukan She Radio 99,5 FM sudah sesuai, dimana telah menjadwalkan dan mengolah program sehingga pendengarnya tidak bosan. Dalam strategi *programming* pemeliharaan sumber daya program (*conservation of program resource*) yang telah dilakukan She Radio 99,5 FM sudah sesuai dan baik, dimana telah mengolah data analitik dari pengumpulan informasi melalui sosial media maupun permintaan pendengarnya sehingga mampu menyiarkan informasi dan tema yang berbeda dan terbaru. Dalam strategi *programming* daya tarik yang luas (*breadth of appeal*) yang telah dilakukan She Radio 99,5 FM sudah sesuai dan baik, walaupun menjurus pada segmentasi tertentu yakni Ibu-Ibu rumah tangga, nanun tetap memberikan inovasi dengan memberikan hadiah kepada pendengarnya sebagai cara memikat daya tarik dengannya. Berdasarkan rumusan dan identifikasi masalah penelitian ini, program Rumpi Kuliner dalam proses *rebrandingnya* telah melakukan perubahan nama program, penyiar, dan juga konsep siarannya dimana strategi *programmingnya* telah berjalan dengan baik dan sesuai sehingga mampu menarik perhatian pendengarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amina, N. W. R. (2017). Journalism, Women and Gender. 3rd International Conference on Transformation in Communications 2017 (IcoTiC 2017), 407–410.
- Aminullah JR, R. X., & Kristiyono, J. (2021). Internet Marketing Strategy Demandailing Café in Building a Digital Brand on Instagram. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 8(2), 165–178.
- Arie. (2021). She Radio 99.6 fm Surabaya - Radio Maya.  
<http://radiomaya.blogspot.com/2021/02/she-radio-996-fm-surabaya.html?m=1>
- Arkansyah, M., Prasetyo, D., & Amina, N. W. (2021). Utilization of Tik Tok Social Media as A Media for Promotion of Hidden Paradise Tourism in Indonesia. Proceedings of the 4th International Conference on Communication & Business (ICCB 2021).
- Bantilan, D. S. I., Wulan, R. R., & Pamungkas, I. N. A. (2017). Strategi rebranding zora radio. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 2(1), 1–12.
- Creswell, J. W. (2014). A concise introduction to mixed methods research. Pustaka Pelajar.
- David, F. R. (2011). Strategic Management concepts and cases. Perhelalindo.
- Eastman, S. T., & Ferguson, D. A. (2013).  
[Susan\_Tyler\_Eastman,\_Douglas\_A.\_Ferguson]\_Media\_P(z-lib.org).
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ekawati, D. (2006). Strategi Programming Pada Radio Show Segmented (Studi Kasus pada Program “Ichigo” di Radio Swaragama 101, 7 FM Jogja). Universitas Gadjah Mada.
- Masduki, M. (2004). Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 102681.
- Morissan, M. A. (2018). Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi. Prenada Media.
- Newby, J. (2006). Inside broadcasting. Routledge.
- Nurudin, N. (2017). Pengantar Komunikasi Massa. Rajawali Pers.
- Prof. DR Lexy J. Moleong, M. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. Remaja Rosdakarya Offset.
- PRSSNI. (2021). Data Raced PRSSNI November 2021. <https://radioindonesia.co.id/news->

detail/data-radex-prssni-november-2021

Rangkuti, F. (2013). Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus. Gramedia Pustaka Utama.

Romeltea. (2019). Radio Komunitas: Pengertian, Karakteristik, Izin, dan Program » Romeltea Online. <https://romeltea.com/radio-komunitas-karakter-dan-program/>

Romli, A. S. M., & Syamsul, A. (2009). Dasar-Dasar Siaran Radio. Bandung: Nuansa.

Tanzeh, A. (2009). Pengantar metode penelitian. Yogyakarta: teras.

Triartanto, A. I. Y. (2010). Broadcasting Siaran Radio : Teori dan Praktek. Pustaka Publisher.

