

STRATEGI KREATIF PROGRAM “NGACA BARENG YOSI” UNTUK MEREGENERASI AUDIENS DI PROGRAM 4 RADIO REPUBLIK INDONESIA

ABSTRAK

Abstract: A radio broadcast program has a unique creative strategy, has an impact on its audience, and has a novelty nature. Radio broadcasting strategies place the listener as the subject and the participants involved to be able to attract the sympathy and involvement of the audience. The purpose of this research is to find out the creative strategy carried out in the Ngaca program with Yosi to regenerate its audience at RRI. This study uses a constructivism paradigm with a descriptive qualitative approach. Creative strategy as a concept. In-depth interviews with selected informants were used to collect data. Source triangulation is used in the validity of this research data. The results of this study explain the creative strategies used in the Ngaca Bareng Yosi program, which are generic from the program itself, preemptive by promoting cultural education, unique selling where broadcasters and music are the strategies, brand image by not changing the inherent Indonesian image.

Keywords: creative strategy, ngaca bareng yosi, regenerated audience, rri

Abstrak: Suatu program siaran radio memiliki strategi kreatif yang unik, berdampak bagi audiensnya, dan memiliki sifat kebaruan. Strategi penyiaran radio menempatkan pendengarnya sebagai subjek dan peserta yang terlibat untuk dapat menarik simpati dan keterlibatan audiensnya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi kreatif yang dilakukan dalam program Ngaca bareng Yosi untuk meregenerasi audiensnya di RRI. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Strategi kreatif sebagai konsep. Teknik wawancara mendalam kepada informan terpilih digunakan untuk mengumpulkan data. Triangulasi sumber digunakan dalam keabsahan data penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menjelaskan strategi kreatif yang digunakan dalam program Ngaca Bareng Yosi yaitu generik dari program itu sendiri, preemptive dengan mengedepankan edukasi berbudaya, unique selling dimana penyiar dan musik yang menjadi strateginya, brand image yaitu dengan tidak mengubah image ke-Indonesiaan yang melekat.

Kata Kunci: ngaca bareng yosi, regenerasi audiens, rri, strategi kreatif