

PERSAINGAN TELEVISI LOKAL DI KALIMANTAN SELATAN BERDASARKAN JENIS KHALAYAK SASARAN

Atika^{1*}, Achmad Bayu Chandrabuwono¹, Muhammad Febri Rahmat Akbari¹

¹ Universitas Lambung Mangkurat, Jl. Brigjen H. Hasan Basri Kayu Tangi, Banjarmasin, Indonesia

*Penulis korespondensi: atika_rusli@ulm.ac.id

Abstrak. Persaingan media penyiaran salah satunya adalah persaingan merebut perhatian khalayak. Penelitian yang telah dilakukan selain bertujuan menentukan kategori sumber penunjang kehidupan (*niche breadth*) yang dimiliki televisi lokal di Kalimantan Selatan berdasarkan jenis khalayak sasarnya, juga untuk mengukur tingkat persaingan (*niche overlap*) televisi lokal yang ada di Kalimantan Selatan dalam memperebutkan khalayak sasaran. Objek dalam penelitian ini adalah 1 televisi publik lokal (TVRI Kalsel), dan 1 televisi swasta lokal (Duta TV). Data primer penelitian adalah data kuantitatif yang diperoleh melalui pengisian instrumen log book khalayak sasaran yang merupakan hasil survey atau estimasi manajemen dari masing-masing televisi. Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis dengan menggunakan formula *niche*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kategori sumber penunjang (*niche breadth*) media televisi lokal di Kalimantan Selatan berdasarkan 5 jenis khalayak sasaran, termasuk dalam kategori *Generalis*, artinya sumber daya penunjang yang dimiliki televisi lokal di Kalimantan Selatan, baik publik maupun swasta berdasarkan jenis khalayak sasarnya cukup beragam. Adapun tingkat persaingan media televisi lokal dalam memperebutkan khalayak sasaran termasuk tinggi. Terdapat 2 jenis khalayak sasaran yang memiliki skor *niche overlap* paling mendekati 0.000, yaitu khalayak sasaran untuk kelompok jenis kelamin dan status ekonomi sosial, yang artinya televisi lokal di Kalimantan Selatan, baik televisi publik lokal maupun swasta lokal memiliki tingkat persaingan yang tinggi dalam memperebutkan khalayak sasaran dengan kelompok jenis kelamin dan status ekonomi sosial yang sama.

Kata kunci: ekologi media, persaingan televisi, *niche breadth*, *niche overlap*, khalayak sasaran televisi

1. PENDAHULUAN

Industri televisi di Indonesia terus berkembang sejak kemunculannya pada tahun 1962. Teknologi media komunikasi yang begitu cepat mengalami perubahan tidak membuat masyarakat meninggalkan media konvensional, bahkan sebaliknya, kehadiran sejumlah media berbasis online membuat masyarakat memiliki beragam cara untuk mengakses siaran televisi. Hasil survey Nielsen tahun 2017 pada 11 kota di Indonesia mengungkapkan bahwa penetrasi televisi masih cukup tinggi dan berada pada posisi teratas (96%). Masyarakat yang mengakses konten TV melalui portal online sebesar 44%, sementara yang menggunakan TV internet berlangganan sebesar 28%, dan masyarakat yang masih menggunakan TV terrestrial dan TV kabel sebesar 77%.

Kemunculan sejumlah stasiun televisi di daerah, termasuk di Kalimantan Selatan dapat menambah nilai positif bagi daerah tersebut. Masyarakat Kalimantan Selatan memiliki sejumlah alternatif dalam mengakses informasi dengan saluran televisi yang beragam, konten-konten yang ditayangkan juga diharapkan mampu mengangkat muatan lokal masyarakat dan lingkungan yang ada dalam wilayah Kalimantan. Namun di sisi lain, semakin banyaknya stasiun televisi bermunculan, maka dapat menciptakan persaingan dalam memperebutkan sumber penunjang yang ada dalam wilayah tersebut. Adapun tiga sumber penunjang kehidupan industri media sebagaimana yang dituliskan dalam Kriyantono (2020) yaitu modal (*capital*), jenis isi media (*types of content*), dan jenis khalayak sasaran (*type of audience*).

Data Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Kalimantan Selatan per 16 Februari 2021 menunjukkan jumlah televisi dengan kategori Lembaga Penyiaran Publik (LPP) dan Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) baik lokal maupun berjangkauan yang terdaftar sebanyak 28, tersebar di enam kabupaten/kota dalam wilayah Kalimantan Selatan. Keberadaan stasiun televisi di daerah, baik stasiun televisi lokal maupun stasiun televisi berjangkauan, diharapkan mampu bersaing untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ada pada daerah tersebut. Morissan (2015) mengungkapkan bahwa salah satu kelemahan dari sistem jaringan yaitu tidak munculnya kreativitas lokal dan kejeniusan lokal (*local genius*) dalam ranah siaran, sistem jaringan menjadikan stasiun lokal kurang memiliki motivasi dan kreativitas untuk memunculkan dan mengembangkan program daerah setempat, termasuk isu-isu kedaerahan kurang terangkat dan bahkan nilai-nilai budaya daerah menjadi terabaikan. Hal tersebut sejalan dengan hasil temuan Atika, *et.al.* (2020) bahwa 90% dari 20 televisi di

Kalimantan Selatan memiliki sumber daya penunjang yang terbatas dalam hal tayangan program informasi berbasis konten lokal.

Teori Niche digunakan untuk mengukur persaingan media, dimana menurut teori ini bahwa untuk mempertahankan kelangsungan hidup setiap makhluk hidup memerlukan sumber penunjang yang ada di alam sekitarnya. Jika sumber penunjang yang diperlukan jumlahnya terbatas, maka akan terjadi persaingan atau perebutan antara makhluk hidup tersebut. Begitupun dengan media, jika sumber penunjang kehidupan media terbatas dalam suatu wilayah, maka akan terjadi persaingan atau perebutan sumber penunjang kehidupan tersebut.

Morissan (2015) menuliskan bahwa persaingan media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian audien, sehingga pengelola stasiun penyiaran harus memahami siapa dan apa kebutuhan audiens mereka. Sejak tahun 2005 beberapa stasiun televisi di Indonesia mulai melakukan segmentasi dan berupaya mengarahkan programnya pada target audiens tertentu. Penelitian ini akan mengukur tingkat persaingan (*niche overlap*) televisi yang ada di Kalimantan Selatan dalam memperebutkan khalayak, juga akan menentukan kategori sumber penunjang kehidupan (*niche breadth*) yang dimiliki televisi di Kalimantan Selatan berdasarkan jenis khalayak sasarannya.

Teori Niche digunakan untuk mengukur tingkat persaingan antar media massa. Teori niche muncul dari disiplin ilmu ekologi yang mengungkapkan bahwa untuk mempertahankan kelangsungan hidup maka diperlukan sumber penunjang yang ada pada alam sekitar. Jika sumber penunjang kehidupan jumlahnya terbatas maka akan terjadi persaingan. Sebuah media yang memanfaatkan sumber daya yang sama atau mirip dengan media lainnya maka kedua media tersebut memiliki persaingan yang kuat, begitupun sebaliknya jika media memanfaatkan sumber daya yang berbeda maka hal tersebut menunjukkan persaingan yang lebih rendah (Dimmick, J. W. : 2008).

Riset ekologi media telah dilakukan dengan media dan fokus sumber daya penunjang yang berbeda. Beberapa diantaranya masih bersifat parsial, dengan tidak mencakup seluruh sumber utama penunjang kehidupan media, diantaranya pada tahun 2017 terdapat riset yang mengukur niche breadth tiga media berita yaitu yahoo, televisi, dan koran elektronik (Li, S. C. S. : 2017a), kemudian pada tahun yang sama dihasilkan temuan tentang persaingan televisi dalam bentuk media baru dan media lama yaitu OTT TV (over-the-top) yang merupakan layanan video yang disiarkan melalui internet, IPTV (Internet Protocol TV) yaitu televisi yang disiarkan dengan menggunakan protokol internet, dan TV kabel digital (Li, S. C. S. : 2017b). Tahun 2019, terdapat hasil riset tentang persaingan antara televisi internet dan TV tradisional atau televisi yang menggunakan kabel (Katherine Chen, Y. N. ; 2019).

Di Indonesia, penelitian dengan menggunakan teori niche juga telah dilakukan pada media penyiaran (radio dan televisi) serta media cetak, yaitu di tahun 2009 yang menganalisis program acara radio di kota Malang (Hidayati, N. : 2009), tahun 2010 hasil temuan yang mengukur kompetisi penyiaran iklan pada tiga radio yaitu suara Kudus FM, Pamira FM, dan Yasika FM (Yudiningrum, F. R. : 2010). Hasil temuan terbaru tentang ekologi media yaitu ekologi media televisi publik berdasarkan program informasi lokal di Kalimantan Selatan (Atika A. *et.al.* : 2020; Atika *et.al.* : 2021a), dan persaingan televisi swasta lokal dalam memperebutkan penonton (Atika *et.al.* : 2021b).

Televisi (TV) lokal memiliki kekuatan untuk menarik penonton dengan pendekatan dan sajian konten lokal yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di wilayahnya. Sejumlah penelitian mengungkapkan bagaimana stasiun TV lokal mengemas siarannya sebagai daya tarik untuk merebut perhatian penonton. Priyowidodo G. (2008) mengungkapkan beberapa contoh dari stasiun TV lokal seperti Bali TV, Yogya TV, dan Borobudur TV sangat jelas mengarahkan siarannya pada segmen penonton yang terikat oleh kultur lokal. Demikian juga Favorit TV (Padang) misalnya juga menggarap khas siaran adat istiadat minang agar pemirsa tertarik dan iklan yang berskala kecil bisa masuk. TV Manado (TVM), TOP (Televisinya Orang Papua) TV juga mencoba menayangkan kelucuan-kelucuan khas Sulawesi Utara dan Papua yang cukup sulit ditemukan pada tayangan TV Nasional. Primasanti K.B. (2009) mengungkapkan bahwa keragaman konten dari televisi lokal yang mengangkat unsur lokalitas yang beragam dari berbagai daerah menjadi ujung tombak demokratisasi melalui media penyiaran. Idealisme mengenai lokalitas ini tercermin dalam tiga hal, yakni aspek konseptual, sumberdaya, dan teknis siaran.

Penelitian ini menganalisis ekologi media berdasarkan jenis khalayak sasaran (segmentasi demografis). Morissan (2015) mengungkapkan bahwa segmentasi audien berdasarkan demografi diantaranya terdiri dari usia, jenis kelamin, besarnya anggota keluarga, pendidikan tertinggi yang dicapai, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan, agama, suku, dan sebagainya. Tujuan penelitian selain untuk menentukan kategori sumber penunjang kehidupan (*niche breadth*) yang dimiliki televisi lokal di Kalimantan Selatan berdasarkan jenis

khalayak sarannya, juga untuk mengukur tingkat persaingan (niche overlap) televisi lokal yang ada di Kalimantan Selatan dalam memperebutkan khalayak sasaran.

2. METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah 1 televisi publik lokal (TVRI Kalsel), dan 1 televisi swasta lokal (Duta TV). Data primer penelitian adalah data kuantitatif yang diperoleh melalui pengisian instrumen log book khalayak sasaran yang merupakan hasil survey atau estimasi manajemen dari masing-masing televisi. Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis dengan menggunakan formula niche sebagai berikut:

1. Untuk menentukan kategori sumber penunjang (niche breadth) berdasarkan jenis khalayak sasaran masing-masing televisi, menggunakan rumus:

$$\frac{I}{\sum_{i=1}^n PI^2} \quad (1)$$

I = jenis/kategori sumber penunjang yang digunakan oleh televisi

P = proporsi dari setiap penggunaan dari suatu jenis sumber penunjang yang digunakan oleh televisi

Televisi yang mendekati nilai maksimum sumber penunjang berdasarkan jenis khalayak sasaran dikategorikan sebagai televisi **Generalis**, sementara televisi yang memiliki nilai *niche breadth* rendah dikategorikan sebagai televisi **Spesialis**. Tabel 1 menyajikan kategori dari skor *niche breadth* berdasarkan jenis khalayak sasaran.

Tabel 1. Kategori Niche Breadth berdasarkan Jenis Khalayak Sasaran Televisi di Kalimantan Selatan

No	Jenis Khalayak Sasaran	Min	Max	Interval	Kategori	
					Spesialis	Generalis
1	Kelompok Usia	1	8	3,5	1,0 - 4,5	4,6 - 8,0
2	Jenis Kelamin	1	2	0,5	1,0 - 1,5	1,6 - 2,0
3	Status Ekonomi Sosial	1	6	2,5	1,0 - 3,5	3,6 - 6,0
4	Pendidikan Terakhir	1	6	2,5	1,0 - 3,5	3,6 - 6,0
5	Pekerjaan	1	9	4	1,0 - 5,0	5,1 - 9,0

2. Untuk mengukur tingkat persaingan (niche overlap) antara pasangan televisi, menggunakan rumus:

$$\frac{n}{d_{i,j}} = \frac{\sum_{h=1} (p_i h - p_j h)^2}{h=1} \quad (2)$$

$d_{i,j}$ = jarak/overlap/ketumpangtindihan antara populasi (i) dan (j) yang dihitung dengan cara menjumlahkan derajat perbedaan antara proporsi penggunaan setiap jenis kategori (h).
 = proporsi penggunaan sumber daya
 = kategori sumber daya yang digunakan oleh kedua populasi dimana jenis sumber daya sampai ke n kategori

Dimensi dan indikator jenis khalayak sasaran yang digunakan disesuaikan dengan data yang dipersyaratkan oleh KPID kepada setiap televisi yang akan mengajukan izin penyelenggaraan penyiaran, berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 28 Tahun 2013 tentang Tata Cara dan Persyaratan Perizinan Penyelenggaraan Penyiaran Jasa Penyiaran Televisi Secara Digital Melalui Sistem Terrestrial, sebagaimana tersaji dalam Tabel 2.

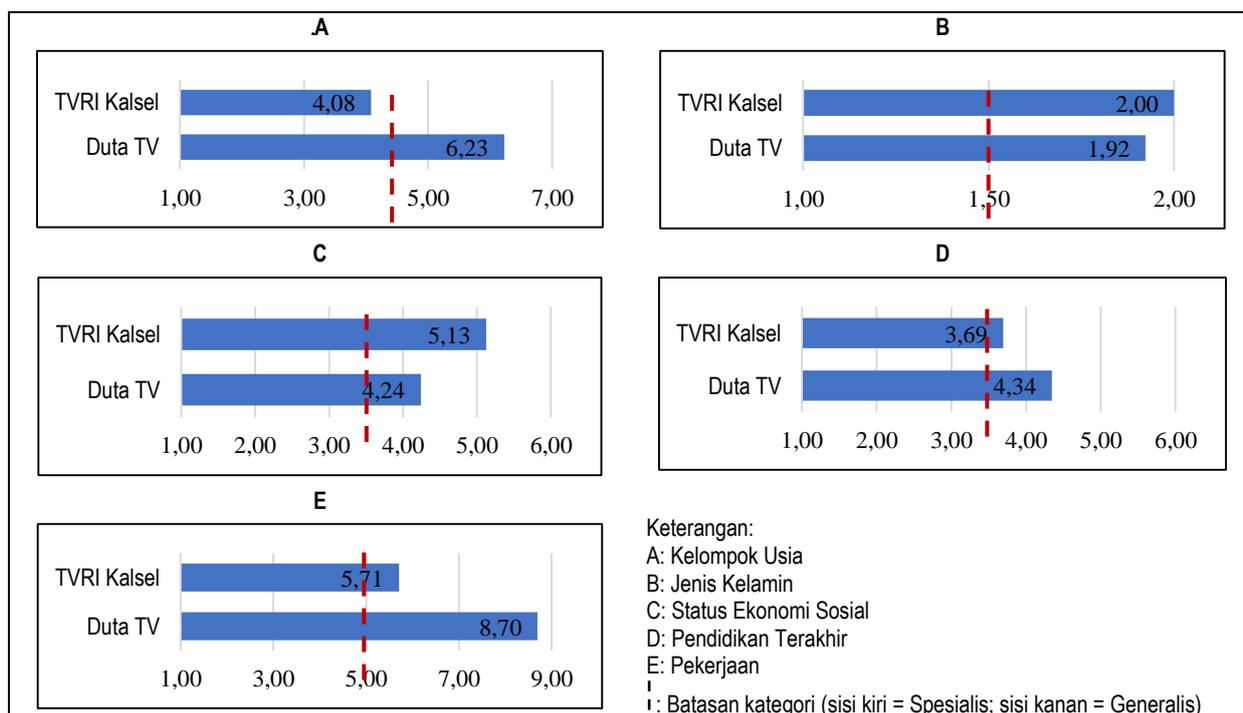
Tabel 2. Kategori Khalayak Sasaran Televisi
Dimensi dan Indikator Jenis Khalayak Sasaran

Kelompok usia	Jenis kelamin	Status ekonomi sosial (pengeluaran dalam sebulan)	Pendidikan terakhir	Pekerjaan
- < 15 tahun	- Pria	- > 3.000.000	- Tidak tamat SD	- PNS/TNI/Polri
- 15 – 19 tahun	- Wanita	- 2.000.001 – 3.000.000	- Tamat SD	- Pegawai Swasta
- 20 – 24 tahun		- 1.000.001 – 2.000.000	- Tamat SLTP	- Wiraswasta
- 25 – 29 tahun		- 700.001 – 1.000.000	- Tamat SLTA	- Pensiunan
- 30 – 34 tahun		- 500.001 – 700.000	- Akademi	- Pelajar
- 35 – 39 tahun		- < 500.000	- Perguruan Tinggi	- Mahasiswa
- 40 – 50 tahun				- Ibu rumah tangga
- > 50 tahun				- Lainnya
				- Tidak bekerja

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Niche breadth TVRI Kalsel dan Duta TV berdasarkan jenis khalayak sasaran

Kategori Sumber daya penunjang televisi ditentukan berdasarkan formula niche breadth. Penelitian ini mengukur niche breadth televisi lokal, yaitu TVRI Kalsel dan Duta TV berdasarkan jenis khalayak sasaran. Hasil temuan menunjukkan perbedaan skor pada beberapa jenis khalayak sasaran, namun hampir semua jenis masuk dalam kategori Generalis, yang menunjukkan bahwa sumber daya penunjang TVRI Kalsel dan Duta TV cukup beragam dengan khalayak sasaran dari jenis kelompok usia, jenis kelamin, status ekonomi sosial, pendidikan, dan pekerjaan. Gambar 1 menunjukkan skor niche breadth masing-masing jenis khalayak sasaran.



Gambar 1. Skor Niche Breadth berdasarkan Jenis Khalayak Sasaran

Sumber penunjang berdasarkan kelompok usia sebagaimana yang disajikan pada Gambar 1 menunjukkan bahwa TVRI Kalsel termasuk kategori Spesialis dan Duta TV termasuk kategori Generalis. Televisi yang masuk kategori spesialis memiliki khalayak sasaran yang terbatas berdasarkan kelompok usia, sementara televisi yang masuk kategori generalis memiliki khalayak sasaran yang beragam dari kelompok usia. Adapun sumber penunjang berdasarkan jenis kelamin khalayak, menunjukkan bahwa TVRI Kalsel dan Duta TV masuk dalam kategori generalis, yang berarti bahwa kedua televisi tersebut memiliki sumber daya penunjang yang beragam

berdasarkan jenis kelamin khalayak. Baik TVRI Kalsel maupun Duta TV sama-sama menjadikan kelompok pria dan wanita sebagai khalayak sasarannya.

Khalayak sasaran dengan jenis status ekonomi sosial sebagaimana disajikan pada Gambar 1, TVRI Kalsel dan Duta TV memiliki khalayak sasaran hampir pada semua kelompok status ekonomi sosial, terbukti bahwa kedua televisi tersebut masuk dalam kategori Generalis. Begitupun dengan jenis khalayak sasaran untuk kelompok pendidikan dan pekerjaan. Sumber daya penunjang berdasarkan pendidikan dan pekerjaan khalayak sasaran menunjukkan bahwa TVRI Kalsel dan Duta TV termasuk kategori Generalis, yaitu kedua televisi tersebut memiliki khalayak sasaran dari Pendidikan dan pekerjaan yang cukup beragam.

3.2. Niche Overlap TVRI Kalsel dan Duta TV berdasarkan jenis khalayak sasaran

Persaingan televisi ditentukan berdasarkan formula niche overlap. Penelitian ini mengukur niche overlap televisi lokal yang ada di Kalimantan Selatan berdasarkan jenis khalayak sasaran. Hasil temuan menunjukkan terjadi persaingan yang tinggi antara TVRI Kalsel dan Duta TV. Tabel 3 menyajikan skor niche overlap pada pasangan televisi TVRI Kalsel dan Duta TV berdasarkan jenisnya khalayak sasarannya.

Tabel 3. Skor Niche Overlap TVRI Kalsel dan Duta TV berdasarkan Jenis Khalayak Sasaran

Jenis Khalayak Sasaran	Kelompok usia	Jenis kelamin	Status ekonomi sosial	Pendidikan terakhir	Pekerjaan
Skor Niche Overlap	0.105	0.020	0.021	0.121	0.050

Tabel 3 menunjukkan skor niche overlap pasangan televisi TVRI Kalsel dan Duta TV yang mendekati angka nol ada pada 2 jenis khalayak sasaran yaitu jenis kelamin dan status ekonomi sosial. Hal tersebut menunjukkan tingkat persaingan antara TVRI Kalsel dan Duta TV termasuk tinggi dalam memperebutkan khalayak sasaran dengan jenis kelamin dan status ekonomi sosial yang sama.

4. SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kategori sumber penunjang (Niche breadth) TVRI Kalsel dan Duta TV, hampir semua jenis khalayak sasaran memiliki skor niche breadth dengan kategori Generalis. Hal tersebut menunjukkan bahwa sumber penunjang yang dimiliki televisi lokal di Kalimantan Selatan berdasarkan jenis khalayak sasarannya cukup beragam. Terdapat satu jenis khalayak sasaran TVRI Kalsel yang masuk dalam kategori spesialis, yaitu kelompok usia, yang menunjukkan bahwa TVRI Kalsel memiliki sumber penunjang yang cukup terbatas dari kelompok usia khalayak sasaran.
2. Tingkat persaingan (Niche overlap) TVRI Kalsel dan Duta TV berdasarkan jenis khalayak sasaran termasuk tinggi. Terdapat dua jenis khalayak sasaran yang memiliki tingkat persaingan paling tinggi, yaitu jenis kelamin dan status ekonomi sosial, dengan skor niche overlap mendekati nol, artinya pasangan televisi TVRI Kalsel dan Duta TV memiliki tingkat persaingan yang tinggi dalam memperebutkan khalayak sasaran dengan kelompok jenis kelami dan status ekonomi sosial yang sama.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Lambung Mangkurat atas Pendanaan Program Dosen Wajib Meneliti (PDWM) Tahun 2021, dan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dalam proses penelitian ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Atika, et.al. (2021a). Ekologi Media Televisi Swasta berdasarkan Program Informasi Lokal di Kalimantan Selatan. Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah, 6(03)
- Atika, et.al. (2021b). Media Ecology: The Competition of Local Private Television on Seizing Audiences for Broadcasting Sustainability in South Kalimantan, Indonesia. Journal of Social and Development Sciences, 12(2), 20-26. [https://doi.org/10.22610/jsds.v12i2\(S\).3183](https://doi.org/10.22610/jsds.v12i2(S).3183)

- Atika, A. et.al. (2020). The Media Ecology of Public Television based on Local Information Programs in South Kalimantan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(02), 152-162. <https://doi.org/10.46937/18202031950>
- Atika, A., Lubis, D. P., & Rangkuti, P. A. (2017). Tingkat Pemenuhan Informasi Petani Melalui Radio Komunitas. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 435-446.
- Atika, A., & Rusli, T. I. (2016). Pemanfaatan Radio Komunitas Sebagai Media Informasi Dan Komunikasi Masyarakat Di Sulawesi Tenggara. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 19(2).
- Dimmick, J.W. (2008). *Media Competition and Coexistence The Theory of Niche*. In Book. Routledge.
- Herawati, F. A., & Budi HH, S. (2007). Ekologi Media Radio Siaran di Yogyakarta: Kajian Teori Niche terhadap Program Acara Radio Siaran di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 4(2), 107–130. <https://doi.org/10.24002/jik.v4i2.222>
- Hidayati, N. (2009). Analisis Teori Niche berdasarkan Program Acara Radio pada 21 Radio di Kota Malang. University of Muhammadiyah Malang.
- Katherine Chen, Y. N. (2019). Competitions between OTT TV platforms and traditional television in Taiwan: A Niche analysis. *Telecommunications Policy*, 43(9), 101793. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2018.10.006>
- Kriyantono, R. (2020). Teknik Praktis Riset. In Kencana Prenada Media Grup. Prenamdamedia Group.
- Li, S. C. S. (2017a). Replacement or complement: A niche analysis of Yahoo news, television news, and electronic news. *Telematics and Informatics*, 34(4), 261–273. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.07.003>
- Li, S. C. S. (2017b). Television media old and new: A niche analysis of OTT, IPTV, and digital cable in Taiwan. *Telematics and Informatics*, 34(7), 10241037. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.04.012>
- Morissan. (2015). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Kencana.
- Primasanti, K.B. (2009). Manajemen Televisi Lokal: Kegamangan yang Wajar. *Jurnal Ilmiah Scriptura*. 3(2): 161-171
- Priyowidodo G. (2008). Menakar Kekuatan dan Keunggulan Industri Televisi Lokal di Era Otonomi. *Jurnal Ilmiah Scriptura*. 2(1):56-62
- Riesardhy, A.W. & Herawati F.A. (2012). Kompetisi Stasiun Televisi Swasta Nasional Berdasarkan Superiority Direction dan Superiority Magnitude. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 9 (1): 34-55.
- Yudiningrum, F. R. (2010). IKLAN DAN KOMPETISI MEDIA (Analisis dan Aplikasi Teori Niche dalam Mengukur Kompetisi Penyiaran Iklan di Suara Kudus FM, Pamira FM, dan Yasika FM Bulan Februari 2010). *Jurnal Komunikasi Massa*, 3(2), 1–20.