

**STRATEGI PENYIAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
MINAT PENDENGAR PADA PROGRAM TOPIK BERITA DI
RADIO SILATURAHIM**

**SKRIPSI
PANDU PAMUNGKAS
044120122**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
BUDAYA UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JANUARI 2025**

**STRATEGI PENYIAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
MINAT PENDENGAR PADA PROGRAM TOPIK BERITA DI
RADIO SILATURAHIM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

PANDU PAMUNGKAS

044120122



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
BUDAYA UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JANUARI 2025**

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi adalah benar karya saya dengan arahan komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar Pustaka di akhir skripsi ini.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui dan memberikan kepada Universitas Pakuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) karya ilmiah ini. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Pakuan berhak menyimpan, mengalih medikan atau mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak. Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 21 Januari 2025

Pandu Pamungkas

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi berjudul Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi ini adalah hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiarisme. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Bila terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil plagiarisme, maka Universitas Pakuan berhak membatalkan isi skripsi yang telah saya tulis dan saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Pakuan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan sadar tanpa tekanan atau paksaan dari pihak manapun.

Bogor, 21 Januari 2025
Yang menyatakan

Pandu Pamungkas
044120122

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama

: Pandu Pamungkas

NPM

: 044120122

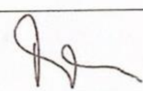
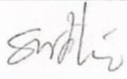
Judul

: **Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan
Jumlah Minat Pendengar Pada Program
Topik Berita di Radio Silaturahmi**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan. Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 21 Januari 2025

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si NIK: 1.0641025628	
Pembimbing 1/Penguji 1	Dini Valdiani, M.Si. NIK: 1.1110033517	
Pembimbing 2/penguji 2	Prameswari Handayani, M.I.Kom. NIK: 1.140320909	
Penguji Utama	Dr. Sardi Duryatmo, M.Si NIK: 1.0715022649	

Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si.
NIP: 196006071990092001



ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn.
NIK: 1.011300160

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat, hidayah, serta kasih sayang-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Tanpa pertolongan-Nya tentu penulis tidak dapat sanggup untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga terlimpah curahlan kepada Baginda tercinta kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang kita nanti-nantikan syafa'atnya di akhir nanti.

Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Universitas Pakuan dengan judul “Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi.” Skripsi ini penulis susun dengan maksimal dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar pembuatan skripsi ini.

Bogor, 21 Januari 2025

Pandu Pamungkas

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Henny Suharyati, M.Si., Dekan Fakultas Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.
2. Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M. Comn., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor.
3. Dini Valdiani, M.Si. Selaku Dosen pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi.
4. Prameswari Handayani, M.I.Kom. Selaku Dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu untuk mengarahkan dan membimbing penulisan skripsi.
5. Dosen Tim Penguji, Bapak/Ibu terima kasih telah berkenan memberikan masukan dengan penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal judul penelitian ini hingga selesainya skripsi ini.
6. Bapak dan ibuku tersayang, yang selalu membimbingku, memberikan doa, memberikan ridho, kasih sayang, semangat, dan motivasi dalam kehidupanku, terima kasih segala perjuangan dan pengorbanan yang telah kalian lakukan, terima kasih segalanya.
7. Teman-teman seperjuangan khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi Broadcasting angkatan 2020, terima kasih atas doa dan motivasinya.
8. Radio Silaturahmi dan Radio Rodja yang banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melipat gandakan balasan atas amal baik dengan Rahmat dan nikmat-Nya. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi para pembaca khususnya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.

BIODATA

Nama	: Pandu Pamungkas
NPM	: 044120122
Tempat dan tanggal lahir	: Bogor, 16 Maret 1998
Nomer telepon	: 088214732921
Surel	: pandupamungkas75755@gmail.com
Alamat	: Jl. Tunas Karsa RT 04/06, Sukamaju Baru Tapos, Depok,
Pendidikan Formal	
Sekolah Dasar	: SDN Sindangkarsa 1
SMP	SMP Taruna Bhakti
SMK	SMK Taruna Bhakti
Pendidikan Non Formal	: -
Prestasi	: -
Pengalaman Organisasi	: Karang Taruna

ABSTRAK

Pandu Pamungkas. 044120122, 2025. Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor, Di bawah Bimbingan: **Dini Valdiani dan Prameswari Handayani.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Jalan. Masjid Silaturahmi No.36, RT.001/RW.004, Jatikarya, Kecamatan. Jatisampurna, Kota Bekasi, Jawa Barat 17435. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara yang mendalam, menunjukkan bahwa keberhasilan siaran tidak hanya bergantung pada kemampuan individu tetapi juga kerja sama antar penyiar. penelitian ini, menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah bahwa strategi radio Rasil dalam meningkatkan jumlah minat pendengar dengan mengemas program acara yang menarik, menggunakan media Instagram dan media streaming untuk siaran yang bertujuan menciptakan siaran yang tidak hanya informatif dengan narasumber yang ahli dibidangnya dan menghibur, tetapi juga relevan dengan kebutuhan dan minat pendengar di berbagai usia. Menurut Sydney W Head dalam (Eastman, S. T., & Ferguson, 2012). Ada lima elemen yang perlu diperhatikan dalam strategi penyiar yaitu: *Compatibility* (kesesuaian), *Habit Formation* (Membangun Kebiasaan), *Control of audience flow* (kontrol arus pendengar), *Conservation of program resources* (penyimpanan sumber program), dan *breadth of appeal* (daya penarik massa).

Kata Kunci: Meningkatkan Minat Pendengar, Radio Silaturahmi, Strategi Penyiar

ABSTRACT

Pandu Pamungkas. 044120122, 2025. **Broadcaster Strategy in Increasing the Number of listeners Interest in News Topic Programs on Radio Silaturahmi.** Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Science Study Program, Pakuan University, Bogor, Under the Guidance of: **Dini Valdini** and **Prameswari Handayani**.

This study aims to analyze using qualitative research methods. This research was conducted at Jalan. Masjid Silaturahmi No.36, RT.001/RW.004, Jatikarya, Kec. Jatisampurna, Bks City, West Java 17435. The data collection technique in this study was an in-depth interview, showing that the success of the broadcast does not only depend on individual abilities but also on cooperation between broadcasters. This study uses qualitative research. This study uses observation, interview, and documentation data collection techniques. The results of this study are that Rasil radio's strategy in increasing the number of listeners' interest by packaging interesting program programs, using Instagram media and streaming media for broadcasts that aim to create broadcasts that are not only informative with expert speakers in their fields and entertaining, but also relevant to the needs and interests of listeners of various ages. According to Sydney W Head in (Eastman, S. T., & Ferguson, 2012). There are five elements that need to be considered in a broadcaster's strategy, namely: Compatibility, Habit Formation, Control of audience flow, Conservation of program resources, and breadth of appeal.

Keywords: Increasing Listener Interest, Radio Rasil, Broadcaster Strategy

DAFTAR ISI

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
BIODATA.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Komunikasi	7
2.2.1 Unsur-unsur Komunikasi	8
2.2.2 Bentuk-bentuk Komunikasi	9
2.2 Komunikasi Massa	9
2.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa	10
2.3 Media Massa.....	10
2.4 Strategi Penyiar	11
2.4.1 Hambatan dalam Penyiar	13
2.5 Penyiar Radio	14
2.6 Radio	14
2.6.1 Sejarah Radio di Indonesia	15
2.6.2 Jenis Radio Siaran di Indonesia	16
2.6.3 Program Siaran Radio	16
2.7 Penelitian Terdahulu	17

2.8 Alur Berpikir	18
2.9 Definisi Konsep	18
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Paradigma Penelitian	22
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	22
3.5 Sumber Data	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6.1 Observasi	24
3.6.2 Wawancara	24
3.6.3 Dokumentasi	24
3.7 Teknik Analisis Data	25
3.8 Teknik Keabsahan Data	26
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum	27
4.1.1 Gambaran Umum Radio Silaturahmi	27
4.1.2 Visi dan Misi Radio Silaturahmi	28
4.1.3 Logo Radio Silaturahmi	28
4.1.4 Program Siaran Silaturahmi	28
4.1.5 Target <i>Audience</i> Radio Silaturahmi	29
4.1.6 Struktur Organisasi Radio Silaturahmi	29
4.2 Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi	31
4.2.1 Strategi Kesesuaian (<i>compatibility</i>)	32
4.2.2 Strategi Pembentuk Kebiasaan (<i>Habbit Information</i>)	33
4.2.3 Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (Control of Audience Flow)	34
4.2.4 Strategi Penyimpanan Sumber Program (Conervation of Program Resources)	35
4.2.5 Strategi Daya Penarik Massa (<i>Mass Appeal</i>)	36
4.3 Hambatan yang dihadapi dalam meningkatkan jumlah minat pendengar pada program Topik Berita di Radio Silaturahmi	37
4.4 Triangulasi	38
BAB 5 PENUTUP	43
5.1 Kesimpulan	43

5.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Informan	23
Tabel 3.2 Informan Tambahan	23
Tabel 3.3 Program siaran Radio Silaturahmi	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sosial Media Radio Silaturahmi.....	4
Gambar 1.2 Web Streaming	4
Gambar 2.1 Alur Berpikir	18
Gambar 3.1 Analisis Model Miles dan Huberman.....	25
Gambar 4.1 Logo Rasil	28
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Radio Silaturahmi	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman wawancara Key Informan (Progam Director)	48
Lampiran 2. Pedoman wawancara Key Informan (Penyiar).....	49
Lampiran 3. Pedoman wawancara Informan Tambahan (Pendengar)	50
Lampiran 4. transkrip wawancara Informan Kunci	51
Lampiran 5. transkrip wawancara Informan Kunci	55
Lampiran 6. transkrip wawancara Informan Tambahan.....	60
Lampiran 7. transkrip wawancara Informan Kunci	62
Lampiran 8. transkrip wawancara Informan Kunci	65
Lampiran 9. Dokumentasi Lapangan	68
Lampiran 10. Dokumentasi Gedung Radio Silaturahmi.....	70
Lampiran 11. Dokumentasi profil media sosial Instagram Facebook Radio Silaturahmi	70
Lampiran 12. Dokumentasi Youtube Radio Silaturahmi	71

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital ini banyak terjadi kemajuan di berbagai bidang, khususnya untuk teknologi informasi. Teknologi informasi adalah salah satu wadah untuk membawa perubahan bagi kehidupan manusia. Sebab semua pemberitaan yang ada di media saat ini yang dengan mudahnya bisa diakses oleh Masyarakat merupakan bentuk nyata dari kemajuan teknologi informasi. Informasi yang diperoleh masyarakat mampu berpengaruh dalam kehidupan sosial di lingkungannya. Diantara media massa yang telah berkembang salah satunya adalah radio.

Komunikasi adalah aktivitas dasar manusia melalui komunikasi, orang dapat terhubung satu sama lain baik di rumah, di tempat kerja, di pasar, di Masyarakat, atau dalam kehidupan sehari-hari. Tidak ada orang yang tidak berpartisipasi dalam komunikasi, komunikasi sangatlah penting bagi kehidupan manusia. Pengetahuan manusia berkembang setiap hari melalui komunikasi, dan komunikasi membentuk suatu sistem sosial yang saling membutuhkan, dan serta komunikasi Masyarakat tidak dapat dipisahkan.

Makna komunikasi muncul dari etimologi (bahasa) dan terminologi (terminologi) secara etimologi, dalam buku ilmu komunikasi, laudna terbagi menjadi beberapa kata antara lain “communicare” yang berarti “berpartisipasi” atau menginformasikan”. Opini komunis atau opini public, Raymond S. Ross dalam pengantar Ilmu Komunikasi ia mengutip Dedi Muriana. Dikatakan dari mana asalnya. Dari mana pengertian tersebut dapat kita simpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian pesan yang bertujuan untuk menciptakan kesamaan pemahaman atau makna antara pengirim dan penerima.(Fatah Raden, 2016)

Kata komunikasi berasal dari Bahasa Inggris dan merupakan singkatan dari kata komunikasi media massa. Media massa adalah media yang di produksi dengan menggunakan teknologi modern, seperti radio, televisi, film, dan surat kabar. Jelaslah bahwa “massa” dalam istilah “komunikasi massa” berbeda dengan “massa” dalam pengertian umum. Kata “kerumunan” mengingatkan kita pada sosiologi dalam arti umum, yaitu berkumpulnya individu-individu di suatu tempat tertentu. Di sisi lain “massa” dalam komunikasi massa mengacu pada orang-orang yang menjadi sasaran media massa, atau orang-orang yang menjadi penerima pesan media massa. Hal ini melibatkan kelompok besar yang tidak perlu berada di lokasi yang sama namun tersebar di lokasi berbeda untuk menerima pesan komunikasi massa dengan waktu yang hampir bersamaan. Secara umum, kata “kerumunan” mengacu pada penonton. Selain itu ada istilah khusus audiens tergantung pada media yang digunakan. Diantaranya adalah media televisi, penonton film, pembaca media cetak, dan pendengar radio. (Hadi, 2021)

Radio adalah media elektronik yang bersifat khas sebagai media audio dan salah satu alat komunikasi yang sangat sederhana, murah, praktis serta dengan sifatnya yang tembus ruang memudahkan masyarakat masih tetap bisa mendengarkan walaupun dengan beraktivitas. Saat ini banyak sekali berdiri stasiun radio dengan berbagai macam program pilihan yang disuguhkan. Program acara antara lain program hiburan, musik, maupun berbagai informasi berita dan iklan komersil. Sehingga bagi seluruh lapisan masyarakat dapat menikmati hiburan dan memperoleh banyak informasi dengan cepat, akurat dan mudah, tanpa harus

mengeluarkan banyak biaya. Sehingga proses komunikasi antara radio dengan pendengar dapat dengan mudah dilakukan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Ramadhan Mahendra, Adapun hasil yang diperoleh yaitu Penelitian kualitatif sifatnya deskriptif analisis. Data yang diperoleh, seperti observasi, analisis dokumen, wawancara dan lain-lain, tidak dinyatakan dalam bentuk angka. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif karena ditujukan untuk mencari tau bagaimana “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia Medan dalam Menarik Minat Pendengar” yang akan diteliti dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. (Mahendra, 2021)

Survei tersebut menemukan bahwa sebanyak 57 persen pendengar radio adalah generasi muda, terdiri dari 38 persen generasi milenial dan 19 persen generasi Z. Angka pendengar radio dari generasi tua justru tergolong rendah. Generasi Baby Boomers dan Silent Generation (di atas 65 tahun) secara total hanya menyumbang 15 persen dari jumlah pendengar radio. Maka, asumsi bahwa radio adalah media bagi generasi tua terpatahkan lewat survei dari Nielsen Radio Audience Measurement ini. Target usia radio rasil dimulai dari kalangan anak remaja hingga kalangan orang dewasa dengan usia 18 tahun hingga 60 tahun keatas. Namun untuk saat ini kebanyakan pendengar radio rasil dari kalangan orang dewasa. Dengan menentukan materi-materi yang mudah dan dipahami oleh para pendengarnya.

Strategi pada umumnya mengacu pada perencanaan (*planning*) dan menejemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, suatu strategi harus mampu mengidentifikasi taktik operasional, bukan sekedar peta jalan yang memberikan arahan. Begitu pula dengan strategi komunikasi yang merupakan gabungan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana kelanjutannya dalam praktik, artinya pendekatan tersebut dapat berubah dengan sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi. (Miftah, 2019)

Peneliti juga tertarik memilih penyiar, penyiar merupakan seseorang yang memandu acara di radio siaran. Seorang penyiar harus memiliki cara berbicara yang menarik dan juga baik. Karena pendengar radio akan tertarik dengan program siaran radio jika seorang penyiar membawakan program siaran memiliki gaya komunikasi yang unik dan menarik sehingga membuat pendengar nyaman. Kenyamanan pendengar merupakan prioritas utama dari seorang penyiar, karena saat pendengar merasa nyaman dan tertarik, tentu pesan yang disampaikan penyiar akan mendapatkan feedback dari pendengarnya. Selain itu, seorang penyiar harus memiliki keahlian dalam menyampaikan materi atau informasi dengan baik.

Penyiar termasuk salah satu elemen penting dalam sebuah radio. Penyiar (*announcer*) adalah orang yang bertugas membawakan atau memandu acara di radio, misalnya acara berita, pemutaran lagu pilihan, *talk show*, dan sebagainya. Komunikasi merupakan salah satu hal yang harus dikuasai oleh seorang penyiar, karena tugasnya, penyiar radio adalah orang yang mampu mengkomunikasikan gagasan, konsep, dan ide, serta bertugas membawakan atau menyiarkan suatu program acara di radio (Yulia, 2017).

Radio Rasil berawal dengan niat menyebarkan dakwah dan informasi islam ditengah Masyarakat dengan semangat persatuan umat Islam pada awal tahun 2009

H. H Faried Thalib membeli izin radio Swara Citra Aditama yang berlokasi di Bekasi, Jawa Barat. Setelah melalui berbagai proses administrasi dan persiapan teknis maka siaran pun dimulai sekitar Bekasi dengan tujuan agar daya pancarnya bisa menjangkau wilayah Jabodetabek.

Setelah bekerja sama dengan berbagai pihak, pada awal tahun 2010 mengudaralah Radio Silaturahmi dengan format radio dakwah Islam yang dipancarkan dari jalan Masjid Silaturahmi nomor 36 Kalimanggis Bekasi. Dalam perkembangannya menuju peningkatan kualitas daya pancar, Radio Silaturahmi mengudara di gelombang AM 720, dan di tahun 2023 kami berpindah di 729 AM. Dalam rencana awalnya, Radio Silaturahmi dikenal Masyarakat sebagai radio yang telah memberikan kontribusi dan melayani Masyarakat luas khususnya dalam masalah Agama Islam dan membumikan Al-Quran melalui program Murottal. Kini Radio Silaturahmi dengan motto "Untuk Islam Yang Satu" berkomitmen untuk memberikan sajian yang mencerahkan sajian yang mencerahkan bagi pendengar. Menyiarkan program-program yang berkualitas dengan narasumber yang ahli dibidangnya, dalam satu naungan keilaman dan mempererat persatuan dan menghindarkan perbedaan sekecil apapun dalam masalah *Furu*, namun tegas dalam mengedepankan masalah Aqidah. Berpegang teguh pada pedoman Al-Quran dengan bersma-sama mencapai keridhaan Allah Subhanhu Wa Ta'ala. Radio Rasil ini mempunyai beberapa acara unggulan antara lain "Tahsinul Qur'an, Renungan Dibawah Naungan Al-Qur'an, Psikologi Keluarga, Kajian Kitab Tasawuf, Kajian Qur'an Pagi, Topik Berita, Tanya Jawab Bersama Asatidz Rasil, Ekonomi Islam, Taushiyah Pagi, Bincang Silaturahmi, Kesehatan Islam dan Program lainnya.

Berdasarkan hasil pengamatan selama wawancara bahwa radio Rasil merupakan sebuah radio dakwah yang menjunjung kenetralan dalam siaran dengan program-program unggulan yang disajikan untuk para pendengar setia dengan menghadirkan narasumber-narasumber yang berkompeten dibidangnya dan dengan materi berita yang selalu *up to date*.

Peneliti tertarik dengan program topik berita karena salah satu program unggulan di radio rasil setelah renungan dibawah Al-Quran, dengan pendengar yang cukup banyak dan setia tetap mendengarkan topik berita. dan peneliti menemukan dari hasil wawancara bahkan ada salah satu pendengar setia tidak pernah ketinggalan acara topik berita walaupun pada saat diperjalanan hingga sampai ditujuan pendengar tersebut tetap mendengarkan hingga acara topik berita tersebut selesai.

Radio Rasil memiliki sosial media yang aktif, dapat digunakan untuk menarik lebih banyak pendengar. Pada saat siaran sedang berlangsung, penyiar akan menanyakan beberapa pertanyaan terkait program yang sedang dibawakan, kemudian audience melakukan tanya jawab dengan penyiar saat siaran sedang berlangsung. Hal ini tentunya akan berdampak positif pada rating program, dan juga pendapatan dari iklan. Pendengar dapat mengetahui info dan hal-hal yang terkait dengan siaran yang sedang dibawakan melalui sosial resmi dari radio rasil.



Gambar 1.1 Sosial Media Radio Silaturahim
(sumber: Instagram Radio Silaturahim)

Berbagai hal informasi yang ditampilkan pada media sosial *Instagram* yang menampilkan konten dalam bermacam kombinasi yang berupa foto, audio, video, berita dan narasi yang berhubungan dengan peristiwa tertentu ditampilkan dengan penataan yang urut berdasarkan waktu sesuai jadwal tayang program. Di dalam *Instagram* radio Rasil menampilkan berupa gambar terkait program yang sedang disiarkan. Informasi mengenai foto tersebut juga diberikan dengan mengajukan keterangan lokasi dan waktu suatu peristiwa yang nantinya akan dibahas pada saat siaran berlangsung. Pendengar bisa mendengarkan siaran dan mengakses siaran dan informasi yang disampaikan melalui *website* resmi radiosilaturahim.com



Gambar 1.2 Web Streaming Radio Silaturahim
(Sumber : radiosilaturahim.com/radio-streaming)

Pemanfaatan teknologi Radio Rasil memanfaatkan teknologi terkini untuk mempermudah akses pendengar ke program-program siaran mereka. Mereka juga menyediakan layanan *streaming online* melalui *website* atau aplikasi khusus, sehingga pendengar dapat mengakses siaran dari mana saja dan kapan saja, baik melalui komputer, maupun *smartphone*. Radio Rasil juga aktif di berbagai platform media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *Youtube*, untuk menjangkau pendengar dari kalangan anak muda yang lebih akrab dengan media digital saat ini.

Kenapa saya memilih topik berita dalam penelitian ini, karena topik berita itu adalah salah satu program unggulan dari radio rasil. dengan mengundang narasumber yang berkompeten dibidangnya. Untuk perbedaan radio rasil dengan radio lainnya itu ada pada moto dan visi yang satu dimana tidak terikat dengan satu madzhab tertentu.

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang diatas, di era modern ini, berkembangnya media elektronik radio menjadi pemenuhan kebutuhan manusia sehari-hari. Akan tetapi, seiring berkembangnya media elektronik jika tidak diimbangi dengan strategi penyiar yang baik dalam membawakan suatu program, hal itu pun juga tidak akan mampu bersaing dengan program-program lainnya. peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang di atas, maka rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Acara Topik Berita di Radio Silaturahmi?
2. Bagaimana hambatan yang dihadapi Penyiar Radio Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi.
2. Untuk Mengetahui bagaimana hambatan Yang dihadapi Oleh Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan informasi-informasi yang bermanfaat tentang strategi penyiar dalam meningkatkan jumlah minat pendengar pada program topik berita di Radio Silaturahmi. kegiatan ini memberikan manfaat yang terbagi dua bagian yaitu kegunaan dalam bidang akademis maupun praktis

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau ilmu akan perkembangan komunikasi, serta dapat memberikan informasi yang bermanfaat khususnya mengenai bidang strategi penyiar. Bagi peneliti sendiri, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengalaman yang berharga, menambah pengetahuan, dan mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah di peroleh selama di bangku perkuliahan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Strata 1 (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor. Selain itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberika berbagai informasi dan berita

bagi pihak akademisi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi adalah hal yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi sangat penting dalam menunjang suatu kegiatan. Tanpa adanya komunikasi yang baik, kegiatan tidak akan berhasil sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Setiap orang tentunya selalu melakukan kegiatan komunikasi. Tanpa kita sadari, komunikasi tersebut berjalan baik atau tidak. Tanpa kita sadari, komunikasi tersebut sesuai dengan alurnya atau tidak. Dalam berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari, kita tidak memikirkan hal-hal itu, kita hanya berkomunikasi dengan tujuan apa yang ingin kita sampaikan dapat diterima oleh orang lain, begitu juga dengan apa yang disampaikan oleh orang lain, dapat kita terima. Itulah komunikasi yang biasa kita lakukan sehari-hari. (Sholihat, 2019)

Dalam buku karangannya yang berjudul “Dinamika Komunikasi”, Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa pengertian komunikasi harus dilihat dari dua sudut pandang, yaitu pengertian secara umum dan pengertian secara paradigmatis. Pengertian komunikasi secara umum itupun harus juga dilihat dari dua segi, yaitu pengertian komunikasi secara etimologis dan pengertian komunikasi secara terminologis. Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Kata sama yang dimaksudkan adalah sama makna. Jadi dalam pengertian ini, komunikasi berlangsung manakala orang-orang yang terlibat di dalamnya memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang tengah dikomunikasikannya itu. Dengan kata lain, jika orang-orang yang terlibat di dalamnya saling memahami apa yang dikomunikasikannya itu, maka hubungan antara mereka bersifat komunikatif. Sebaliknya, jika ada pihak yang tidak mengerti tentang suatu hal yang sedang dikomunikasikan, berarti komunikasi tidak berjalan, dan hubungan antara orang-orang tersebut tidak komunikatif. Pengertian secara terminologis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Pengertian ini memberikan pemahaman kepada kita bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang atau manusia, sehingga komunikasi seperti ini disebut sebagai *Human Communication* (komunikasi manusia). (Nurhadi & Kurniawan, 2017)

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, ditempat pekerjaan, dipasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia. Berkembangnya pengetahuan manusia dari hari ke hari karena komunikasi. Komunikasi juga membentuk sistem sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, maka dari itu komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan. Pengertian komunikasi dapat dilihat dari etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah) Dari sudut etimologi, menurut Roudhonah dalam buku ilmu komunikasi, dibagi menjadi beberapa kata diantaranya “*communicare* yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan, *Communis opinio* yang berarti pendapat umum. pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang bertujuan untuk membuat sama persepsi atau arti antara komunikator dan komunikan (Fatah Raden, 2016)

2.2.1 Unsur-unsur Komunikasi

Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi. (Feny Oktavia, 2016)

1. Sumber (*Source*)

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi, atau lembaga. Sumber sering juga disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encode*.

2. Pesan (*Message*)

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content*, atau *information*.

3. Media (*channel*)

Media yang dimaksud di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindera dianggap sebagai media komunikasi. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan kedalam dua kategori, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, bulletin, hand out, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, film, televisi, *video recording*, komputer, *electronic board*, *audio cassette* dan sebagainya.

4. Penerima (*receiver*)

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa saja satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

5. Efek

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang karena

pengaruh juga bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.

6. Umpan balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi, sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya, sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum ke tujuan. Hal-hal seperti ini menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

7. Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

2.2.2 Bentuk-bentuk Komunikasi

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol- simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan secara oral atau lisan maupun secara tulisan.¹⁹ Komunikasi verbal dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan komunikasi tulisan. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana seorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar untuk mempengaruhi tingkah laku penerima. Sedangkan komunikasi tulisan adalah apabila keputusan yang akan disampaikan oleh pimpinan itu disandikan dalam simbol-simbol yang dituliskan pada kertas atau pada tempat lain yang bisa dibaca, kemudian dikirimkan pada karyawan yang dimaksudkan.

2. Komunikasi Non-Verbal

Komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi yang menggunakan Gerakan tubuh, sikap tubuh, vokal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, dan sentuhan.

2.2 Komunikasi Massa

Kata komunikasi massa berasal dari istilah Bahasa Inggris dan kependekan dari kata mass media communication (Komunikasi yang menggunakan media massa). Media yang dimaksud adalah media yang dihasilkan oleh teknologi modern, contohnya seperti media radio, televisi, film dan surat kabar. Kita perlu memahami bahwa kata “massa” yang terselip dalam kata komunikasi massa memiliki perbedaan dengan massa dalam artian secara umum. Kata “massa” dalam arti umum lebih terkait secara sosiologis, yaitu kumpulan individu yang berada di suatu lokasi tertentu. Sementara kata “massa” dalam arti komunikasi massa lebih terkait dengan orang yang menjadi sasaran media massa atau penerima pesan media massa. Mereka digambarkan sebagai orang banyak yang tidak harus berada di lokasi yang sama, bisa tersebar di berbagai lokasi, dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan menerima pesan komunikasi massa yang sama. Umumnya kata “massa” bisa disebut khalayak, audiens. Selain itu terdapat pula istilah khusus yang menggambarkan massa sesuai dengan media yang digunakan, yaitu penonton /

pemirsa untuk media televisi dan film, pembaca untuk media cetak, pendengar untuk media radio.(Hadi, 2021)

Pengertian Komunikasi Massa Dalam era teknologi yang berkembang saat ini, kian mendukung berbagai aktifitas masyarakat urban dalam memperoleh informasi secara cepat. Revolusi komunikasi ini apabila diurutkan dimulai dari tahap pralisan, lisan, hingga media massa (media cetak dan elektronik). Massa disini menunjuk kepada khalayak, audience, penonton, pemirsa, pendengar, atau pembaca. 1 Dengan begitu, dapat dipahami bahwa Komunikasi Massa adalah suatu proses melalui mana komunikator dalam menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas dan terus-menerus menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam melalui berbagai cara.(Kustiawan et al., 2022).

2.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Proses komunikasi massa lebih bersifat kompleks jika dibandingkan dengan komunikasi lainnya. Pesan-pesan yang terkandung dalam media massa akan sulit dalam memilih siapa pembuatnya, atau siapa pihak yang akan bertanggung jawab dalam menangani hal tersebut. Yang menjadi ciri dalam komunikasi massa tak sulitnya dalam memilih siapa yang bertanggung jawab dengan hal tersebut. Komunikasi massa juga memiliki ciri yaitu komunikasi yang bersifat awam. Sesuai dengan namanya, komunikasi massa, yang berarti jenis komunikasi yang dilakukan atau ditujukan kepada seluruh khalayak banyak, Masyarakat awam secara luas.

Informasi yang disampaikan dengan komunikasi massa ini akan dengan cepat menyebar kepada Masyarakat umum karena media komunikasi ini sangat mudah ditemukan serta digunakan. Jadi Masyarakat awam bisa dengan cepat untuk menerima informasi yang dipergunakan oleh media komunikasi massa ini. Selain itu, karakteristik yang lainnya adalah media komunikasi massa bersifat serempak di dapat oleh Masyarakat umum serta Masyarakat luas karena pengirimnya yang hanya dilakukan satu kali menggunakan tujuan utamanya yaitu umum, maka komunikator tak wajib melakukan pengiriman secara berulang kali, sehingga pesan akan dengan mudah serta cepat tersampaikan.

2.3 Media Massa

Media massa menjadi sebuah media informasi yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat sosial dalam mendapatkan berbagai informasi. Dalam hal ini media massa memiliki peran penting dalam perkembangan dan kemajuan pola pikir serta cara pandang dalam kehidupan masyarakat. Denis Mc Quail mengungkapkan bahwa media massa merupakan sebagai alat kontrol, manajemen, dan inovasi bagi masyarakat yang dapat didaya gunakan untuk pengganti kekuatan lainnya. Tidak bisa dielakkan lagi bahwa media massa menjadi bagian yang sangat berperan penting bagi masyarakat sosial yang sangat erat kaitannya dengan informasi. Namun di sisi yang berbeda tidak bisa kita pungkiri bahwa banyak juga dari kalangan masyarakat tertentu yang bersikap apatis terhadap kehadiran media massa di tengah-tengah rutinitas masyarakat. Hal itu disebabkan karena ketidakseimbangan sebuah media massa dalam memberikan informasi dan pandangan kepada pihak tertentu.(Hendra, 2019)

Media massa adalah salah satu alat yang digunakan untuk berkomunikasi setiap hari, kapan saja dan dimana saja antara satu orang dengan orang yang lain. Setiap orang akan selalu memerlukan media massa untuk mendapatkan informasi

mengenai kejadian di sekitar mereka, dengan media massa pula orang akan mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan pada saat tertentu mereka menginginkan informasi. Disisi lain manusia dapat berbagi kejadian – kejadian yang terjadi di sekitar mereka kepada orang lain. Sehingga antara satu orang dengan orang lain di daerah yang berbeda dapat melakukan pertukaran informasi mengenai kejadian disekitar mereka melalui media massa.

Perlu ditekankan bahwa dalam hal ini yang dimaksud media adalah media atau alat yang menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa, bukan media tradisional seperti wayang, ketoprak, ludruk, dan lain sebagainya. Sedangkan media massa modern terbagi menjadi dua yaitu media massa yang tercetak dalam sebuah kertas (media cetak) dan media yang terdiri dari perangkat mesin – mesin (media elektronik), media massa cetak misalnya majalah, surat kabar, dan lain sebagainya. Serta media elektronik seperti radio dan televisi. (Oktaviani.J, 2018).

2.4 Strategi Penyiar

Strategi adalah bentuk perencanaan dan pelaksanaan dari penyelenggaraan siaran secara holistik, yang didalamnya tercakup makna penjadwalan dan penyiaran acara dari suatu stasiun siaran. Menurut Onong Uchyana Effendi strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan strategi menurut Stephanie K. Marrus yang dikutip Sukristono dalam bukunya Husein Umar menyatakan bahwa, “Strategi di definisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka Panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Proses siaran radio merupakan proses yang Panjang dan rumit, tetapi harus berjalan diatas pola pikir dan tindakan yang cepat dan dinamis, praktik, tepat, dan berkualitas. Untuk itu perlu dipadukan antara manajemen dan penyiar sesuai dengan landasan tujuan yang hendak dicapai. Dari kajian literatur kepenyiaran, *Chese, Garrison*, dan *Wills* dalam bukunya “*Television and Radio*” menyatakan bahwa penyiaran sebagai pancaran melalui ruang angkasa oleh sumber frekuensi dengan sinyal yang mampu diterima di telinga atau didengar dan dilihat oleh publik. Sedangkan penyiaran menurut Wahyudi yaitu semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi baik di darat dan di Antariksa dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau jenis gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarluaskan dan diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi dengan atau tanpa alat bantu.

Secara umum penyiaran merupakan suatu kegiatan untuk mengkomunikasikan suatu informasi kepada khalayak umum atau ditujukan kepada pendengar secara perorangan, agar komunikasi tersebut akan sempurna si pendengar mendengar, mengerti, merasa tertarik, lalu melakukan apa yang ia dengar, melalui media elektronik. Adapun tahap-tahap dasar penyiar radio model AIDA antara lain:

1. Perhatian: **A** (*attention*), anda menyakinkan pendengar dengan benar pada awal bahwa anda memiliki sesuatu yang berguna atau menarik untuk dikatakan. Pendengar ingin mengetahui, “apa isi pesan untuk saya?”
2. Ketertarikan: **I** (*interest*), anda menjelaskan bagaimana pesan berhubungan dengan pendengar.

3. Meningkatkan atau mempromosikan Hasrat atau keinginan: **D** (*Desire*)
4. Tindakan: **A** (*action*), anda menyarankan tindakan yang anda ingin pendengar mengambilnya.

Untuk itu perlu dipadukan antara manajemen dan penyiar sesuai dengan landasan tujuan yang hendak dicapai. Penerapan manajemen ada persamaan unsur dalam proses transformasi yang merupakan perencanaan, produksi dan menyiarkan siara. Menurut Sydney W Head dalam (Eastman, S. T., & Ferguson, 2012). Ada lima elemen yang perlu diperhatikan dalam strategi penyiar yaitu:

1. Strategi Kesesuaian (*Compability*)

Strategi kesesuaian adalah kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Personil-personil strasiun pendengar harus mengetahui komunitas yang dituju, sesuai dengan jadwal program yang mereka rancang. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan siapa pendengar dalam setiap bagian waktu, dan apa yang kemungkinan besar sedang dikerjakan oleh pendengar yang ada pada saat itu. Secara teori penjadwalan adalah kunci sukses aktivitas siaran, meskipun sebuah program telah dipilih dan dikemas dengan sebaik mungkin namun jika waktu siarannya tidak sesuai dengan kondisi audiens yang ditarget, maka produksi program itu sia-sia. Sebuah program harus disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari audiensnya. Strasiun radio harus mengetahui rutinitas audiens seperti kapan mereka istirahat, nonton televisi sampai waktu mereka tidur. Ini diperlukan sebagai acuan untuk menjalankan program. Salah satu cara untuk megetahui hal-hal tersebut adalah dengan melakukan riset audiens.

2. Strategi pembentukan kebiasaan (*Habbit Information*)

Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Pendengar akan memperhatikan seluruh bagian yang luar biasa pada serial favoritnya, untuk menghindari ketinggalan episode berikutnya. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin selalu sama waktunya pada jangka waktu tertentu. Strategi yang dilakukan untuk membangun kebiasaan ini adalah pembuatan adlips dan pembuatan rundown. Dengan adanya adlips akan menjadikan pendengar selalu ingat dengan program-program yang ada, dan rundown adalah salah satu acuan bagi penyiar untuj menyiarkan secara tepat sekuen-sekuen pada sebuah program dengan tujuan pendengar akan terbiasa dengan alur penyajian program yang disiarkan.

3. Strategi pengontrolan arus pendengar (*Control of Audience Flow*)

Keefektifan media penyiaran radio tergantung pada seberapa banyak pendengar yang menikmati dan mendengarkan program-program radio. Tidak ada sistem penyiaran radio yang dapat bertahan tanpa pendengar. Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan jumlah pendengar yang mengalir dari program yang satu ke program acara berikutnya, dan untuk meminimalkan jumlah pendengar yang mengalir ke saluran lawan. Hal ini dapat dilakukan dengan metode menyajikan program yang berbeda dengan radio siaran lain (contering) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*). Strategi mengontrol aliran pendengar ini dilakukan dengan menetapkan standar mutu, melakukan pengawasan dan melakukan evaluasi.

4. Strategi penyimpanan sumber program (*Conservation of Program Resources*)

Penyimpanan sumber program ini dimaksud agar program-program tersebut bisa dipakai lagi suatu saat, tetapi 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. Materi yang terbiasa digunakan sepanjang hari, yaitu dengan cara mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda

5. Strategi daya penarik massa (*Mass Appeal*)

Daya penarik massa sangat perlu diperhatikan, karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin menarik perhatian khalayak pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin yang sesuai dengan kebutuhan. Perbedaan minat dan kesukaan pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program-program yang disajikan.

Dalam penyiaran terdapat seseorang yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi atau memanfaatkan keterampilannya dalam merencanakan, memproduksi dan menyiarkan siaran untuk tujuan bersama. Agar suatu organisasi penyiaran berhasil dalam pencapaian tujuannya dibutuhkan unsur penunjang yang berupa ide (termasuk naskah), pengisi suara (artis), peralatan, kelompok kerja produksi, siaran, dan pendengar atau penonton. Disamping itu juga adanya ruang kerja yang memadai, transportasi, pembinaan atau hubungan yang bersahabat dengan organisasi lainnya. Untuk menghasilkan siaran yang berkualitas, yaitu suatu siaran yang mengandung nilai-nilai normative, edukatif, informatif, persuasif, dan komunikatif.

2.4.1 Hambatan dalam Penyiar

Strategi penyiar dapat dipahami melalui berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi dan daya tarik program kepada pendengar. Berikut adalah beberapa hambatan utama yang diidentifikasi dalam penelitian terkait penyiar radio:

1. persaingan dengan media online
radio menghadapi tantangan dari platform media online yang semakin populer, yang menawarkan konten yang lebih siaran radio tradisional.
2. Kesibukan Penyiar
Kesibukan penyiar sering kali mengganggu jadwal siaran, menyebabkan ketidakhadiran mereka dan mengurangi kontinuitas program. Hal ini juga dapat membuat pendengar kehilangan minat.
3. Masalah teknis
Gangguan teknis seperti mati lampu, kerusakan pemancar, atau masalah dengan playlist dapat menghentikan siaran secara tiba-tiba, yang berpotensi membuat pendengar beralih ke stasiun lain.
4. waktu penyajian program
penjadwalan program yang tidak sesuai dengan kebiasaan pendengar dapat menyebabkan rendahnya tingkat partisipan, jika program disiarkan pada waktu yang tidak tepat, pendengar mungkin tidak dapat mendengarkannya.
5. Hambatan psikososial
Kondisi psikologis penyiar dan pendengar juga mempengaruhi komunikasi.

6. ketidakcocokan antara penyiar
interaksi yang tidak harmonis antara penyiar dapat mengurangi daya tarik program. Pendengar mungkin merasa kurang terhubung jika penyiar tidak memiliki chemistry yang baik.
7. Persepsi penyiar
Perbedaan minat antara kelompok usia yang berbeda juga menjadi hambatan. Pendengar muda mungkin lebih tertarik pada konten yang lebih modern dibandingkan dengan pendengar yang lebih tua.

2.5 Penyiar Radio

Penyiar radio (presenter radio atau radio *jockey*) adalah petugas yang menyiarkan suaranya melalui transmisi radio. Seorang penyiar radio memperkenalkan dan membahas berbagai hal seperti musik, mengadakan wawancara yang turut melibatkan panggilan pendengar, atau menyampaikan berita, ramalan cuaca, perkembangan olahraga atau informasi lainnya. Penyiar juga harus lancar berbicara dengan kualitas vokal yang baik. Hal terpenting untuk menjadi seorang penyiar adalah karakter vokal yang sesuai dengan format dan segmentasi radio tempatnya bekerja, serta kemampuan komunikasi yang baik agar seluruh informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audience. Teknik vokal yang diperlukan agar bisa lancar berbicara antara lain kontrol suara (*voice control*) selama siaran, meliputi pola titik nada (*pitch*), kerasnya suara (*loudness*), tempo (*time*), dan kadar atau kualitas suara. (Novia & Simbolon, 2019)

Penyiar radio adalah ujung tombak sebuah stasiun radio. Keberhasilan sebuah program acara dengan parameter jumlah pendengar ditentukan oleh kepiawaian seorang penyiar dalam menghidupkan acara tersebut. Orang yang berprofesi sebagai penyiar radio harus mampu mengomunikasikan gagasan, konsep, dan emosi, serta bertugas untuk menjalankan siaran dalam suatu program acara di sebuah stasiun radio. Profesi tersebut adalah profesi yang menghibur khalayak Masyarakat melalui media radio siaran.

Jadi dalam menunaikan tugasnya itu, seorang penyiar dengan gayanya yang asli, lincah dan ramah sesuai dengan selera dan perasaan pendengar, sehingga mampu membuat pendengarnya tidak hanya mendengar saja, tetapi juga merasa tertarik dan ingin melakukan apa yang diutarakan oleh penyiar tersebut. Ini disebabkan kepribadiannya dan pengucapannya yang cermat, yang dengan suaranya yang terkontrol, ia dapat memperhatikan tempo dan keras-lembutnya pengucapan. Penyiar radio dituntut untuk memiliki skill yang dapat membuat acara menjadi berkualitas dan diminati oleh pendengar. (Saraswati, 2018)

2.6 Radio

Radio merupakan salah satu media massa yang disukai oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan maupun informasi. Selain itu, radio yang mempunyai karakteristik akrab, membuat pendengar merasa informasi dan hiburan yang diterima lebih spesifik. Oleh karena itu, radio tetap ada meskipun telah hadir media baru, internet. Bahkan, Nielsen Radio Audience Measurement mencatat pendengar radio masih menempati angka 38%, hal tersebut menunjukkan bahwa radio masih memiliki pendengar setia. (Trinoviana, 2017)

Radio is the birth of broadcasting (radio adalah anak pertama dunia penyiaran). Radio adalah suara. Suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikorelasikan oleh khalayak kedepannya. Secara psikologis suara adalah sensasi yang terpersepsikan kedalam kemas auditif.

Menurut Stanley R. Alten, suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditransformasikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi dinamis antara molekul itu dengan lingkungannya. Suara dari penyiar memiliki komponen visual yang bisa menciptakan gambar dalam benak pendengar.

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat dan bisa dibawa atau didengar dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiarannya. Radio menciptakan imajinasi (*theatre of mind*) dan mudah akrab dengan audiens. Karakteristik radio siaran, antara lain: auditori (untuk didengar), isi siaran sepiintas lalu dan tidak bisa diulang, identik dengan musik, mengandung gangguan timbul-tenggelam (*fading*) dan teknis, akrab dan hangat, suara penyiar hadir di rumah atau didekat pendengar. Sifat radio antara lain: heterogen, pribadi, aktif, berpikir, interpretasi, menilai dan selektif dalam memilih gelombang siaran sesuai selera. (Onong, 2019)

Radio merupakan salah satu media yang termasuk dalam lima media tradisional Empat media lainnya adalah majalah, televisi, iklan, serta media luar ruang. Sebagai media tradisional, radio memiliki ciri khusus. Ciri yang paling menonjol adalah penggunaan teknologi analog. Radio mengalami masa kejayaan pada era 1980 hingga 1990 (Yuniarto, 2021). Selain programnya yang banyak didengar masyarakat, radio kala itu juga kerap menyelenggarakan acara *off air* seperti konser musik atau jumpa fans yang menjadi daya tarik tersendiri. Para produsen juga kerap mengiklankan produknya di radio. (Kalis et al., 2023)

Frank Jefkins (Dhamayanti, 2020) mengemukakan karakteristik media radio yang menghasilkan yaitu:

1. Murah
2. Waktu transmisi tidak memiliki Batasan atau batas waktu tertentu,
3. Suara manusia dan music,
4. Tidak memerlukan perhatian yang focus atau khusus untuk dapat dipahami atau disimak,
5. Teman setia.

2.6.1 Sejarah Radio di Indonesia

Siaran radio yang pertama di Indonesia bernama *Nederlands Indie – Hindia Belanda* ialah *Bataviase Radio Vereniging (BRV)* di Batavia, yang didirikan pada tanggal 16 Juni 1925 di *Weltevreden (Jakarta Pusat)* dan resmi mengudara dari hotel *des Indes* dengan siaran lokal (*Stadzender*) pada gelombang 157.89 meter dan 61.66 meter untuk “Programa Nasional” (*Archipelzender*) stasiun radio.

Hal ini beda sekali dengan badan-badan radio siaran lainnya yang terbentuk perkumpulan swasta, terutama yang diusahakan orang pribumi yang hidupnya dari iuran para anggota. Munculnya perkumpulan-perkumpulan stasiun radio di kalangan bangsa Indonesia disebabkan kenyataan, bahwa NIROM memang mendapat bantuan dari pemerintah. Sebagai pelopor hadirnya radio siaran usaha bangsa Indonesia ialah *Solosche Radio Vereniging (SRV)* yang didirikan pada tanggal 1 April 1933.

Pada tanggal 7 Mei 1937 atas usaha PPRK diadakan pertemuan dengan para pejabat pemerintah untuk membicarakan hubungan antara PPRK dengan NIROM. Pertemuan itu menghasilkan suatu persetujuan Bersama, bahwa PPRK

menyelenggarakan siaran ketimuran, NIROM menyelenggarakan segi tekniknya. Sejak itu PPRK berusaha keras agar PPRK dapat menyelenggarakan sendiri sepenuhnya tanpa bantuan dari NIROM. Disebabkan situasi semakin memanas oleh api perang di Eropa yang menyebabkan Negeri Belanda dalam keadaan kesulitan yang membutuhkan bantuan rakyat jajahannya, maka pemerintah Hindia Belanda menjadi bijak.

Sejarah Radio Republik Indonesia bermula sejak berdirinya secara resmi pada tanggal 11 September 1945, oleh para tokoh yang sebelumnya aktif mengoperasikan beberapa stasiun radio Jepang yaitu Hosokawa di 6 kota. Rapat utusan 6 radio di rumah Adang Kadarusman Jalan Menteng Dalam, Jakarta. Sehingga mengasihkan keputusan mendirikan Radio Republik Indonesia dengan memilih dr. Abdulrahman Saleh sebagai pemimpin umum RRI pertama.

2.6.2 Jenis Radio Siaran di Indonesia

1. Radio Milik Negara

Sebelum menjadi Lembaga penyiaran public sejak 2000, Radio Republik Indonesia (RRI) berstatus sebagai Perusahaan Jawat (Perjan) yaitu badan usaha milik negara (BUMN) yang tidak mencari keuntungan. Dalam status Perusahaan Jawatan RRI telah menjalankan prinsip-prinsip radio public yang mandiri.

2. Radio Publik

Sebagai Lembaga Penyiaran Publik, Radio terdiri dari Dewan Pengawas dan Dewan Direksi. Dewan Pengawas yang berjumlah 5 anggota terdiri dari unsur publik, pemerintah dan Perusahaan. Dewan Pengawas yang merupakan wujud representasi dan supervise publik memilih Dewan Direksi yang berjumlah 5 anggota yang bertugas melaksanakan kebijakan penyiaran dan bertanggung jawab atas penyelenggaraan penyiaran. Status sebagai Lembaga penyiaran public juga ditegaskan melalui peraturan pemerintah Nomor 11 dan 12 tahun 2005 yang merupakan penjabaran lebih lanjut dari Undang-Undang Nomor 32/2002.

3. Radio Swasta (Komersil)

Radio siaran swasta FM dan AM yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dapat dikemas dalam bentuk acara khusus maupun dengan memasukkan pesan ke dalam acara tertentu, akhirnya radio sebagai sarana untuk mendapatkan finansial, mereka selanjutnya mengemas pelaksanaan siaran dengan konsep ekonomi yang diharapkan akan memperoleh kemanfaatan finansial setelah melakukan kegiatan penyiaran.

4. Radio Komunitas

Radio Komunitas adalah stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas. Pelaksana penyiaran (seperti radio) komunitas disebut sebagai Lembaga penyiaran komunitas. Radio komunitas juga sering disebut sebagai radio sosial, radio Pendidikan, atau radio alternatif. Intinya radio komunitas adalah dari, oleh, untuk dan tentang komunitas. Radio komunitas sebetulnya muncul untuk mengisi keterbatasan dari Lembaga penyiaran lain yang belum mampu memberikan dan memenuhi kebutuhan Masyarakat akan informasi yang mereka butuhkan.

2.6.3 Program Siaran Radio

Dalam stasiun radio diperlukan program siaran agar menarik khalayak untuk mendengarkan siaran, maka dalam pembuatan siaran harus menyusun suatu program siaran radio yang lebih baik lagi dengan dukungan oleh informasi yang akurat juga dengan pilihan lagu-lagu yang terbaru agar pendengar tidak bosan, ditambah dengan materi acara program siaran radio disesuaikan dengan sasaran khalayak.

Program siaran On-Air, merupakan kegiatan internal siaran yang meliputi beragam peralatan yang akan digunakan oleh seperangkat alat penyiaran mulai dari pemancar, mixer, mikrofon, dan sebagainya, serta penyiar yang bertugas di dalam ruang siaran hanya mendengar suaranya yang mampu membuat pendengar tertarik untuk mendengarkan acara siaran tersebut. Program siaran Off-Air merupakan kegiatan eksternal siaran yang meliputi peralatan siaran yang dibantu seperangkat alat penyiaran yang dilakukan di luar ruang siaran dan dapat berinteraksi secara langsung dengan para pendengar. Acara program Off-Air yang khusus diadakan disuatu tempat yang biasanya dihadirkan juga artis-artis penyanyi untuk memberi hiburan kepada para pendengar dengan secara langsung.

Program siaran radio terdiri dari program regular atau harian (*daily program*) dan program khusus atau mingguan (*special program, weekly program*). Program regular disiarkan setiap hari dengan penyiar tetap ataupun bergantian jam-jam tertentu. Sedangkan program khusus disiarkan seminggu sekali, umumnya dijadwalkan malam hari dan akhir pekan. Umumnya, program radio terdiri dari acara pemutaran lagu (*music program*), obrolan atau bincang-bincang (*talkshow*), dan program berita (*news program*). (Rahayu & Dewi Katili, 2019).

2.7 Penelitian Terdahulu

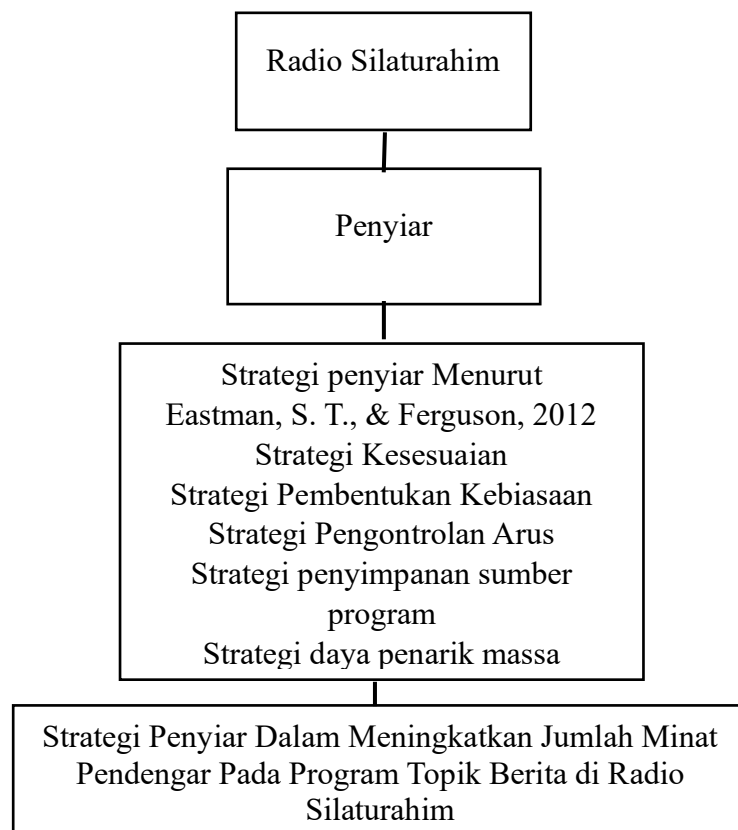
Penelitian ini didukung oleh beberapa referensi literatur penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan referensi. Selain itu juga untuk menghindari kesamaan dengan penelitian ini. Setelah penulis melakukan tinjauan kajian terdahulu penulis menemukan beberapa judul yang relevan dengan penelitian ini, yaitu antara lain sebagai berikut:

1. Strategi Penyiar Dalam Menarik Perhatian Para Pendengar J Radio Diteliti oleh Catherine, Abdul Wahid, Agus Humaidi. (2020) dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian menunjukkan J Radio memberikan perhatian lebih kepada pendengar akan informasi *terupdate* tentang musik, film, gosip, *lifestyle*. Trend fashion, olahraga, kesehatan, dunia kerja, *technology* dan gadget serta informasi seputar kota Banjarmasin. Persamaan Mencari tahu bagaimana cara menarik minat pendengar dalam satu radio, terutama dari cara para penyiar dalam membawakan suatu program. Perbedaan: Penelitian ini membahas keseluruhan dari strategi yang ada di J radio, sedangkan peneliti membahas hanya satu program saja.
2. Strategi Penyiar Elgan Radio Dalam Menarik Minat Pendengar di Kabupaten Tulang Bawang Barat. Diteliti oleh: Leni Suharyani, Tahun 2022. Metode kualitatif Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan, bahwa strategi penyiaran yang dilakukan elgan radio dalam menarik jumlah pendengar di Kabupaten Tulang Bawang khususnya dalam program Dai Sore, strategi penyiar yang digunakan yaitu, strategi kesesuaian, strategi pembentukan kebiasaan, strategi pengontrolan arus, strategi penyimpanan sumber-sumber

program dan strategi daya penarik masa. Perbedaan: mencari tahu bagaimana cara menarik minat pendengar dalam satu radio, terutama dari cara para penyiar dalam membawakan suatu program.

3. Strategi Radio Venus 97,6 FM Dalam mempertahankan Program Siaran Unggulan. Diteliti oleh: Megawati H, Tahun 2019. Metode kualitatif Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1. Strategi yang dilakukan untuk mempertahankan pendengar program unggulan yakni ada sebelas yaitu dengan menyajikan informasi yang *update*, tidak keluar dari konsep program, konsisten, sering *mengupgrade* program, mengetahui kebutuhan – kebutuhan pendengar, mengadakan evaluasi, *meeting* setiap bulan, penyiar yang akrab, *survey* kecil – kecilan, bekerja sama dengan media dan *mengsupport* kegiatan mahasiswa Tantangan dan hambatan yang dihadapi untuk mempertahankan program unggulan. Perbedaannya: penelitian ini membahas keseluruhan dari strategi yang ada di Radio Venus FM, sedangkan peneliti hanya satu program, yaitu hanya membahas pada program acara Topik Berita.

2.8 Alur Berpikir



Gambar 2.1 Alur Berpikir

2.9 Definisi Konsep

Definisi konsep dalam alur berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Radio Rasil dikenal Masyarakat sebagai radio yang telah memberikan kontribusi dan melayani Masyarakat luas dalam masalah Agama Islam dan membumikan Al-Quran melalui program Murottal. Radio Silaturahmi

dengan motto “Untuk Islam Yang Satu”. Berkomitmen untuk memberikan sajian yang mencerahkan bagi para pendengarnya.

2. Hambatan dalam strategi penyiar dapat dipahami melalui berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi dan daya tarik program kepada pendengar. Berikut adalah beberapa hambatan utama yang diidentifikasi dalam penelitian terkait penyiar radio:
 1. persaingan dengan media online
radio menghadapi tantangan dari platform media online yang semakin populer, yang menawarkan konten yang lebih siaran radio tradisional.
 2. Kesibukan Penyiar
Kesibukan penyiar sering kali mengganggu jadwal siaran, menyebabkan ketidakhadiran mereka dan mengurangi kontinuitas program. Hal ini juga dapat membuat pendengar kehilangan minat.
 3. Masalah teknis
Gangguan teknis seperti mati lampu, kerusakan pemancar, atau masalah dengan playlist dapat menghentikan siaran secara tiba-tiba, yang berpotensi membuat pendengar beralih ke stasiun lain.
 4. Waktu penyajian program
penjadwalan program yang tidak sesuai dengan kebiasaan pendengar dapat menyebabkan rendahnya tingkat partisipan, jika program disiarkan pada waktu yang tidak tepat, pendengar mungkin tidak dapat mendengarkannya.
 5. Hambatan psikososial
Kondisi psikologis penyiar dan pendengar juga mempengaruhi komunikasi.
 6. Ketidakcocokan antara penyiar
interaksi yang tidak harmonis antara penyiar dapat mengurangi daya tarik program. Pendengar mungkin merasa kurang terhubung jika penyiar tidak memiliki chemistry yang baik.
 7. Persepsi penyiar
Perbedaan minat antara kelompok usia yang berbeda juga menjadi hambatan. Pendengar muda mungkin lebih tertarik pada konten yang lebih modern dibandingkan dengan pendengar yang lebih tua.
3. Memahami strategi penyiar dalam meningkatkan jumlah minat pendengar pada program topik berita di radio rasil. Dilakukan dengan alur berfikir menurut Sydney W. Head dalam buku Easment menguraikan lima elemen yang perlu diperhatikan dalam strategi penyiar yaitu:
 1. Strategi Kesesuaian (*Compability*) Strategi kesesuaian adalah kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Personil-personil stasiun pendengar harus mengetahui komunitas yang dituju, sesuai dengan jadwal program yang mereka rancang. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan siapa pendengar dalam setiap bagian waktu, dan apa yang kemungkinan besar sedang dikerjakan oleh pendengar yang ada pada saat itu. Secara teori penjadwalan adalah kunci sukses aktivitas siaran, meskipun sebuah program telah dipilih dan dikemas dengan sebaik mungkin namun jika waktu siarannya tidak sesuai dengan

kondisi audiens yang ditarget, maka produksi program itu sia-sia. Sebuah program harus disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari audiensnya. Stasiun radio harus mengetahui rutinitas audiens seperti kapan mereka istirahat, nonton televisi sampai waktu mereka tidur. Ini diperlukan sebagai acuan untuk menjalankan program. Salah satu cara untuk mengetahui hal-hal tersebut adalah dengan melakukan riset audiens.

2. Strategi pembentukan kebiasaan (*Habit Information*) Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Pendengar akan memperhatikan seluruh bagian yang luar biasa pada serial favoritnya, untuk menghindari ketinggalan episode berikutnya. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin selalu sama waktunya pada jangka waktu tertentu. Strategi yang dilakukan untuk membangun kebiasaan ini adalah pembuatan *adlibs* dan pembuatan *rundown*. Dengan adanya *adlibs* akan menjadikan pendengar selalu ingat dengan program-program yang ada, dan *rundown* adalah salah satu acuan bagi penyiar untuk menyiarkan secara tepat sekuen-sekuen pada sebuah program dengan tujuan pendengar akan terbiasa dengan alur penyajian program yang disiarkan.
3. Strategi pengontrolan arus pendengar (*Control of Audience Flow*) Keefektifan media penyiaran radio tergantung pada seberapa banyak pendengar yang menikmati dan mendengarkan program-program radio. Tidak ada sistem penyiaran radio yang dapat bertahan tanpa pendengar. Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan jumlah pendengar yang mengalir dari program yang satu ke program acara berikutnya, dan untuk meminimalkan jumlah pendengar yang mengalir ke saluran lawan. Hal ini dapat dilakukan dengan metode menyajikan program yang berbeda dengan radio siaran lain (*contering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*). Strategi mengontrol aliran pendengar ini dilakukan dengan menetapkan standar mutu, melakukan pengawasan dan melakukan evaluasi.
4. Strategi penyimpanan sumber program (*Conservation of Program Resources*) Penyimpanan sumber program ini dimaksud agar program-program tersebut bisa dipakai lagi suatu saat, tetapi 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. Materi yang terbiasa digunakan sepanjang hari, yaitu dengan cara mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.
5. Strategi daya penarik massa (*Mass Appeal*) Daya penarik massa sangat perlu diperhatikan, karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin menarik perhatian khalayak pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin yang sesuai dengan kebutuhan. Perbedaan minat

dan kesukaan pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program-program yang disajikan.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut (Widiana, 2016) metode deskriptif kualitatif merupakan suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada saat itu sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya. Pendekatan kualitatif digunakan karena data yang sudah di peroleh tidak bisa di hitung secara sistematis melainkan berupa kata-kata yang di terangkan secara apa adanya. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Prasanti, 2018). Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengetahui bagaimana karena strategi penyiar dalam meningkatkan jumlah minat pendengar pada program topik berita di Radio Rasil dengan pengumpulan data yang akurat berdasarkan fakta lapangan disertai observasi, wawancara dan dokumentasi.

3.2 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme melihat bahwa kenyataan adalah hasil konstruksi dari pemahaman atau kemampuan berpikir seseorang. Menurut paradigma konstruktivisme, fenomena dapat dipahami dengan baik dalam cara yang berbeda. Dasar paradigma konstruktivis memfokuskan pada pengamatan dan objektivitas. Maka hubungan antara pengamatan dan objek bersifat kesatuan, subjektif dan merupakan hasil perpaduan interaksi diantara keduanya.

Alasan menggunakan paradigma konstruktivis dalam penelitian ini untuk mengetahui dan mengamati secara mendalam pada objek penelitian yakni strategi penyiar dalam meningkatkan jumlah minat pendengar pada program topik berita di radio rasil.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor dan studio penyiaran Radio Silaturahmi Bekasi AM 729 khz. Jalan. Masjid Silaturahmi, No.36 RT.002 RW.004 Jatikarya, Jatisampurna, Bekasi, Jawa Barat 17435. Dengan meneliti bagaimana Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Rasil. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan 25 Oktober 2024 sampai 27 Desember 2024. Berdasarkan hasil pengamatan selama wawancara dengan pendengar radio rasil bernama Nurul Jubaidah bahwa radio Rasil merupakan sebuah radio dakwah yang menjunjung kenetralan dalam siaran dengan program-program unggulan yang disajikan untuk para pendengar setianya dengan menghadirkan narasumber-narasumber yang berkompeten dibidangnya dan dengan materi berita yang selalu *up to date*.

3.4 Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian menyesuaikan karakteristik. penelitian kualitatif dengan melakukan pendekatan langsung kepada objek penelitian yaitu peran penyiar di Rasil Bekasi. Subjek penelitian yaitu program director Rasil sebagai Informan

kunci dan Informan utama yaitu penyiar Rasil beliau mengetahui dan mengerti keseluruhan program Rasil dan memberikan informasi terkait dengan penelitian ini.

Bagong dalam Suyanto (2005) informan dalam suatu penelitian terbagi menjadi beberapa macam, yaitu sebagai berikut:

1. Informan Kunci (Key Informan)
Key Informan merupakan seseorang yang mengetahui dan memiliki berbagai informan inti dan lengkap tentang suatu perusahaan yang sedang diteliti oleh peneliti.
2. Informan Utama
Informan utama merupakan seorang yang terlibat langsung di dalam interaksi sosial yang sedang diteliti.
3. Informan Tambahan
Informan tambahan merupakan seseorang yang dapat memberikan tambahan secara tidak langsung tentang suatu perusahaan yang sedang diteliti.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan key informan dan informan utama yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1 Profil Key Informan

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Rizal Al-Haque	Penyiar	Dipilih karena informan kunci penyiar program acara topik berita

Alasan peneliti mewawancari satu informan kunci diatas adalah karena informan tersebut penyiar utama pada program topik berita . Oleh karena itu sumber informasi utama ada pada ketiga informan kunci sebagai informasi data secara keseluruhan. Selain dari program director dan penyiar sebagai informan penelitian, terdapat pula informan pendukung guna mendukung pernyataan dan informasi-informasi yang dibutuhkan dari sisi pendengar.

Tabel 3.2 Informan Tambahan

No.	Nama	Jabatan	keterangan
1.	Angga Aminudin	Program Director Radio Rasil	Dipilih karena informan seorang program director yang mengetahui jalannya siaran
2.	Muhammad Krisna	Program Director Radio Rodja	Dipilih karena informan program director yang mengetahui jalannya siaran
3.	Ahmad Sukron	Penyiar Warta Berita Radio Rodja	Dipilih karena informan penyiar program acara topik berita
4.	Nurul Jubaidah	Pendengar setia radio Rasil	Dipilih karena informan pendengar setia acara topik berita

3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah:

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah pengambilan data dengan instrument pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung. (Wulan, 2017). Data Primer dalam penelitian ini akan diperoleh secara langsung dari Radio Silaturahmi untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana strategi penyiar dalam meningkatkan jumlah minat pendengar. Dalam hal ini seperti program director, penyiar, dan serta pendengar Radio Rasil.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku, majalah, koran, arsip tertulis yang berhubungan dengan obyek yang akan diteliti pada penelitian ini. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2015: 187). Sumber data sekunder ini akan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data-data dan menganalisis hasil dari penelitian ini yang nantinya dapat memperkuat temuan dan menghasilkan penelitian yang mempunyai tingkat validitas yang tinggi.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Observasi

Adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung guna melihat perubahan fenomena sosial yang berkembang. Berdasarkan pelaksanaan observasi dapat dibagi dalam dua jenis, yaitu partisipan dan observasi non partisipan :

a) Observasi partisipan

Observasi partisipan adalah observasi yang melibatkan peneliti secara langsung dalam kegiatan pengamatan di lapangan. Jadi, peneliti bertindak sebagai observer, artinya peneliti merupakan bagian dari kelompok yang ditelitinya.

b) Observasi non partisipan

Observasi non partisipan adalah observasi yang dalam pelaksanaannya tidak melibatkan peneliti sebagai partisipan atau kelompok yang diteliti. Peneliti menggunakan observasi non partisipan, hal ini karena peneliti tidak terlibat secara langsung ke dalam bagian yang diteliti.

3.6.2 Wawancara

Merupakan cara pengumpulan data melalui tanya jawab langsung dengan pihak terkait untuk mendapatkan data sesuai penelitian. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*), yaitu teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara tatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam, pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atau respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam, dan tidak ada yang disembunyikan.

3.6.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu cara mengumpulkan data dengan cara mencatat data yang sudah tersedia sebelumnya. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi yaitu pengambilan data yang didapat melalui dokumen yang telah tersedia. Dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi data guna mendukung analisis dan interpretasi data, misalnya; web, majalah, buku, artikel, gambar, dan rekaman audio (Hardani dan dkk, 2020) penyiar radio rasil memiliki peran khusus dan penting dalam program siaran.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian yang akan dilakukan ini bersifat kualitatif, yaitu menurut Arikunto, bahwa penelitian kualitatif adalah data yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Dengan analisis kualitatif diharapkan dapat menjawab dan memecahkan masalah dengan melakukan pemahaman mendalam secara menyeluruh dan utuh dari objek yang akan diteliti. Proses analisis data ditempuh melalui proses penarikan kesimpulan dan verifikasi. Analisis data menurut Miles dan Huberman ada tiga Langkah, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses pemilihan data catatan diperoleh dari lapangan yang jumlahnya cukup banyak. Pada penelitian ini, data yang direduksi berasal dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Reduksi data dilakukan dengan cara mempertajam, memilih dan memfokuskan seseuai dengan rumusan masalah yang ada.

Dalam hal ini peneliti merangkum hasil wawancara, observasi dengan program director, penyiar dan pendengar Radio Rasil.

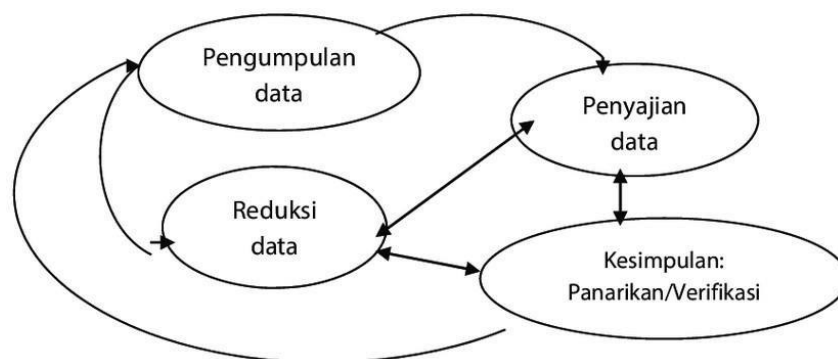
2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah melakukan reduksi data, Langkah selanjutnya yaitu mendisplay data. Pada penelitian ini data disajikan dengan menguraikan, membahas hasil dari penelitian, agar memperoleh pendeskripsian.

Pada uraian tersebut peneliti memaparkan hasil wawancara antara program director, penyiar, dan pendengar Radio Rasil, serta hasil observasi dan dokumentasi, yang kemudian data di sajikan dalam bentuk teks

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah yang dilakukan yaitu menarik Kesimpulan dan verifikasi. Langkah ini dilihat dari hasil reduksi data dan penyajian data, sehingga Kesimpulan yang diambil sesuai dengan data yang dianalisis.



Gambar 3.1 Analisis Model Miles dan Hubermen

3.8 Teknik Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan data yang digunakan untuk membuktikan kebenaran atau kepercayaan data tersebut dapat melalui perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensial, kajian kasus negatif, pengecekan anggota, uraian rinci, audit ketergantungan, dan audit kepastian. Dari berbagai macam teknik tersebut maka pemeriksaan data kriteria derajat kepercayaan digunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah cara untuk memanfaatkan sesuatu diluar data itu sendiri sebagai keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Triangulasi sumber sebagai teknik keabsahan data. Triangulasi sumber bertujuan untuk menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data yang ada seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. Sebagaimana dikenal dalam penelitian kualitatif, penelitian menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh akan membawa ke Kesimpulan yang baik dan benar (Hardani dan dkk, 2020). Triangulasi sumber dalam penelitian ini akan dilakukan kepada radio Rodja untuk memastikan kesesuaian dan keabsahan data.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum Radio Rasil

berawal dengan niat menyebarkan dakwah dan informasi islam ditengah Masyarakat dengan semangat persatuan umat Islam pada awal tahun 2009 H. H Faried Thalib membeli izin radio Swara Citra Aditama yang berlokasi di Bekasi, Jawa Barat. Setelah melalui berbagai proses administrasi dan persiapan teknis maka siaran pun dimulai sekitar Bekasi dengan tujuan agar daya pancarnya bisa menjangkau wilayah Jabodetabek. Setelah bekerja sama dengan berbagai pihak, pada awal tahun 2010 mengudaralah Radio Silaturahmi dengan format radio dakwah islam yang dipancarkan dari jalan Masjid Silaturahmi nomor 36 Kalimanggis Bekasi. Dalam perkembangannya menuju peningkatan kualitas daya pancar, Radio Silaturahmi mengudara di gelombang AM 720, dan di tahun 2023 kami berpindah di 729 AM.

Dalam rencana awalnya, Radio Silaturahmi dikenal Masyarakat sebagai radio yang telah memberikan kontribusi dan melayani Masyarakat luas khususnya dalam masalah Agama Islam dan membumikan Al-Quran melalui program Murottal. Kini Radio Silaturahmi dengan motto "Untuk Islam Yang Satu" berkomitmen untuk memberikan sajian yang mencerahkan sajian yang mencerahkan bagi pendengar. Menyiarkan program-program yang berkualitas dengan narasumber yang ahli dibidangnya, dalam satu naungan keilaman dan mempererat persatuan dan menghindarkan perbedaan sekecil apapun dalam masalah *Furu*, namun tegas dalam mengedepankan masalah Aqidah. Berpegang teguh pada pedoman Al-Quran dengan bersma-sama mencapai keridhaan Allah Subhanhu Wa Ta'ala.

- Nama Perusahaan : PT Radio Swara Citra Aditama
- Frekuensi : 720 KHz
- Converage Area : Bekasi, Bogor, Jakarta, Tangerang, Depok
- Format Station : Dakwah Islam, Informasi
- Jam Siaran : 24 Jam
- Slogan : Untuk Islam Yang Satu
- Call Sign : Ikhwan Akhwat
- Station Call : Rasil
- Gender : Perempuan dan Laki-laki
- Usia : 25 tahun ke atas
- Aktivitas Profil : Pelajar, Mahasiswa, Karyawan
- Musik : Lagu Religi
- Alamat Kantor : Jalan Masjid Silaturahmi No.36 Kalimanggis
Cibubur Bekasi
- Telepon (Office) : 02184310346
- Telepon Marketing : 02184310346
- Format Siaran : Siaran Kata 60%
Murottal 35%
Lagu 5%

4.1.2 Visi dan Misi Radio Silaturahmi

Visi:

“Menjadi Radio yang Informatif, Inspiratif, dan Edukatif agar dapat mempersatukan dan memperdayakan potensi ummat untuk kejayaan islam dan keutuhan Negara Republik Indonesia”

Misi:

1. Menyampaikan siaran yang informatif, inspiratif, dan edukatif
2. Menyampaikan Pendidikan islam
3. Menginformasikan perkembangan dunia islam
4. Membumikan Al-Quran dengan Murottal dan terjemahannya.
5. Mempererat kebhinekaan bangsa

4.1.3 Logo Radio Silaturahmi



Gambar 4.1 Logo Radio Silaturahmi
(Sumber: Radio Silaturahmi)

4.1.4 Program Siaran Radio Silaturahmi

Secara umum pembagian waktu siaran terbagi dalam empat bagian, yaitu; pagi, siang, sore, malam. Pembagian waktu siaran ini disesuaikan dengan kebiasaan dan kesukaan pendengar. Baik dari bahan dalam bentuk berita, ceramah, dialog interaktif, penyajian informasi dan sebagainya.

Tabel 3.3 Program Siaran Radio Silaturahmi

NO	Program Siaran	Waktu Penayangan
1.	Murrotal AL-Quran	12:00 - 4:00 am
2.	Tahsinul Qur'an	5:00 - 6:00 am
3.	Renungan Dibawah Naungan Al-Quran	5:00 - 6:00 am
4.	Psikologi Keluarga	6:00 - 7:25 am
5.	Hikmah Pagi	6:00 - 7.30 am
6.	Kajian Kitab Tasawuf	6:30 - 7.30 am
7.	Kajian Quran Pagi	6:00 - 8.30 am
8.	Topik Berita	7:30 - 9:00 am
9.	Tanya Jawab Bersama Asatidz Rasil	9:00 -10:30 am
10.	Ekonomi Islam	9:00 – 10:30 am

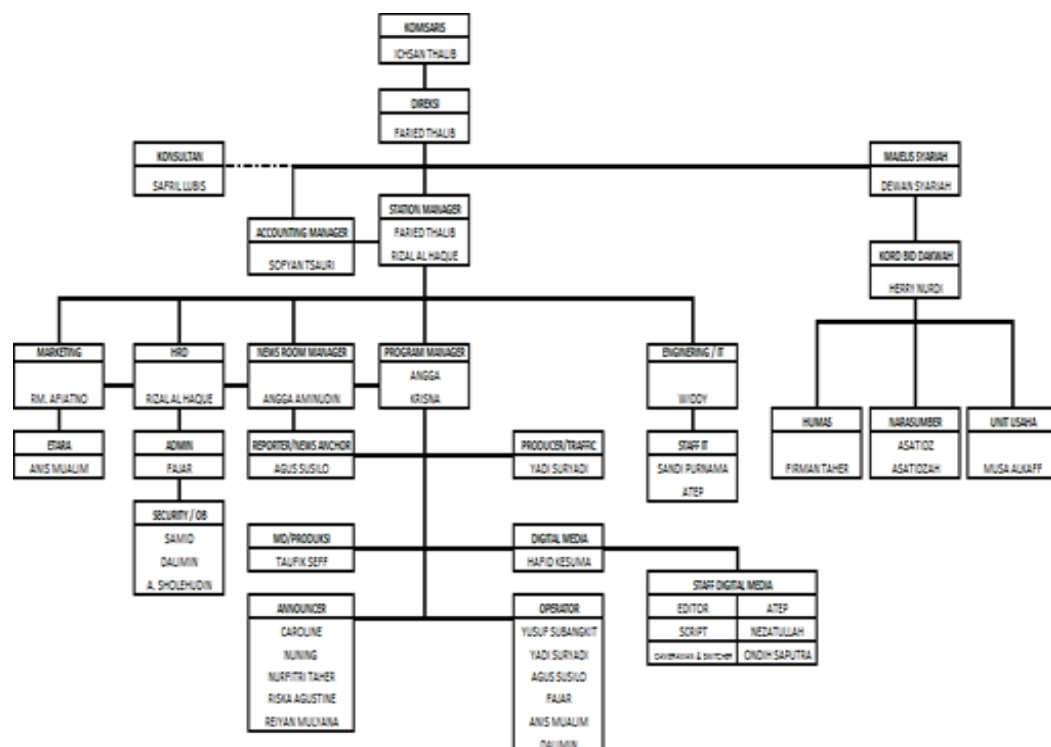
11.	Taushiyah Pagi	9:00 – 10:30 am
12.	Bincang Silaturahmi	9:30 – 11:00 am
13.	Kesehatan Islami	10:00 – 11:30 am
14.	Warta Berita Siang	12:00 - 13:00 am
15.	Sirah Nabawi	1:00 – 2:30 pm
16.	Tausiah Siang	1:00 – 2:30 pm
17.	Mualaf Talk	1:00 - 2:30 pm
18.	Ruang Kesehatan	1:00 – 2.30 pm
19.	Fiqih Wanita	1:00 – 2:30 pm
20.	Bedah Buku	1.00 – 2:30 pm
21.	Tausiah Sore	4:00 – 5:30 pm
22.	Tausiah Malam	8:00 – 9:30 pm
23.	Warta Berita Malam	9:30 – 10:00 pm
24.	Renungan Dibawah Naungan Al-Quran	10:00 – 11:00 pm
25.	Murrotal AL-Quran	11:00 – 11:59 pm

(Sumber: Radio Rasil)

4.1.5 Target Audience Silaturahmi

Rasil 729 AM memiliki target *audience* dari kalangan dewasa hingga lanjut usia. Hal tersebut karena program yang disiarkan di radio Rasil acara dakwah, kajian, Kesehatan Islami hingga berita dengan narasumber kredibel di bidangnya agar pendengar tidak bosan meninggalkan siaran.

4.1.6 Struktur Organisasi Radio Silaturahmi



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Radio Silaturahmi
(Sumber : Company Profile Radio Silaturahmi)

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pembagian kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa, jadi ada satu pertanggung jawaban yang sudah diberikan.

Radio Silaturahmi memiliki sistem organisasi yang terstruktur dengan baik. Perusahaan ini dipimpin oleh komisaris, Direksi, Konsultan, Majelis Syariah, Station Manager, Accounting Manager, Kord Bid Dakwah, Marketing, HRD, News Room Manager, Program Manager, Engineering/IT, Admin, Reporter, Producer, Staff IT, Humas, Narasumber, Unit Usaha, Security, MD/Produksi, Digital Media, Staff Digital Media, Announcer, dan Operator. Di setiap susunan organisasi ini memiliki tugas dan peranan yang berbeda-beda, namun tetap memiliki tujuan yang sama.

- 1) Komisaris bertanggung jawab memberikan perintah pada perusahaan, dengan berbagai kebijakan dan tujuan yang luas dari Perusahaan atau organisasi yang dipimpinnya. Memiliki hak untuk mendukung, memilih, mengangkat bahkan memberikan penilaian pada kinerja direksi-direksi Perusahaan yang dipimpinnya.
- 2) Direksi bertanggung jawab menjamin serta mengusahakan berjalannya kegiatan dan usaha Perusahaan sesuai dengan maksud dan tujuannya, menyusun rencana pengembangan sebuah Perusahaan, rencana kerja dan anggaran tahunan, dan juga termasuk rencana lainnya yang memiliki hubungan dengan pelaksanaan kegiatan serta usaha Perusahaan
- 3) Konsultan bertanggung jawab memberikan nasihat/konsultasi pada Perusahaan atau organisasi, merumuskan dan rekomendasi Solusi, membantu memberikan panduan Perusahaan, meningkatkan profit Perusahaan, dan mengevaluasi kelebihan dan kekurangan.
- 4) Majelis Syariah bertanggung jawab menumbuhkan kembangkan penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan siaran agar sesuai dengan khaidah.
- 5) *Station Manager* bertanggung jawab pengambilan Keputusan tertinggi dalam setiap hal yang menyangkut pengambilan Keputusan yang bersifat teknis operasional, melakukan fungsi koordinasi dari seluruh departemen yang ada diperusahaan.
- 6) *Accounting Manager* bertanggung jawab mengatur jadwal operator dan sebagai koordinasi operator jika siaran langsung, mengkoordinasi absensi penyiar, memeriksa bahan siaran *rundown*
- 7) Kord Bid Dakwah bertanggung jawab menyusun dan merevisi rencana kerja dan anggaran bidang dakwah, mengelola dan mengontrol aktivitas dakwah.
- 8) Marketing bertanggung jawab merancang strategi pemasaran, melakukan riset pasar, mengelola hubungan dengan pendengar.
- 9) HRD bertanggung jawab menyusun dan memperbarui kebijakan, menegakan tindakan disipliner, menjaga catatan karyawan.
- 10) *News Room Manager* bertanggung jawab terhadap seluruh kinerja sektor pemberitaan seluruh radio, menilai kelayakan siaran pemberitaan, sekaligus coordinator produksi pemberitaan, mulai dari perencanaan, reportase sampai penyiaran berita.
- 11) Program Manager bertanggung jawab mengawasi output dari radio terutama menyangkut kepenyiaran, produksi dan musik keseluruhan, memberikan bimbingan kepada penyiar dan operator menyangkut format, misi dan visi radio.

- 12) *Engineering/IT* bertanggung jawab merencanakan, mengembangkan IT radio, memeriksa peralatan komputer dari kerusakan baik *software* maupun *hardware*.
- 13) *Admin* bertanggung jawab menerima dan mengerjakan serta mengawasi semua keperluan administrasi secara umum, baik dari manager, kepala siaran maupun personel lainnya seperti penawaran, proposal, permohonan, dan sebagainya, hal surat menyurat keluar dan ke dalam dan langsung mengarsipkan, memeriksa jadwal penyiar, bukti siar, data siar iklan dan materi iklan.
- 14) *Reporter* bertanggung jawab melaksanakan proses pembuatan berita, menulis berita.
- 15) *Producer* bertanggung jawab mengembangkan konten serta menulis materi untuk skrip penyiar dan artikel pada situs resmi stasiun radio, mencari narasumber yang berpotensi untuk diwawancara oleh penyiar.
- 16) *Staff IT* bertanggung jawab membuat database masalah lalu lintas, masalah music (biografi penyanyi, pemusik, lagu, dan lain-lain), memasukan dan mentranfer lagu-lagu yang dibutuhkan.
- 17) *Humas* bertanggung jawab menerima keluhan pendengar dan meneruskannya kepada pimpinan radio serta memberikan tanggapan terhadap pendengar, mengelola dan menganalisa kotak saran internal dan eksternal.
- 18) *Narasumber* bertanggung jawab memberikan informasi akurat, menjelaskan secara komprehensif, menjawab pertanyaan, dan memberikan pandangan ahli.
- 19) *Unit Usaha* bertanggung jawab mempromosikan dan mempresentasikan konsep dan program radio kepada klien atau pihak-pihak yang dipandang potensial, bersama divisi produksi menyusun rencana pemasaran.
- 20) *Security* bertanggung jawab pengamanan dan menciptakan kesan aman dan damai untuk pendengar yang ingin langsung datang ke radio.
- 21) *Produksi* bertanggung jawab penyusunan, pengerjaan dan pengawasan bidang produksi seperti : smash, jingle, spot iklan, recording, dan lain-lain, berkoordinasi dengan penyiar menyusun materi siar.
- 22) *Digital Media* bertanggung jawab mengawasi dan melaporkan kepada sekretaris dan keuangan batas awal dan akhir penayangan iklan, mempromosikan dan menjual produk radio dalam bentuk iklan.
- 23) *Announcer* bertanggung jawab memilih konten program yang akan disiarkan.
- 24) *Operator* bertanggung jawab mempersiapkan serta mengoperasikan keseluruhan peralatan teknis radio, mulai dari peralatan studio siar, antenna, dan sebagainya.
- 25) *Staff Digital Media* bertanggung jawab melakukan survey pendengar dan pelanggan terhadap efektifitas dan efisiensi target radio.

4.2 Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi

Penyiar radio harus membutuhkan strategi-strategi khususnya agar program acara berjalan lancar dan program tetap bertahan. Penyiar pada program Topik Berita di Radio Silaturahmi membuktikan strategi-strategi yang sangat matang serta terencana dengan baik oleh penyiar maupun program directorynya sebab dengan kerja sama dari mereka dapat menghasilkan tayangan serta materi yang ada di radio rasil ini menjadi sangat menarik dan dapat menarik pendengar. Dalam penelitian kali ini, peneliti akan meneliti bagaimana strategi yang digunakan penyiar radio

Silaturahmi dalam meningkatkan jumlah minat pendengar pada program Topik Berita menggunakan strategi lima strategi yang diterapkan untuk meningkatkan jumlah minat pendengar itu sendiri.

Lima strategi yang sudah diterapkan oleh Susan Tyler Eastman ialah Strategi Kesesuaian (*compatibility*), Strategi Pembentukan Kebiasaan (Habbit Information), Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*), Strategi Penyimpanan Sumber-Sumber Program (*Conservation of program resources*), Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*). Sehingga dari teori tersebut, cara bagaimana untuk mengetahui strategi-strategi yang diterapkan oleh Rasil dalam meningkatkan jumlah minat pendengar topik berita. Adapun strategi-strategi yang diterapkan dalam pembahasan berikut ini, yaitu:

4.2.1 Strategi Kesesuaian (*compatibility*)

Radio siaran dapat membuat program sesuai dengan kegiatan para pendengarnya dan selalu mengembangkan acaranya dari waktu ke waktu. Dan juga dari pihak jajaran manajemen harus paham dengan sifat pendengar yang menjadi salah satu targetnya, seperti usia pendengar, jenis kelamin, tingkat pendidikan, hobi, hingga gaya hidup para pendengarnya.

Penyesuaian yang dilakukan radio silaturahmi pertama melalui tahapan riset terlebih dahulu kepada pendengarnya sehingga ada kriteria atau target yang mereka sasar. Sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan program director radio rasil, Angga Aminudin:

“Tahap awal tuh sebagai program director tuh menentukan perencanaan dulu, pertama kita harus riset soal rencana penyiaran kedepannya tuh mau kayak gimana, baru setelah itu gua nentuin siapa nih pembawa acara, hari ini narasumbernya siapa, baru dah setelah itu nentuin mau ditayangin jam berapa. kita juga nentuin tuh tema harian, tema mingguan, sampai tema bulanan. Disini kan radio kita radio islam selaku program director juga nentuin mau ngundang narasumbernya dari ustad mana, siapa namanya kredibilitasny cocok enggakny dengan tema hari ini. Nah itu kalau yang harian, buat yang mingguan biasanya siara-siaran berita. tapi kalau berita tuh harus ada perencanaan kayak hari ini mau angkat berita apa yang pasti sih berita yang lagi banyak diomongin”.

Berbekal dari riset pendengar yang sudah dilakukan, maka muncul beberapa minat pendengar itu sendiri yang bisa dijadikan patokan pendengar radio silaturahmi itu sendiri, Seperti yang sudah disampaikan oleh bapak Angga Aminudin:

“Sebenarnya nih enggak begitu tau berapa yang pastinya, tapi yakin bahwa program topik berita dapat meningkatkan jumlah pendengar dan kita juga mempertahankan pendengar setia yang sudah lama mendengarkan radio rasil. bisanya gua juga nanya ke pendengar pada saat acara Off Air ketemu para pendengar kekurangannya apa kelebihanannya nah kita tampung buat kebaikan radio kita juga”.

Hasil penyampaian bapak Angga Aminudin mengenai dampak peningkatan minat dari pendengar itu sendiri, seperti ungkapan dari bapak Angga :

“Sangat terlihat ketika kita atur rundown-nya di program prime time dan regular itu perbedaannya terlihat lebih banyak. Misalkan kalau di program prime time itu interaktifnya Tapi kita coba di waktu regular, misalkan jam 1 siang, itu dikit, turun jam segitu kan jamnya orang sibuk aktivitas kan pasti mereka fokus kerja, itu kelihatan gitu, jadi bagaimana mengatur rundown program ini, jadwal acara ini”.

Penyampaian mengenai target pendengar bisa diarahkan bahwa pendengar dari radio Rasil itu sendiri ialah segala umur, seperti ungkapan dari pak Angga:

“Sebetulnya radio rasil kan kita genrenya pendengar dewasa iya, udah tau nih pendengar-pendengar kita khususnya dewasa dan kita juga menyeleksi materi berita-berita yang memang dibutuhkan oleh pendengar-pendengar kita yang dewasa. Jadi caranya sih tidak ada yang special iya, cuman tadi penyampaian disana ada komentar-komentar berita yang saya bawaan kita lengkapi dengan menghubungi narasumber-narasumber atau kita lengkapi fakta-fakta yang lain”.

Bisa disimpulkan bahwa radio silaturahmi benar-benar melakukan survei untuk mengetahui target dan minat yang dicari, mereka sangat menyesuaikan keinginan para pendengar mereka maupun orang-orang yang baru mengikuti radio Rasil.”

4.2.2 Strategi Pembentuk Kebiasaan (*Habbit Information*)

Pembentukan kebiasaan ialah membentuk kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi secara seksama. Radio Silaturahmi pun membentuk kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program, seperti yang diungkapkan oleh bapak Angga Aminudin:

“Kita secara umum sebenarnya sama menggunakan konsep kayak radio-radio lainnya dalam jadwal itu. Ada istilahnya itu jam sibuk, jam padat, jam prime time atau jam biasa. Nah ini untuk khusus program-program yang unggul, Kita menyesuaikan dengan jam padat, jam sibuk, sama jam prime time. Kalau jam prime time itu rasil ini antara jam 6 pagi sampai jam 9 pagi, itu kan jam orang aktivitas baru berangkat dari rumah, dan kita menyasar itu memang mereka yang menggunakan mobil. Karena pendengar radio itu masih banyak yang mereka mendengarkan di mobil,. Jam prime time kita menyasar pendengar yang kira-kira bisa kita masukan siaran-siaran ini di waktu aktivitas mereka. Kalau sudah jam 9 atau jam 10 ke atas mereka sudah fokus kerja itu biasanya kurang tuh. Nah jam prime time kedua biasanya kami jam sore dan malam, soalnya sore ketika orang pulang makanna ada tangisnya sore, di malam kita ada wartar hasil malam, berita-berita

malam. Orang-orang mau tidur, mau istirahat, ya dengar radio dulu, nah ini kita ngelola rundownnya itu, betul-betul melihat mana yang prime time, mana waktu regulernya”.

Cara Radio silaturahmi gunakan agar pendengar tidak meninggalkan program topik berita, seperti ungkapan dari pak Angga:

“itu sih diluar dari kemampun kita iya, Cuma kita serahkan ke pendengarnya masih mau mendengarkan atau tidak. Tapi kita juga punya cara agar pendengar tetap mendengarkan siaran kita dimana kita mempunyai cara salah satunya kita pasti membacakan mantion dari pendengar pada saat siaran itu berjalan, pasti kita bacakan apa isinya kita kasih tau pendengar itu sih strategi kita buat mempertahankan mereka”.

Dari Kesimpulan diatas bahwa Radio Silaturahmi cara mengetahui agar para pendengar hafal dengan jadwal program topik berita yang sudah diatur.

4.2.3 Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (Control of Audience Flow)

Kontrol arus pendengar ini bisa dilakukan dalam rangka memaksimalkan para pendengar yang mengikuti program dari satu program ke program lainnya, dan untuk mencegah pendengar memilih frekuensi lain dan mempertahankan untuk tetap di saluran tersebut dengan menyajikan program maupun siaran yang berbeda dari radio lainnya.

Cara bagaimana Radio Silaturahmi mencegah pendengar tidak berpindah ke frekuensi. Dengan membuat program unggulan dan berbeda dari siaran radio lainnya, seperti yang disampaikan oleh Rizal Al-Haque:

“ya kalau untuk topik berita ya Alhamdulillah dari berbagai program yang ada di rasil, Nah untuk mengontrol arus pendengar sebetulnya sih kita tidak bisa ya, tidak bisa mengatur atau mengontrol gitu ya, itu dikembalikan lagi kepada pendengar. Narasumber-narasumber yang kita hadirkan via telepon itu juga membuat pendengar itu bertahan. Tidak sedikit kita bertemu dengan pendengar ya ngobrol ngobrol misalnya mengetahui saya dari penyiar rasil mereka menyampaikan saat itu program acara topik berita ini sedang berlangsung si pendengar ini enggak mau meninggalkan, bahkan ketika di mobil, radio mobilnya belum dimatikan, meskipun sudah sampai tujuan, kadang-kadang enggak mau turun dulu sampai topik beritanya selesai”.

Pendapat ini pun diperkuat dengan adanya pendapat dari penyiar yaitu bapak Ihsan Al-Haque yang menjelaskan:

“Yang pasti sih konsisten ya, itu penting, konsiten dalam menjaga jam siaran kita gitu konsisten, karena ketika kita enggak konsisten misalnya dalam artian satu dalam satu minggu ada tiga kali bolong nah itu juga akan mempengaruhi pendengar yang biasanya mendengarkan kita giu. Walaupun memang program tersebut berjalan dengan penyiar

pengganti, tapi tetap itu juga berpengaruh jadi konsiten itu perlu banget di siaran ini gitu loh.”

Pendapat dari pendengar radio Rasil pun memperkuat pendapat dari para penyiar Radio Silaturahmi, seperti yang disampaikan oleh ibu Nurul Jubaidah:

“Iya itu kalau radio lain itu masalahnya kan cuma agama tok, kalau Rasil itu mencakup semua-semuanya makannya saya senang dengar itu. Rasil netral, itu orang radio netral, dan Rasil enggak macam-macam, enggak hanya satu topik semuanya mencakup masalah ekonomi terus masalah perjuangan terus. Saya senangnya begitu, makannya saya terus mendengarkan, terus mengikuti.”

Hasil penyampaian penyiar bisa disimpulkan bahwa dalam mengatur arus pendengar, membutuhkan beberapa cara agar mereka tetap mendengarkan radio Rasil, mulai dari mendatangkan narasumber yang ahli dibidangnya, konsisten pada jadwal siaran, membuat mereka tetap konsisten dalam menjalankan siaran sehingga para pendengar tidak beralih ke saluran lain:

4.2.4 Strategi Penyimpanan Sumber Program (Convervation of Program Resources)

Penyimpanan sumber program ini bermaksud agar program bisa digunakan suatu saat nanti, tapi tentu saja dengan penyajian yang berbeda. Radio Rasil pun mereka melakukan penyimpanan sumber program, entah itu berapa materi maupun program yang disiapkan kedepannya, seperti yang diungkapkan pak oleh Angga:

“Kalau itu sih biasanya ada sih iya, diantaranya kita ada rapat redaksi rapat mingguan disana ada juga breffing pagi biasanya kita bahas berita-berita di pekan ini atau di hari ini yang akan kita angkat. Narasumber siapa yang kita hubungi ahli-ahli yang mana yang kita akan menggali informasi terkait berita-berita tersebut. Untuk materi-materi kita selalu ikut trendnya saat ini tuh apa iya, kita tuh bawanya kemana gitu, terus dari sisi beritanya mau seperti apa yang lagi banyak diomongin banyak orang”.

Setiap penyimpanan materi yang dapat dikembangkan nantinya menjadi sebuah program untuk hari berikutnya, seperti yang disampaikan oleh pak Angga

“Kita itu menyimpan materi itu semuanya kalau siaran kan terekam iya, apalagi kalau KPI itu ada aturan memang dalam aturan laporan tahunan biasanya ada rekaman siaran, selain sebagai dokumentasi kita juga biasanya rekaman itu kita produksi lagi. Contoh rekaman topik berita dialog dengan tokoh nah itu kita rekam kita produksi lagi itu di jadikan program lain, biasanya itu untuk program youtube iya.”

Bisa disimpulkan bahwa dari program director sendiri selalu mengadakan rapat direksi, rapat mingguan dengan tujuan untuk mengetahui keinginan

pendengar, materi apa yang lagi ramai diperbincangkan banyak orang saat ini, sehingga para pendengar tidak jenuh dan tidak beralih ke radio lain.

Pada tahap ini penyiar harus bisa membuat materi serta sumber daya lainnya untuk membuat program Topik berita tetap berjalan dan berkelanjutan guna menjaga kualitas siaran dan operasional stasiun radio, seperti yang disampaikan oleh pak Rizal:

“Agar topik berita berjalan kalau untuk materi sendiri biasanya kita ambil dari beberapa referensi, kita ambil dari media cetak atau media online, namun kita tidak hanya terpaku dari media-media tersebut. Misalnya ada berita tersebut enggak sesuai dengan fakta kita buat ulang tuh sesuai fakta yang ada. Sebelum siaran kita juga pasti mencari berita-berita yang update misalnya sudah menemukan kita kumpulkan jadi satu. Berita mana yang kita siarkan dihari itu juga pasti kita pilih sesuai banyaknya pendengar cari.”

Dari program director memastikan penyiar harus up to date terhadap berita yang lagi viral maupun dengan narasumber yang kredibilitasnya sesuai dengan ahlinya agar bisa disiarkan setiap harinya.

4.2.5 Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*)

Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan sebab stasiun siaran mendapatkan keuntungan dengan cara yang semaksimal mungkin untuk menarik para pendengar dengan cara membuat suatu acara menjadi semenarik mungkin dan yang pasti harus sesuai dengan keinginan pendengar.

Pada pemaparan dari Radio Silaturahmi dan penyiar harus mengetahui dan memperhatikan minat dan kesukaan dari para pendengar, seperti yang dikemukakan oleh pak Angga:

“Kita sangat memperhatikan bagaimana minat pendengar terhadap program yang kami siapkan, biasanya kita survei ke pendengar topik berita kekurangannya apa kelebihanannya apa biar mereka sampaikan ke kita. Hasil dari survei ternyata topik berita itu responnya paling banyak apalagi di zaman modern ini dimana kita juga dibantu oleh media sosial kayak Instagram, Facebook, Youtube yang mempermudah pendengar untuk mendengarkan acara topik berita. ada juga program kita yang tidak diminati sampai-sampai berhenti, karena memang minatnya sedikit”.

Pendapat itu pun diperkuat oleh penyiar Radio Silaturahmi pak Rizal yang mengatakan:

“jawabannya hampir sama yang tadi iya, salah satunya yang utama narasumber yang berkompeten yang berefek kepada pendengar yang membuat pendengar bertahan bahkan bertambah. Sebelumnya kita di awal-awal tidak menghadirkan narasumber di acara topik berita menghadirkan tuh dari telepon tidak langsung ke studio. Kita anggap sepertinya sangat monoton hanya baca berita dikomentarin udah gitu

selesai, tapi ketika kita menghadirkan narasumber lewat telepon membuat topik berita itu lebih menjadi hidup lebih tidak monoton ada hal baru yang didapatkan oleh para pendengar tidak hanya dari pembacaan berita ada juga dari statement-statement ahli baik dari yang menyoroti berita yang kita sampaikan atau tema lain itu yang menjadi luar biasa”.

Hasil dari wawancara diatas bisa disimpulkan bahwa cara menarik minat massa dengan dialog interaktif kepada narasumber yang sudah dihadirkan narasumber yang berkompeten atau ahli dibidangnya itu salah satu daya tarik pendengar.

4.3 Hambatan Yang Dihadapi Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi

Dalam upaya meningkatkan jumlah pendengar pada program topik berita di Radio Silaturahmi mengalami berbagai macam hambatan. Beberapa hambatan utama yang menghalangi program topik berita dalam meningkatkan jumlah minat pendengar seperti yang dikemukakan oleh pak Rizal selaku penyiar Radio Silaturahmi:

“kalau hambatan sebetulnya tidak ada hambatan yang berarti iya pada program topik berita ini cuman kadang-kadang narasumber yang kita undang berhalangan atau tidak bisa dihubungi itu salah satu menjadi hambatan kita akhirnya kita sudah menyiapkan durasi berita acara satu setengah jam akhirnya kadang-kadang berkurang. kita di waktu yang singkat akhirnya agak susah mencari penggantinya dari narasumber yang kita ajak dialog, dan berita pun udah kita padatkan sekian kadang-kadang seperti itu hambatan juga. Mungkin dari materinya juga kita mengutip dari sumber-sumber lain tidak terlalu sulit cuman ketika kita ingin mengangkat satu berita yang penting nih untuk para pendengar kita tidak dapat berita dari sumber berita yang menurut kita baik, ah ini berat sebelah nih kadang-kadang ada yang seperti itu tidak caverboxsite itu juga menjadi hambatan juga sih kadang-kadang mungkin salah satunya kita yaudah mencari narasumber yang terkait berita kali ini yang ahli dibidangnya.”

Berdasarkan wawancara diatas hambatan yang terjadi pada radio Silaturahmi sebetulnya tidak ada hambatan yang berarti Cuma kadang narasumber yang kita hadirkan mendadak mengabarkan tidak bisa hadir. Pendapat ini perkuat dengan pendapat dari penyiar pak Rizal:

“ada beberapa hambatan, salah satunya adalah hambatan internal itu yang terjadi biasanya gangguan teknis seperti gangguan alat, lalu juga human error suka terjadi. Kalau faktor dari luarnya ada beberapa program berita kita menghadirkan narasumber itu ketika mau siaran narasumber itu mendadak tidak bisa hadir, makannya itu kita mencari pengganti wah itu susahnya minta ampun kalo narasumbernya biasa di cancel iya itu merupakan hambatan-”

hambatan. karena rasil topik berita ini terkenal dialog tokohnya ketika tidak hadir turun tuh peminatnya. selain kendala teknis karena kita siaran streaming kalau pagi gangguan internet.”

Hasil wawancara yang diatas selain dari hambatan narasumber yang mendadak tidak bisa hadir, Adapun hambatan teknis seperti kendala gangguan alat, lalu juga human error yang sering terjadi.

Solusi yang diberikan untuk menutupi hambatan-hambatan yang terjadi dalam menjalankan pada program topik berita seperti yang dikatakn oleh pak Angga selaku Program director:

“solusinya iya paling kita memperbanyak lagi database dari narasumber siapa nih yang akan kita undang, kita juga bekerja sama dengan wartawan senior iya mungkin dia mempunyai banyak jaringan yang cukup banyak, terkait politik narasumbernya siapa nih, temanya mau kayak apa kita tentuin tuh. Sebagian besar sih kita juga mengutip dari media-media online sampai kita juga membuat liputan sendiri iya itu memang enggak gampang iya, selain itu juga banyak faktornya salah satunya iya jam siaran kita padat, iya itu hal yang tidak mudah untuk liputan.”

Berdasarkan wawancara diatas solusi yang diambil Radio Silaturahmi untuk mengatasi hambatan pada program topik berita beberapa support dari wartawan senior yang mempunyai jaringan cukup luas dengan narasumber yang berkompeten dibidangnya. Adapun solusi yang diberikan oleh pak Rizal selaku penyiar sebagai berikut:

“kalau dari sisi perangkat kaitannya dari internet kita siapin back up, kita tidak bisa menggunakan satu provider, bahkan kita menggunakan tiga provider kalau ada gangguan streaming, gangguan internet kalau interaktif ini selalu menjadi hambatan yang sering terjadi kalau dulukan menggunakan telepon biasa, teleponnya keluar negeri sekarang kita menggunakan whatsapp kalau sinyalnya lagi jelek putus, atau sih narasumber misalkan lagi diluar kota biasanya solusinya adalah kita menyiapkan beberapa nomer itu kan kendala teknis. Kalau Solusi narasumber kita ada back up di malam sebelumnya kita ada perencanaan sih narasumbernya kan ketika mau siaran harus konfirmasi ketika sehari sebelumnya terkonfirmasi tidak bisa kita terus cari narasumber lain dengan jaringan rasil.”

Hasil wawancara diatas solusi dari beberapa hambatan melakukan evaluasi rutin setiap minggu untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah yang muncul pada setiap program Radio Silaturahmi. Acara program juga perlu terus diperbarui dan dibuat lebih menarik serta kreatif agar tetap menarik bagi para pendengar.

4.4 Triangulasi

Triangulasi, Diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

Uji keabsahan data peneliti gunakan adalah menggunakan triangulasi. Peneliti melakukan perbandingan strategi penyiar dalam meningkatkan jumlah minat pendengar yang diterapkan oleh Radio Silaturahmi dengan radio Rodja, Yang dilakukan melalui wawancara informan Radio Silaturahmi yaitu Agung Aminudin selaku program director Radio Silaturahmi, dan Rizal Al-Haque selaku penyiar radio Rasil. dan melakukan wawancara informan Rodja 756 AM yaitu Muhammad Krisna selaku program director radio Rodja dan Ahmad Sukron selaku penyiar radio Rodja. Alasan mengapa peneliti melakukan perbandingan terhadap dua stasiun radio berbeda antara Radio Silaturahmi dan Radio Rodja 756 AM. Karena mereka memiliki program yang sama yaitu program berita dan salah satu program unggulan dari dua stasiun radio tersebut yang memiliki pendengar yang cukup banyak di wilayah Jabodetabek.

Segi penerapan strategi dalam meningkatkan jumlah minat pendengar, Radio Silaturahmi dan Radio Rodja tidak berbeda jauh, ada lima strategi penyiar yang digunakan dua stasiun radio antara lain yaitu strategi kesesuaian, strategi pembentukan kebiasaan, strategi pengontrolan arus pendengar, strategi penyimpanan sumber-sumber program, dan strategi daya penarik massa.

1. Strategi kesesuaian (*compatibility*)

Alasan-alasan tersebut dibenarkan oleh pak Krisna selaku Program Director Radio Rodja. Sumber-sumber triangulasi pada penelitian ini yaitu mewawancarai program director Rodja yang bernama Muhammad Krisna, dengan pengalaman beliau sudah berada di rodja selama 15 tahun hingga saat ini. Memulai wawancara pada 25 Desember 2024.

“Penyesuaiannya berarti dari program yang mana dibuat supaya juga diterima sama pendengar; jadi yang enggak aneh-aneh maksudnya yang masih ada dijalur dunia penyiaran gitu, mungkin penyesuaiannya diletak bahasanya, kita juga enggak bisa asal sembarangan karena udah ada regulasi dan kebijakannya gitu. Dari program disesuaikan dengan target pendengar kita atau segment pendengar kita disesuaikan, kalau memang di Rodja AM kan pendengarnya itu luas iya, dari kalangan anak muda hingga dewasa, jadi kita menyesuaikan aja kira-kira materi mana yang semuanya bisa diakomodir. Cari di tengah-tengah, tapi kalau pun enggak seperti itu kita paling kadang kita switch misalkan mungkin di jam pertama kita kejar dulu yang dewasa, di jam kedua mungkin kita kejar program acara yang khusus untuk anak muda. Pokoknya intinya gimana cara semua pendengar terakomodir untuk bisa mendengarkan program di Rodja AM.”

Perbandingan antara Radio Silaturahmi dengan Radio Rodja 756 AM untuk kesesuaian ialah Rasil melakukan perencanaan program seperti hostnya siapa, narasumbernya siapa, dan mau mengangkat berita apa, sedangkan Rodja 756 AM

membuat program yang disesuaikan dengan yang diinginkan oleh para pendengarnya.

2. Strategi Pembentukan Kebiasaan

Menjalankan sebuah program siaran dan bisa membuat para pendengarnya terbiasa dengan alur dari radio itu sendiri bukan suatu hal yang cukup mudah, butuh beberapa tahapan yang dilakukan agar para pendengar bisa terbiasa dengan alur yang sudah dibuat. Seperti yang disampaikan oleh pak Muhammad Krisna:

“Karena kita tuh punya pakem-pakem sendiri, setiap radio kan punya pakem-pakem sendiri iya, jadi untuk rundown nya tergantung masing-masing. Tapi kalau menurut saya sendiri kayaknya karena radio ini istilahnya tuh siaran yang linear, jadi orang tuh ya kalau mau mendengarkan kita dia pasti sudah hafal jam siaran kita, saya rasa sih pendengar akan bisa mengikuti selama rundown itu juga enggak macem-macem dan enggak aneh-aneh. Karena kalau dari rundown sebenarnya tidak ada yang gimana-gimana, semuanya dibandingi sama radio lainnya juga kayaknya sama-sama saja paling yang membedakan adalah isi segmentnya aja.”

Perbandingan diantara Radio Silaturahmi dengan Radio Rodja 756 AM dalam membentuk kebiasaan dari para pendengarnya ialah Rasil sebenarnya menggunakan konsep radio-radio lainnya dalam jadwal itu. Ada istilahnya itu jam sibuk, jam padat, jam prime time atau jam biasa. Sedangkan Rodja konsisten terhadap jam siarannya.

3. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar

Bisa dilihat bahwa radio Rodja 756 AM sangat menjaga arus dari para pendengarnya, sebab pendengar merupakan kunci sukses dalam sebuah penyiaran atau berjalannya sebuah siaran radio maka siaran radio pun tidak akan berjalan dengan lancar. Maka dari itu radio Rodja 756 AM pun mempunyai strategi yang diterapkan untuk menjaga pendengar agar tetap bertahan untuk mendengarkan siaran warta berita. seperti yang disampaikan oleh Ahmad Sukron:

“Untuk mempertahankannya selain soal ketepatan waktu, kemudian kita menyiapkan berita-berita yang memang sangat dibutuhkan oleh pendengar. Yang pasti konsisten menjaga jam siaran kita gitu, misalnya ada penyiar berhalangan jangan sampai mempengaruhi pendengar yang biasanya mendengarkan kita, walaupun memang program tersebut berjalan dengan penyiar pengganti atau mengganti dengan siaran rekaman, tapi tetap itu juga berpengaruh, jadi konsisten itu perlu banget di siaran.”

Perbandingan yang terlihat antara Radio Silaturahmi dengan Radio Rodja dalam pengontrolan arus pendengar ialah Radio Silaturahmi mengutamakan mengundang narasumber yang kredibilitas ahli dalam bidangnya, konsisten dengan jadwal siaran. Sedangkan Radio Rodja

menyiapkan materi yang memang dibutuhkan pendengarnya, soal ketetapan waktu sebagai alat untuk mengontrol arus pendengar.

4. Strategi Penyimpanan Sumber-Sumber Program

Untuk penyimpanan suatu materi yang bisa disampaikan maupun dibawa ke depannya oleh penyiar menjadi salah satu hal yang penting, itu juga yang diterapkan oleh penyiar radio Rodja, mereka selalu menyiapkan materi yang bisa disampaikan untuk menjadi sebuah materi pembahasan. Seperti yang disampaikan oleh Ahmad Sukron:

“Mengembangkan materi siaran berarti kita mencari berita yang memang lagi happening banget, untuk era sekarang saya melihatnya orang-orang tuh tertarik sama sesuatu yang lagi happening. Nah mungkin kita masuk kesitu, kita cari informasi berita atau obrolan yang memang digemari kebanyakan orang, supaya menggaet pendengar baru juga, mungkin ada pendengar oh Rodja sering bahas yang lagi ramai nih dan iya itu tadi cari obrolan-obrolan yang memang dekat dengan pendengar, jadi enggak ada Batasan antaran penyiar dan pendengar supaya pendengar merasakan kalau ini radio milik mereka. Dari rumah saja penyiar pasti mikirin, besok bahas apa, persiapannya juga enggak cuma rumah saja juga kadang kita siapkan materi-materi berita yang terbaru, karena kalau besok-besok sudah basi atau ketinggalan jadi penyiar tidak pernah menyimpan materi.”

Hasil perbandingan antara Radio Silaturahmi dengan radio Rodja dalam penyimpanan materi kurang lebih hampir sama, Radio Silaturahmi melakukan rapat direksi membahas mengenai materi atau berita apa yang akan dibawa di hari itu, sedangkan kalau radio Rodja tidak ada Batasan antara penyiar dan pendengar dan juga penyiar menyiapkan materi-materi yang lagi ramai dibicarakan banyak orang dan tidak pernah menyimpan materi untuk disiarkan hari itu atau besok.

5. Strategi Daya Penarik Massa

Terakhir ada strategi daya penarik massa, saat ini mengandalkan peran penyiar di dalamnya, sebab dengan strategi yang diterapkan oleh para penyiar diharapkan lebih banyak menarik massa pendengar. Dari pendengar lama maupun pendengar baru, seperti yang disampaikan oleh Ahmad Sukron:

“kalau ditanya bagaimana cara menarik massa mengolah materi siaran berarti kita mencari berita yang memang lagi up to date atau lagi happenin banget, biasanya kalau lagi happening untuk era sekarang saya melihatnya orang-orang tuh tertarik sama sesuatu yang lagi happening, nah mungkin kita bisa masuk kesitu, kita cari informasi atau berita yang memang lagi digemari sama orang-orang kebanyakan. Nah kita masuk disitu, supaya menggaet pendengar baru juga. Dengan cara seperti ditengah-tengah berita menyebut nama-nama pendengar yang kita siapkan, setiap hari sedikitnya 10 nama yang kita sebutkan buat para pendengar agar tidak bosan juga.”

Perbandingan yang sudah dilakukan dari radio Rasil dengan melakukan survei dengan pendengar setianya pada saat kopi darat menyebarkan angket untuk memberi masukan untuk kedepannya agar menarik atau layanan interaktif melalui media *whatsapp* dengan berita dan narasumber ahli dalam bidangnya. Sedangkan radio Rodja mencari berita happening membuat para pendengar tertarik dan setia mendengarkan radio Rodja.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan selama ini, serta pembahasan pada bab-bab sebelumnya mengenai Strategi Penyiar Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Pendengar Pada Program Topik Berita di Radio Silaturahmi, maka peneliti dapat menarik Kesimpulan, sebagai berikut:

1. Menurut Sydney W Head dalam (Eastman, S. T., & Ferguson, 2012). Ada lima elemen yang perlu diperhatikan dalam strategi penyiar yaitu menggunakan penyesuaian Tahap awal tuh gua sebagai program director tuh menentukan perencanaan dulu, pertama gua harus riset soal rencana penyiaran kedepannya tuh mau kayak gimana, baru setelah itu gua nentuin siapa nih pembawa acara, hari ini narasumbernya siapa, baru dah setelah itu nentuin mau ditayangin jam berapa.

Membiasakan Kita secara umum sebenarnya sama menggunakan konsep kayak radio-radio lainnya dalam jadwal itu. Ada istilahnya itu jam sibuk, jam padat, jam prime time atau jam biasa. Nah ini untuk khusus program-program yang unggul, Kita menyesuaikan dengan jam padat, jam sibuk, sama jam prime time.

Mengatur arus kontrol pendengar ya kalau untuk topik berita ya Alhamdulillah dari berbagai program yang ada di rasil, Nah untuk mengontrol arus pendengar sebetulnya sih kita tidak bisa ya, tidak bisa mengatur atau mengontrol gitu ya, itu dikembalikan lagi kepada pendengar. Narasumber-narasumber yang kita hadirkan via telepon itu juga membuat pendengar itu bertahan.

Menyimpan materi Kalau itu sih biasanya ada sih iya, diantaranya kita ada rapat redaksi rapat mingguan disana ada juga briefing pagi biasanya kita bahas berita-berita di pekan ini atau di hari ini yang akan kita angkat. Narasumber siapa yang kita hubungi ahli-ahli yang mana yang kita akan menggali informasi terkait berita-berita tersebut. Untuk materi-materi kita selalu ikut trendnya saat ini tuh apa iya, kita tuh bawanya kemana gitu, terus dari sisi beritanya mau seperti apa yang lagi banyak diomongin banyak orang.

Daya penarik massa Kita sangat memperhatikan bagaimana minat pendengar terhadap program yang kami siapkan, biasanya kita survei ke pendengar topik berita kekurangannya apa kelebihanannya apa biar mereka sampaikan ke kita. Hasil dari survei ternyata topik berita itu responnya paling banyak apalagi di jaman modern ini dimana kita juga dibantu oleh media sosial kayak Instagram, Facebook, Youtube yang mempermudah pendengar untuk mendengarkan acara topik berita. ada juga program kita yang tidak diminati sampai-sampai berhenti, karena memang minatnya sedikit.

2. Hambatan yang dihadapi dalam meningkatkan jumlah minat pendengar pada program Topik Berita di Radio Silaturahmi yaitu narasumber berhalangan atau tidak bisa dihubungi itu salah satu menjadi hambatan kita akhirnya kita sudah

menyiapkan durasi berita acara satu setengah jam akhirnya kadang-kadang berkurang. Padahal sudah disiapkan empat puluh untuk dialog itu menjadi hambatan juga ketika narasumber - narasumber tersebut ada kendala teknis tidak bisa dihubungi mungkin beliaunya berhalangan dan kita di waktu yang singkat akhirnya agak susah mencari penggantinya dari narasumber yang kita ajak dialog, dan berita pun udah kita padatkan sekian kadang-kadang seperti itu hambatan juga. Selain itu ada hambatan internal itu yang terjadi biasanya gangguan teknis seperti gangguan alat, lalu juga human error suka terjadi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti memiliki beberapa saran yang ingin disampaikan kepada Rasil, yaitu:

1. Radio Silaturahmi harus bisa meningkatkan konten-konten yang sekiranya bisa menarik minat pendengar terutama dari anak muda sebab saat ini anak muda mulai kembali tertarik dengan saluran radio.
2. Dalam mengatur arus pendengar diharapkan para penyiar lebih mampu menjaga konsistensi serta menyampaikan materi yang lebih segar untuk didengar sehingga minat pendengar diluar sana bisa bertambah.
3. Diharapkan para penyiar bisa menyimpan materi yang sekiranya bisa membangun keinginan para pendengar
4. Dalam menarik massa penyiar Radio Silaturahmi diharapkan bisa lebih interaktif dengan para pendengarnya, karena intensitas interaktif yang tinggi maka para pendengar dapat merasakan kehangatan serta kedekatan antara pendengar dengan penyiar dan itu bisa menambah minat dari pendengar baru.
5. Untuk menghindari hambatan seperti human error lebih baik sebelum melakukan siaran pihak radio rasil mengecek terlebih dahulu sarana dan prasarana yang ada untuk menghindari itu semua.
6. Kedepannya Radio Silaturahmi harus tetap konsisten dengan jadwal yang sudah diatur agar pendengar tidak meninggalkan dan beralih ke radio lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Dhamayanti, M. (2020). PEMANFAATAN MEDIA RADIO di ERA DIGITAL. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 82.
<https://doi.org/10.25077/rk.3.2.82-89.2019>
- Dwi Maharani. (2021). STRATEGI RRI (RADIO REPUBLIK INDONESIA) PALEMBANG MEMPERTAHANKAN MINAT PENDENGAR DI ERA DIGITALISASI PENYIARAN. No Title. *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan*, 4(1), 11. <http://ejournal.sumselprov.go.id/pptk/article/view/334>
- Eastman, S. T., & Ferguson, D. A. (2012). *Media Programming Strategies And Practices 9 Th Edition*. Boston: Wadsworth Publishing Company.
- Fatah Raden. (2016). *Pesan Dalam Proses Komunikasi*. 59.
[http://repository.radenfatah.ac.id/5121/3/BAB II.pdf](http://repository.radenfatah.ac.id/5121/3/BAB%20II.pdf)
- Feny Oktavia. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *Ilmu Komunikasi*, 4(1), 239–253. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/03/Jurnal Fenny Oktavian \(03-02-16-08-53-37\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/03/Jurnal_Fenny_Oktavian_(03-02-16-08-53-37).pdf)
- Hadi, I. P. dkk. (2021). *Buku ajar Komunikasi Massa*. [https://repositori.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku Ajar Komunikasi Bisnis \(ABKA 3208- 2 SKS\).pdf?sequence=1](https://repositori.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku%20Ajar%20Komunikasi%20Bisnis%20(ABKA%203208-2%20SKS).pdf?sequence=1)
- Hendra, T. (2019). Media Massa Dalam Komunikasi Pembangunan. *Jurnal At-Taghyir: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat Desa*, 1(2), 136–152. <https://doi.org/10.24952/taghyir.v1i2.1723>
- Kalis, D., Mukti, J., Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2023). *KONVERGENSI MEDIA DI ERA DIGITALISASI*.
- Kustiawan, W., Siregar, A. S. M. M., Nabila, F., Harahap, K. H., & Aini, L. (2022). Teori-Teori dalam Komunikasi Massa. *Jurnal Telekomunikasi, Kendali Dan Listrik*, 3(2), 41–45.
<https://agneslintangsari.wordpress.com/2019/11/19/teori-teori-dalam-komunikasi-massa/amp/>
- M Rahardjo. (2010). *Triangulasi dalam penelitian kualitatif*. repository.uin-malang.ac.id.
- Mahendra, R. (2021). *Strategi Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia Medan Dalam Menarik Minat Pendengar*.
<http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/14687>
- Morissan, *Strategi Manajemen Media Penyaran*. Jakarta, Kencana Prenanda Media Grup, 2020
- Miftah, M. (2019). Strategi Komunikasi Efektif Dalam Pembelajaran. *Jurnal Teknodik*, XII(2), 084–094. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v12i2.473>
- Novia, D. H., & Simbolon, B. R. (2019). Strategi Komunikasi Penyiar Radio Sla Fm 105.6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–13.
<http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/236>
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1),

90–95.

- Oktaviani.J. (2018). Persaingan Cetak Media Lokal dalam Memperebutkan Iklan di Yogyakarta. *Sereal Untuk*, 51(1), 51.
- Onong, U. E. (2019). Radio Sebagai Media komunikasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Rahayu, T. Y., & Dewi Katili, K. R. (2019). Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Makna (Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya)*, 4(1), 139–153. <https://doi.org/10.33558/makna.v4i1.1677>
- Saraswati. (2018). Pengaruh Skill Penyiar Radio Fatwa terhadap Minat Dengar Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Dan Kehumasan (JKPI)*, 2(2), 196–216.
- Sholihat, F. (2019). MASS COMMUNICATION Febrianti Sholihat. *Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bandung*.
- Trinoviana, A. (2017). Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 35–50. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss1.art3>
- Widiana, I. W. (2016). Pengembangan Asesmen Proyek Dalam Pembelajaran Ipa Di Sekolah Dasar. *JPI (Jurnal Pendidikan Indonesia)*, 5(2), 147. <https://doi.org/10.23887/jpi-undiksha.v5i2.8154>
- Wulan, S. N. (2017). Peran Kultur Sekolah dalam Membangun Motivasi Berprestasi Siswa di MAN 1 Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 41–51.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Informan Tambahan (Program Director)

1. Apa penyesuaian pertama yang dilakukan untuk membuat program siaran di Radio Silaturahmi?
2. Bagaimana cara mengelola rundown di Radio Silaturahmi agar para pendengar terbiasa dengan jadwal yang sudah diatur?
3. Apakah dengan rundown serta strategi yang diterapkan oleh para penyiar saat ini terlihat dampak peningkatan minat dari pendengar itu sendiri?
4. Apakah radio rasil memperhatikan perbedaan minat dan kesukaan dari para pendengarnya, berikan satu contoh dan tujuan dari program yang paling diminati dan paling tidak diminati?
5. Apa strategi yang anda gunakan untuk meningkatkan popularitas program?
6. Apakah program Radio Silaturahmi memiliki banyak pendengar? Berikan penjelasan tentang program topik berita?
7. Apa hambatan yang dihadapi program rasil dalam menjalankan program topik berita?
8. Solusi apa yang Radio Silaturahmi lakukan untuk menutupi hambatan yang terjadi pada program topik berita?
9. Seberapa besar efek program topik berita dalam meningkatkan jumlah pendengar Radio Silaturahmi?
10. Apakah program topik berita lebih efektif dibandingkan program lain dalam meningkatkan jumlah pendengar?
11. Bagaimana cara Radio Silaturahmi membuat materi serta sumber daya lainnya untuk membuat program topik berita berjalan?
12. Dibanding radio lainnya, apa yang menjadi pembeda antara Radio Silaturahmi dengan Radio lainnya?

Lampiran 2. Pedoman wawancara Key Informan (Penyiar)

1. Bagaimana anda mengembangkan kebiasaan pendengar pada program topik berita?
2. Apa strategi yang anda gunakan untuk mempertahankan pendengar?
3. Bagaimana anda mengontrol arus pendengar pada program topik berita?
4. Apa strategi anda gunakan untuk mempertahankan mereka?
5. Apakah program Radio Silaturahmi memiliki banyak pendengar? Berikan penjelasan tentang program topik berita?
6. Bagaimana anda menyimpan sumber-sumber program topik berita?
7. Apa strategi yang anda gunakan untuk mengembangkan materi-materi?
8. Bagaimana cara menyampaikan materi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar?
9. Bagaimana cara radio rasil membuat materi serta sumber daya lainnya untuk membuat program topik berita berjalan?
10. Seberapa besar efek program topik berita dalam meningkatkan jumlah pendengar Radio Silaturahmi?
11. Bagaimana cara anda untuk menarik massa pendengar pada program topik berita?
12. Bagaimana cara membuat pendengar radio rasil tidak akan meninggalkan program topik berita?
13. Apa hambatan yang dihadapi radio rasil dalam menjalankan program topik berita?
14. Solusi apa yang Radio Silaturahmi lakukan untuk menutupi hambatan yang terjadi pada program topik berita?

Lampiran 3. Pedoman wawancara Informan Tambahan (Pendengar)

1. sudah berapa lama anda mendengarkan Radio Silaturahmi?
2. Kemudian hal apa yang anda sukai mengenai program topik berita?
3. Apa yang anda ketahui tentang penyiar yang anda sering dengar?
4. Kemudian hal apa yang membuat penyiar tersebut bisa sering didengar oleh anda?
5. Dengan cara apa penyampaian materi maupun gaya bicara penyiar Radio Silaturahmi saat ini dapat meningkatkan daya tarik dari pada program topik berita sendiri?
6. Apa ciri khas yang dimiliki oleh penyiar Radio Silaturahmi yang tidak dimiliki oleh stasiun radio lainnya?
7. Apa bedanya program siaran saat ini yang anda sering dengar?
8. Yang terakhir, hal untuk kedepannya, apakah adanya perubahan yang dilakukan oleh penyiar dalam melakukan siaran?

Lampiran 4. transkrip wawancara Informan Kunci

Transkrip Wawancara Informan Tambahan

Nama : Angga Aminudin
Usia : 40 Tahun
Pekerjaan : Program Director Radio Silaturahmi
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tanggal Wawancara : 18 Desember 2024

1. **Apa penyesuaian pertama yang dilakukan untuk membuat program siaran di Radio Silaturahmi?** Tahap awal tuh gua sebagai program director tuh menentukan perencanaan dulu, pertama gua harus riset soal rencana penyiaran kedepannya tuh mau kayak gimana, baru setelah itu gua nentuin siapa nih pembawa acara, hari ini narasumbernya siapa, baru dah setelah itu nentuin mau ditayangin jam berapa. Gua juga nentuin tuh tema harian, tema mingguan, sampai tema bulanan gua yang bikin. Disini kan radio kita radio islam gua juga nentuin mau ngundang narasumbernya dari ustad mana, siapa namanya kridibelitasnya cocok enggakya dengan tema hari ini. Nah itu kalau yang harian, buat yang mingguan biasanya siara-siaran berita. tapi kalau berita tuh harus ada perencanaan kayak hari ini mau ngangkat berita apa yang pasti sih berita yang lagi banyak diomongin
2. **Bagaimana cara mengelola rundown di Radio Silaturahmi agar para pendengar terbiasa dengan jadwal yang sudah diatur?** Kita secara umum sebenarnya menggunakan konsep kayak radio-radio lainnya dalam jadwal itu. Ada istilahnya itu jam sibuk, jam padat, jam prime time atau jam biasa. Nah ini untuk khusus program-program yang unggul, Kita menyesuaikan dengan jam padat, jam sibuk, sama jam prime time. Kalau jam prime time itu rasil ini antara jam 6 pagi sampai jam 9 pagi, itu kan jam orang aktivitas baru berangkat dari rumah, dan kita menyasar itu memang mereka yang menggunakan mobil. Karena pendengar radio itu masih banyak yang mereka mendengarkan di mobil,. Jam prime time kita menyasar pendengar yang kira-kira bisa kita masukan siaran-siaran ini di waktu aktivitas mereka. Kalau sudah jam 9 atau jam 10 ke atas mereka sudah fokus kerja itu biasanya kurang tuh. Nah jam prime time kedua biasanya kami jam sore dan malam, soalnya sore ketika orang pulang makanna ada tangisnya sore, di malam kita ada wartar hasil malam, berita-berita malam. Orang-orang mau tidur, mau istirahat, ya dengar radio dulu, nah ini kita ngelola rundownnya itu, betul-betul melihat mana yang prime time, mana waktu regulernya
3. **Apakah dengan rundown serta strategi yang diterapkan oleh para penyiar saat ini terlihat dampak peningkatan minat dari pendengar itu sendiri?** Sangat terlihat ketika kita atur rundown-nya di program prime time dan regular itu perbedaannya terlihat. Misalkan kalau di program prime time itu interaktifnya lebih banyak. Tapi kita coba di waktu regular, misalkan jam 1 siang, itu dikit, turun jam segitu kan jamnya orang sibuk

aktivitas kan pasti mereka fokus kerja, itu kelihatan gitu, jadi bagaimana mengatur rundown program ini, jadwal acara ini”.

4. **Apakah Radio Silaturahmi memperhatikan perbedaan minat dan kesukaan dari para pendengarnya, berikan satu contoh dan tujuan dari program yang paling diminati dan paling tidak diminati?** Kami sangat memperhatikan bagaimana minat pendengar terhadap program yang kami siapkan. Yang paling mudah dan paling praktis adalah respon melalui *WhatsApp*, layanan interaktif, kalau dulu kan *SMS*, dan telepon yang kedua, survey kita berkala itu kita lakukan biasanya kalau ada momen-momen spesialnya, seperti milad atau hari ulang tahun. Biasanya setahun itu bisa dua kali survey, hari ulang tahun sama ketika ada halal bihalal biasanya juga ada kegiatan kopi darat, temu dengan pendengar, nah itu pendengar yang datang itu sekitar seribuan itu kita kasih angket, satu contohnya misalkan kita ada program yang terpatah itu dari hasil angket kan, itu mereka survei. Survey dari hasil interaktif yang masuk itu program berita pagi namanya topik berita pagi, topik berita pagi itu respon yang paling banyak apalagi sekarang kita dibantu sama media. Sosial media ini bis kita lihat dari selain dari komen di *Instagram* juga komentar dari *Youtube*. Di acara topik berita, itu ada sesi dialog dengan tokoh, nah sesi dialog itu kita ambil rekamannya lalu kita upload di *Youtube* lumayan juga gitu iya itu yang ngedengerin di *Youtube* walaupun kita Cuma nampilin suara doang responnya itu banyak. Ada juga program yang tidak diminati sampai-sampai berhenti, karena memang minatnya sedikit. Dahulu kita ada program belajar bahasa Arab live banyak faktor memang salah satunya respon, karena kita juga siarannya jam satu siang. Sih pengajar bisanya siang akhirnya berimbas ke dikitnya pendengarnya.
5. **Apa strategi yang anda gunakan untuk meningkatkan popularitas program?** Bicara tentang strategi itu kan tentang rencana yang kami gunakan itu untuk meningkatkan popularitas itu kita iya menggunakan teori komunikasi saja. Bagaimana menyampaikan siaran itu berulang-ulang, kita kan ada memanfaatkan media sosial, memanfaatkan komunitas dan juga ada salah hal dalam radio dakwah itu kita bekerjasama bersinergi memanfaatkan narasumber karena jatuhnya gini kita kan rata-rata narasumber ustadz ngajar di rasil pengajian kitab. Ustadz ini latar belakangnya mempunyai pesantren, ataupun latar belakangnya basis ulama Indonesia. Itu latar belakangnya ormas karena mereka pasti punya pengikutnya, contohnya kita punya pengisi dari NU jadi semisalnya kita mengundang mereka pasti para pengikutnya mendengar. Akhirnya dari sang ustadz mengajak jamaahnya akhirnya menjadi pendengar, itu merupakan strategi-strategi yang kita gunakan pendekat-pendekatan.
6. **Apakah program Radio Silaturahmi memiliki banyak pendengar? Berikan penjelasan tentang program topik berita?** program rasil banyak pendengar itu kita menggunakan survei internal, dilihat dari interaktif melalui media sosial, melalui *whatsapp* maupun komentar-komentar di *Youtube*. Karena kita kan main di *youtube* disitu terlihat oh topik berita kok

banyak responnya, ketika di minta oke pendapat anda tentang narasumber topik berita hari ini Itu responnya sangat banyak. Kalo untuk radio konvensional analisa kami teori satu rumah, karena siaran kita siaran AM. Topik berita ini salah satu menjadi daya tarik, selain kita membaca berita dan baca beritakan bukan produksi rasil. Berita ini produksi media lain tapi kita produksi ulang dikutip dari Kompas, dikutip dari tempo, berarti beritanya bagus nih dari media-media nasional dan kedua kita menghadirkan dialog dengan tokoh.

7. **Apa hambatan yang dihadapi program Radio Silaturahmi dalam menjalankan program topik berita?** ada beberapa hambatan, salah satunya adalah hambatan internal itu yang terjadi biasanya gangguan teknis seperti gangguan alat, lalu juga human error suka terjadi. Kalau faktor dari luarnya ada beberapa program berita kita menghadirkan narasumber itu ketika mau siaran narasumber itu mendadak tidak bisa hadir, makannya itu kita mencari pengganti wah itu susahnya minta ampun kalo narasumbernya biasa di *cancel* iya itu merupakan hambatan-hambatan. karena rasil topik berita ini terkenal dialog tokohnya ketika tidak hadir turun tuh peminatnya. Berpengaruh yang tadinya kita rutin hari kamis dengan ustadz Syamsi Ali dari Amerika misalnya mendadak beliau tidak bisa wah itu kita pusing mencari penggantinya. Karena kalau kita tidak bisa menghadirkan pendengar merasa hilang. Itu merupakan hambatan-hambatan yang sering kita hadapi, selain kendala teknis karena kita siaran *streaming* kalau pagi gangguan internet.
8. **Solusi apa yang Radio Silaturahmi lakukan untuk menutupi hambatan yang terjadi pada program topik berita?** kalau dari sisi perangkat kaitannya dari internet kita siapin *back up*, kita tidak bisa menggunakan satu *provider*, bahkan kita menggunakan tiga *provider* kalau ada gangguan *streaming*, gangguan internet kalau interaktif ini selalu menjadi hambatan yang sering terjadi kalau dulukan menggunakan telepon biasa, teleponnya keluar negeri sekarang kita menggunakan *whatsapp* kalau sinyalnya lagi jelek putus, atau sih narasumber misalkan lagi diluar kota biasanya solusinya adalah kita menyiapkan beberapa nomer itu kan kendala teknis. Kalau Solusi narasumber kita ada *back up* di malam sebelumnya kita ada perencanaan sih narasumbernya kan ketika mau siaran harus konfirmasi ketika sehari sebelumnya terkonfirmasi tidak bisa kita terus cari narasumber lain dengan jaringan rasil.
9. **Seberapa besar efek program topik berita dalam meningkatkan jumlah pendengar Radio Silaturahmi?** Kalau dilihat dari statistik angka kita belum ada survei iya, tapi kalau dari respon pendengar secara langsung melalui interaktif nomer ataupun media sosial ataupun melalui langsung ketemu di acara kopi darat itu bisa kami petakan pendengar topik berita itu meningkat setiap waktu dan juga kami biasanya dapat data-data itu dari narasumbernya juga, contohnya narasumber cerita ketemu di tempat di masjid ini, dia mengenali saya penyiar rasil. Nah data-data itu kita imput tuh data dari narasumber, data dari media sosial maupun data dari interaktif

yang masuk. Jadi dari situ kita mengetahui jumlahnya selalu meningkat terus. Dengan ciri khas memang dari penyiarnya.

10. **Apakah program topik berita lebih efektif dibandingkan program lain dalam meningkatkan jumlah pendengar?** Dikatakan lebih efektif, iya namanya media penyiaran, ada pendengar itu segmentif, segmentif itu kita bisa lihat dari latar belakang pendidikan, latar belakang komunitas, latar belakang pemahaman, apalagi untuk siaran dakwah ada orang kan di dalam agama disebut yang sudah ahli. Kalau kita lihat dari kelas-kelas itu belum bisa kita katakan topik berita mengalahkan program lain, tapi kalau dari segi informasi bagaimana masyarakat menerima topik berita mengalahkan program lain. Dan sangat efektif itu dibandingkan program lain khususnya dalam pemberitaan.
11. **Bagaimana cara Radio Silaturahmi membuat materi serta sumber daya lainnya untuk membuat program topik berita berjalan?** Untuk topik berita yang sudah saya sampaikan tadi di awal narasumbernya yang kita kutip dari berbagai media, media cetak ataupun media online dan juga kita membuat berita sendiri maupun liputan sendiri. Ada juga berita yang kita produksi ulang berita tersebut dengan fakta-fakta lain, kita juga biasanya ada caranya untuk topik berita ini biasanya disiapkan mulai dari jam sepuluh sampai sebelas malam dengan team. kita membuat satu grup news room disana kita saling melengkapi berita yang akan kita muat besok paginya. Jam sepuluh jam sebelas malam kita hunting berita selain berita yang kita persiapkan sendiri dan juga dilanjutkan jam dua malam mencari lagi berita-berita update sampai jam enam pagi biasanya kita kumpulkan berita-beritanya. Biasanya kalau berita dari online kan ada beberapa paragraf iya lima enam sekian paragraf akhirnya kita ringkas cukup dua paragraph saja. Tapi tidak menghilangkan isi dari berita tersebut, kadang-kadang dua paragraf awal atau satu paragraf sama paragraf ketiga misalnya, atau kita ada waktu kita tulis ulang kita padatkan tadinya awalnya lima paragraf menjadi dua paragraf tapi ada gabungan paragraf tersebut.
12. **Dibanding radio lainnya, apa yang menjadi pembeda antara Radio Silaturahmi dengan Radio lainnya?** Untuk pembeda iya visi misi itu beda walaupun ada radio dakwah lain tapi kan di beberapa visi misi yang berbeda. Kenapa kita menyajikan topik berita ini salah satu program unggulan di radio rasil, karena kita ketika awal

Lampiran 5. transkrip wawancara Informan Kunci

Transkrip Wawancara Key Informan

Nama : Rizal Al Haque
Usia : 38 Tahun
Pekerjaan : Penyiar Radio Silaturahmi
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tanggal Wawancara : 18 Desember 2024

1. **Bagaimana anda mengembangkan kebiasaan pendengar pada program topik berita?** Tentunya kita konsisten ya konsisten terhadap jam siarnya, untuk topik berita kan jam siarnya itu jam 07.30 sampai pukul 09.00. nah itu membentuk kebiasaan pendengar untuk selalu *stay tune* di program topik berita tersebut. Perlu dengarkan dulu iya, Nah mungkin selain tadi ya soal ketepatan waktu yang konsisten juga kita menyiapkan berita-berita yang memang *up to date* yang hangat malah yang sedang apa, istilahnya ramai dibicarakan atau viral kita sampaikan yang tentunya memang bermanfaat juga untuk pendengar kita gitu iya diantaranya untuk mengembangkan kebiasaan
2. **Apa strategi yang anda gunakan untuk mempertahankan pendengar?** Jadi pendengar radio rasil ini kan tidak hanya mendengarkan melalui radio konvensional AM ada juga pendengar yang melalui *streaming* melalui internet di www.radiosilaturahmi.com. itu pendengarnya dari berbagai negara bukan hanya dari Indonesia, kita pantau memang ada aplikasinya kurang lebih mungkin sekita 20-30 negara ada pendengar topik berita di sana. Untuk mempertahankannya selain tadi memang masih terkait jam waktu siar, kemudian kita menyiapkan berita-berita yang memang sangat dibutuhkan ada strategi di topik berita ini khusus ada komentar-komentar dari penyiar yang memang menggelitik, menendang yang itu kadang-kadang di luar ekspetasi. Nah itu yang sebetulnya kadang-kadang ditunggu oleh pendengar khususnya pendengar topik berita. Diantaranya itu strategi dan juga dalam topik berita itu kita menghadirkan narasumber-narasumber untuk dialog dalam program topik berita ini yang mereka itu memang kredibel, dan kompeten di bidangnya. Dari senin sampai jumat, senin kita menghadirkan pak Noim Hayat beliau penyiar legendaris usianya mungkin sekitar 80 tahunan, penyiar yang sekarang tinggal di Melbourne Australia, istilahnya kita nanya apapun beliau bisa jawab dengan baik, dengan komprehensif dengan penjelasan-penjelasan yang cukup tajam. Kemudian kita menghadirkan pakar ekonomi ya, apabila ketika menyoroti hal-hal terkait perekonomian, terkait juga perpolitikan itu luar biasa ya. Kemudian hari rabu ada pak Tani Roshid iu juga pemerhati bangsa dan pakar politik juga. Hari Kamis Ustadz Shamsi Ali dari New York itu luar biasa juga. Hari jumat ada Abdullah Helmawah beliau mantan penasihat kpk, ini biasanya menyoroti, mengkritisi kebijakan-kebijakan pemerintah kaitannya dengan KPN, dan segala macam lah. Itu juga menjadi strategi dari topik berita. Ketika narasumber itu berhalangan kita tetap mencari sumber lain yang

kompeten. Seperti itu, diantaranya salah satu strateginya, agar pendengar juga tidak bosan.

3. **Bagaimana anda mengontrol arus pendengar pada program topik berita?** ya kalau untuk topik berita ya Alhamdulillah dari berbagai program yang ada di rasil, Nah untuk mengontrol arus pendengar sebetulnya sih kita tidak bisa ya, tidak bisa mengatur atau mengontrol gitu ya, itu dikembalikan lagi kepada pendengar. Narasumber-narasumber yang kita hadirkan via telepon itu juga membuat pendengar itu bertahan. Tidak sedikit kita bertemu dengan pendengar ya ngobrol ngobrol misalnya mengetahui saya dari penyiar rasil mereka menyampaikan saat itu program acara topik berita ini sedang berlangsung si pendengar ini enggak mau meninggalkan, bahkan ketika di mobil, radio mobilnya belum dimatikan, meskipun sudah sampai tujuan, kadang-kadang enggak mau turun dulu sampai topik beritanya selesai.
4. **Apa strategi anda gunakan untuk mempertahankan mereka?** Yang pasti sih konsisten ya, itu penting, konsisten dalam menjaga jam siaran kita gitu konsisten, karena ketika kita enggak konsisten misalnya dalam artian satu dalam satu minggu ada tiga kali bolong nah itu juga akan mempengaruhi pendengar yang biasanya mendengarkan kita gitu. Walaupun memang program tersebut berjalan dengan penyiar pengganti, tapi tetap itu juga berpengaruh jadi konsisten itu perlu banget di siaran ini gitu loh.
5. **Apakah program Radio Silaturahmi memiliki banyak pendengar? Berikan penjelasan tentang program topik berita?** alhamdulillah program rasil saat ini memiliki cukup banyak pendengar setia, untuk program topik berita ini merupakan salah satu program yang cukup banyak pendengarnya setelah renungan dibawah Al-Quran. Dengan berita-berita yang viral, ada juga informasi yang dibutuhkan oleh para pendengarnya.
6. **Bagaimana anda menyimpan sumber-sumber program topik berita?**

Untuk topik berita memang kita istilahnya apa iya, gabungan dari sumber berita memang sebagian besar kita kutip dari berbagai media khususnya media cetak dan online iya, dari media nasional yang sekarang masih terbit gitu iya ada yang dari koran Kompas, kemudian dari majalah tempo iya, kalau untuk media online memang Sebagian besar kita kutip dari sana iya, selain itu kita juga ada team newsnya kita juga membuat berita atau melakukan peliputan membuat beritanya kita ambil dari sana. Berita-berita tersebut sebagian yang kita anggap penting yang kita anggap perlu istilahnya apa, muat lagi atau ditulis ulang dilengkapi dan ditambahkan atau dikurangi dengan fakta-fakta lain. Kita simpan dan kita upload ke *website* kita sendiri, *website* Rasil news dan selain itu rekaman siaran pun kita *upload* juga, ada yang kita *upload* di *youtube* atau seperti *spotify* kemudian kita ada merambah ke *noice*, kalau *noice* sih sudah 24 jam *streaming* disana iya. tadi kaya potong-potongan topik berita atau dialog-dialog topik berita kita akan *upload* juga sementara kita upload ke *spotify* tapi untuk kita tugas kan dari cabang kita yang ada

di Batam. Kalau untuk teks-teks skrip-skrip naskah beritanya biasanya kita simpan dan kita tempel di majalah dinding yang ada di rasil sehingga saat itu mungkin ada yang berkunjung bisa membaca.

7. **Apa strategi yang anda gunakan untuk mengembangkan materi-materi?** Diantaranya kita ada rapat redaksi rapat mingguan disana ada juga *breifing* pagi biasanya kita bahas berita-berita di pekan ini atau di hari ini yang akan kita angkat. Narasumber siapa yang kita hubungi ahli-ahli yang mana yang kita akan menggali informasi terkait berita-berita tersebut. Untuk materi-materi tersebut kita komunikasikan ini ada beberapa konsultan, beberapa ahli baik begitu dibidang agama atau dibidang lain. Kalau kita bahas hal ini baik atau enggak kita minta masukan dari beliau-beliau dari ahli ahli tersebut. Kalau di rasil ada konsultan terkait agama, bila mana kita membahas kali ini baik atau enggak kita minta masukan kira-kira pekan ini kita akan membahas apa nih baiknya.
8. **Bagaimana cara menyampaikan materi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar?** Sebetulnya radio rasil kan kita genrenya pendengar dewasa iya, udah tau nih pendengar-pendengar kita khususnya dewasa dan kita juga menyeleksi materi berita-berita yang memang dibutuhkan oleh pendengar-pendengar kita yang dewasa. Jadi caranya sih tidak ada yang special iya, cuman tadi penyampaian disana ada komentar-komentar berita yang saya bawaan kita lengkapi dengan menghubungi narasumber-narasumber atau kita lengkapi fakta-fakta yang lain
9. **Bagaimana cara Radio Silaturahmi membuat materi serta sumber daya lainnya untuk membuat program topik berita berjalan?** Untuk topik berita seperti yang saya sampaikan di awal beberapa sumbernya kita kutip dari media cetak maupun media online. Kita juga membuat berita sendiri melakukan peliputan sendiri membuat berita ada juga kita produksi ulang dari berita-berita tersebut yang ditambahkan dengan fakta-fakta lain. Kita juga biasanya dari caranya untuk topik berita ini disiapkan mulai dari jam sepuluh sampai sebelas malam terutama oleh team dan kita semua membuat grup news room kita saling lengkapi berita-berita yang kita akan muat, yang kita akan kita sampaikan besok paginya. jam sepuluh jam sebelas malam kita hunting berita iya, selain berita yang kita sudah siapkan sendiri dan bisa dilanjutkan mulai jam dua jam tiga malam tuh kita lanjutkan tuh udah mencari lagi berita-berita yang *up date* sampai jam enam pagi, biasanya kita kumpulkan berita-beritanya kemudian kita, misalnya kalau dari media online kan terdiri dari berbagai 6 paragraf 7 paragraf kemudian kita potong cukup dua paragraph saja. Tapi tidak menghilangkan inti dari berita tersebut kadang-kadang dua paragraf awal, atau satu paragraf sama paragraf ketiga misalnya gitu iya, nah atau kita mempunyai waktu yang cukup banyak kita padatkan yang mana tadi tujuh paragraph menjadi dua paragraf saja. Tapi ada gabungan beberapa paragraf tersebut intisarynya saja tapi tidak mengurangi dari fakta berita tersebut.
10. **Seberapa besar efek program topik berita dalam meningkatkan jumlah pendengar Radio Silaturahmi?** Sebenarnya nih enggak begitu

tau berapa yang pastinya, tapi yakin bahwa program topik berita dapat meningkatkan jumlah pendengar dan kita juga mempertahankan pendengar setia yang sudah lama mendengarkan radio rasil. bisanya gua juga nanya ke pendengar pada saat acara *Off Air* ketemu para pendengar kekurangannya apa kelebihanannya nah kita tampung buat kebaikan radio kita juga

11. **Bagaimana cara anda untuk menarik massa pendengar pada program topik berita?** jawabannya hampir sama yang tadi iya, salah satunya yang utama narasumber yang berkompeten yang berefek kepada pendengar yang membuat pendengar bertahan bahkan bertambah. Sebelumnya kita di awal-awal tidak menghadirkan narasumber di acara topik berita menghadirkan tuh dari telepon tidak langsung ke studio. Kita anggap sepertinya sangat monoton hanya baca berita dikomentarin udah gitu selesai, tapi ketika kita menghadirkan narasumber lewat telepon membuat topik berita itu lebih menjadi hidup lebih tidak monoton ada hal baru yang didapatkan oleh para pendengar tidak hanya dari pembacaan berita ada juga dari statement-statement ahli baik dari yang menyoroti berita yang kita sampaikan atau tema lain itu yang menjadi luar biasa. Apalagi narasumber yang ahli dibidangnya terus tidak hanya dari dalam negeri saja orang melihat dari Amerika nih, Dari Sedney nih tidak hanya dari Indonesia saja yang mungkin cukup menjadi daya tarik pendengar.
12. **Bagaimana cara membuat pendengar Radio Silaturahmi tidak akan meninggalkan program topik berita?** itu sih diluar dari kemampuan kita iya, Cuma kita serahkan ke pendengarnya masih mau mendengarkan atau tidak. Tapi kita juga punya cara agar pendengar tetap mendengarkan siaran kita dimana kita mempunyai cara salah satunya kita pasti membacakan mention dari pendengar pada saat siaran itu berjalan, pasti kita bacakan apa isinya kita kasih tau pendengar itu sih strategi kita buat mempertahankan mereka.
13. **Apa hambatan yang dihadapi Radio Silaturahmi dalam menjalankan program topik berita?** kalau hambatan sebetulnya tidak ada hambatan yang berarti iya pada program topik berita ini cuman kadang-kadang narasumber yang kita undang berhalangan atau tidak bisa dihubungi itu salah satu menjadi hambatan kita akhirnya kita sudah menyiapkan durasi berita acara satu setengah jam akhirnya kadang-kadang berkurang. kita di waktu yang singkat akhirnya agak susah mencari penggantinya dari narasumber yang kita ajak dialog, dan berita pun udah kita padatkan sekian kadang-kadang seperti itu hambatan juga. Mungkin dari materinya juga kita mengutip dari sumber-sumber lain tidak terlalu sulit cuman ketika kita ingin mengangkat satu berita yang penting nih untuk para pendengar kita tidak dapat berita dari sumber berita yang menurut kita baik, ah ini berat sebelah nih kadang-kadang ada yang seperti itu tidak caverboxsite itu juga menjadi hambatan juga sih kadang-kadang mungkin salah satunya kita yaudah mencari narasumber yang terkait berita kali ini yang ahli dibidangnya.
14. **Solusi apa yang Radio Silaturahmi lakukan untuk menutupi hambatan yang terjadi pada program topik berita?** solusinya iya

paling kita memperbanyak lagi database dari narasumber siapa nih yang akan kita undang, kita juga bekerja sama dengan wartawan senior iya mungkin dia mempunyai banyak jaringan yang cukup banyak, terkait politik narasumbernya siapa nih, temanya mau kayak apa kita tentuin tuh. Sebagian besar sih kita juga mengutip dari media-media online sampai kita juga membuat liputan sendiri iya itu memang enggak gampang iya, selain itu juga banyak faktornya salah satunya iya jam siaran kita padat, iya itu hal yang tidak mudah untuk liputan

Lampiran 6. transkrip wawancara Informan Tambahan

Nama : Ibu Nurul Jubaidah
Usia : 64 Tahun
Pekerjaan : Pendengar Acara Topik Berita
Jenis Kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 27 Desember 2024

1. **sudah berapa lama anda mendengarkan Radio Silaturahmi** 13 tahun berawal dari masih pakai antena pakai bambu, terus jalannya masih berbatuan, sekarang sudah bagus sampai sekarang Alhamdulillah masih tetap setia mendengarkan Rasil.
2. **Kemudian hal apa yang anda sukai mengenai program topik berita?** Yang saya senang, topik beritanya ya, itu membahas soal pemerintahan hingga permasalahan yang ada di Timur Tengah khususnya jalur Gaza.
3. **Apa yang anda ketahui tentang penyiar yang anda sering dengar?** Pak Rizal mempunyai ciri khas jargon ngopi dulu ngopi, dan juga komisi komisi yang membuat penyiar tetap setia mendengarkan topik berita.
4. **Kemudian hal apa yang membuat penyiar tersebut bisa sering didengar oleh anda?** Masalah agama sama adab dan akhlak itu dia bagus berhasil ibarat orang jalan itu agama sama dunia dan akhirat itu sejajar jalannya itu yang membuat saya senang.
5. **Dengan cara apa penyampaian materi maupun gaya bicara penyiar Radio Silaturahmi saat ini dapat meningkatkan daya tarik dari pada program topik berita sendiri?** Karena menyangkut segala macam kehidupan sehari-hari dan kesannya, kedepannya itu semakin bagus, menurut saya lebih spesifik agar berinteraksi secara langsung iya, saya senang dengan lebih banyak siaran langsung daripada siaran rekaman jadi enak didengerin dari pada rekaman saja.
6. **Apa ciri khas yang dimiliki oleh penyiar Radio Silaturahmi yang tidak dimiliki oleh stasiun radio lainnya?** Iya itu kalau radio lain itu masalahnya kan cuma agama tok, kalau Rasil itu mencakup semua-semuanya makannya saya senang dengar itu. Rasil netral, itu orang radio netral, dan Rasil enggak macam-macam, enggak hanya satu topik semuanya mencakup masalah ekonomi terus masalah perjuangan terus. Saya senangnya begitu, makannya saya terus mendengarkan, terus mengikuti.
7. **Apa bedanya program siaran saat ini yang anda sering dengar?** Perbedaan kalau Rasil kan itu umpanya setiap hari mengundang

narasumber yang berbeda setiap harinya. Tidak hanya mempunyai program acara agama saja Rasil juga mempunyai program berbincangan masalah kesehatan dan mengundang beberapa dari Rumah Sakit UMI Bogor dan RSCM Jakarta. Kadang dokter mata, kadang kulit, dokter THT, tergantung program kesehatan apa yang di siarkan. Terus begitu jadinya sampai sekarang jadi ada kegiatan apa disana contohnya kegiatan LTK, kegiatan mengaji pada hari rabu.

8. **Yang terakhir, hal untuk kedepannya, apakah adanya perubahan yang dilakukan oleh penyiar dalam melakukan siaran?** Makannya disuruh memberikan masukan apa yang kurang, soalnya saya enggak pernah cuman kalau pada saat bebarengan siaran, kok siarannya siaran ulangan terus gitu.

Lampiran 7. transkrip wawancara Informan Kunci

Nama : Muhammad Krisna
Usia : 67 Tahun
Pekerjaan : Program Director Rodja 756 AM
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tanggal Wawancara : 25 Desember 2024

- 1 **Apa penyesuaian pertama yang dilakukan untuk membuat program siaran di radio Rodja?** Penyesuaiannya berarti dari program yang mana dibuat supaya juga diterima sama pendengar, jadi yang enggak aneh-aneh maksudnya yang masih ada dijalur dunia penyiaran gitu, mungkin penyesuaiannya diletak bahasanya, kita juga enggak bisa asal sembarangan karena udah ada regulasi dan kebijakannya gitu. Dari program disesuaikan dengan targer pendengar kita atau segment pendengar kita disesuaikan, kalau memang di Rodja AM kan pendengarnya itu luas iya, dari kalangan anak muda hingga dewasa, jadi kita menyesuaikan aja kira-kira materi mana yang semuanya bisa diakomodir. Cari di tengah-tengah, tapi kalau pun enggak seperti itu kita paling kadang kita *switch* misalkan mungkin di jam pertama kita kejar dulu yang dewasa, di jam kedua mungkin kita kejar program acara yang khusus untuk anak muda. Pokoknya intinya gimana cara semua pendengar terakomodir untuk bisa mendengarkan program di Rodja AM.
- 2 **Bagaimana cara mengelola rundown program di radio Rodja agar para pendengar terbiasa dengan jadwal yang sudah diatur?** Karena kita tuh punya pakem-pakem sendiri, setiap radio kan punya pakem-pakem sendiri iya, jadi untuk rundown nya tergantung masing-masing. Tapi kalau menurut saya sendiri kayaknya karena radio ini istilahnya tuh siaran yang linear, jadi orang tuh ya kalau mau mendengarkan kita dia pasti sudah hafal jam siaran kita, saya rasa sih pendengar akan bisa mengikuti selama rundown itu juga enggak macem-macem dan enggak aneh-aneh. Karena kalau dari rundown sebenarnya tidak ada yang gimana-gimana, semuanya dibandingi sama radio lainnya juga kayaknya sama-sama saja paling yang membedakan adalah isi segmentnya aja.
- 3 **Apakah dengan rundown serta strategi yang diterapkan oleh para penyiar saat ini terlihat dampak peningkatan minat dari pendengar itu sendiri?** Menurut saya terlihat, tapi mungkin saya tambahin soal rundown, mungkin rundown kira-kira dipilih saja. Yang mana yang paling disukai oleh pendengar itu untuk kita pertahankan. Makanya kita ada satu program bikin segment yang mana segmentnya

punya kedekatan, itu balik lagi punya nilai kedekatan, punya nilai untuk bisa penyiar gitu, makannya mungkin di tiap programnya rundown diaturnya itu, kira-kira rundwonnya harus ini duluan nih, enggak bisa ditaruh dibelakang. Karena bisa jadi kalo kita taruh dibelakang, akhir-akhir misalkan, pendengar bisa meninggalkan program tersebut. Makannya mungkin yang secara segmentnya paling disukai oleh pendengar selalu ditaruh diawal supaya menarik.

- 4 **Apakah radio Rodja memperhatikan perbedaan minat dan kesukaan dari para pendengarnya, berikan satu contoh dan tujuan dari program yang paling diminati dan paling tidak diminati?** Saya sebagai program director juga harus turut serta memperhatikan kira-kira topik apa berita apa pada program warta berita yang kira-kira peminatnya kurang, setahu saya sebagai program director kalau minatnya turun misalkan penyiar utama berhalangan hadir, dan digantikan dengan rekaman atau beritanya yang enggak terlalu related jadi itu juga pendengar langsung mengganti siaran. Kalau masalah minat pendengar turun biasanya satu atau dua topik pembahasannya kurang diminati nah itu juga menjadi bahan evaluasi kita gimana kedepannya kaya topik-topik berita yang sekiranya malah mengurangi jumlah peminat maka tidak akan dibahas. Kalau program yang diminati saya rasa iya program Rodja yang ada penyiarnya semua karena merasa berapa didalam siaran karena mereka kita ajak ngobrol. Kalau untuk program yang kurang dimati menurut saya pada program siang hari dan malam hari karena semua orang ada yang lagi beraktivitas ada juga orang yang lagi istirahat.
- 5 **Apa strategi yang anda gunakan untuk meningkatkan popularitas program?** Kalau untuk meningkatkan popularitas program, program-program kita kan jarang-jarang sekali melakukan perubahan-perubahan ya, kecuali program-program yang memang menurut kita udah kurang diminati oleh pendengar kita evaluasi. Tapi selama program itu masih disukai mereka masih kita pertahankan, paling kita merefreshnya itu kan biasanya ada sesi-sesinya, contoh kemarin kita buat acara program dongeng cuma tidak bertahan lama, banyak hal selain responnya sedikit.
- 6 **Apakah program radio Rodja memiliki banyak pendengar? Berikan penjelasan tentang program warta berita?** untuk saat program warta berita merupakan salah satu program yang lumayan banyak pendengarnya, ditambah dengan pembawaan penyiar merupakan nilai tambah untuk menarik pendengar dengan berita-berita yang sedang ramai dibicarakan.
- 7 **Apa hambatan yang dihadapi program Rodja dalam menjalankan program warta berita?** hambatan yang sering terjadi itu pada keterbatasan waktu karena warta berita siarannya hanya 2 jam setengah, kadang penyiar tidak hadir itu merupakan salah satu tantangan untuk kita mencari pengganti penyiar. tapi untuk pendengar yang sudah

mengikuti program warta berita sejak lama, mungkin itu menjadi nilai minus bagi radio Rodja dan dampaknya menurunkan angka pendengar. Selain itu ada hambatan ketika gangguan sinyal itu akan menghilangkan pendengar sementara.

- 8 **Solusi apa yang radio Rodja lakukan untuk menutupi hambatan yang terjadi pada program warta berita?** salah satu solusi yang kami lakukan untuk mengatasi hambatan pada program warta berita adalah dengan lebih aktif berinteraksi dengan pendengar melalui berbagai *platform* media sosial. Kami berusaha membuat materi yang menarik untuk para pendengar. Selain itu, kami juga memastikan kualitas penyiaran tetap stabil meskipun menghadapi kendala teknis, seperti gangguan sinyal. Kami mencoba membuat rekaman yang direkam sebelumnya sehingga pendengar bisa terus mengikuti siaran tanpa terpengaruh gangguan teknis.
- 9 **Seberapa besar efek program warta berita dalam meningkatkan jumlah pendengar radio Rodja?** Sangat terlihat, disini lain kita mempermudah untuk pendengar kita juga bisa mengakses kayak tadi di radio sampai channel, kita kan udah *streaming* iya, dan multi digital lah gitu, jadi akhirnya mereka tuh bisa mendengarkan kita, walaupun enggak punya radio manual bisa juga lewat aplikasi di handphone.
- 10 **Apakah program warta berita lebih efektif dibandingkan program lain dalam meningkatkan jumlah pendengar?** Lebih efektif karena warta berita cukup andil, merupakan salah satu program yang banyak di dengar para pendengar setianya, untuk menemani dalam beraktivitas dengan materi berita yang terbaru dan happening.
- 11 **Dari radio rodja sendiri apakah menyimpan materi yang dapat dikembangkan nantinya untuk menjadi sebuah program maupun materi pembicaraan dari penyiarinya?** Itu sih pasti selalu ada, saya sebagai program director kadang kalau penyiar lagi siaran terus ada bahasannya, udah nih materi sebenarnya bisa dijadiin satu program khusus misalnya gitu kan, selalu ada dan selalu muncul ide-ide itu iya. Maksudnya selalu ada kesempatan dari apa yang dibawa sama penyiar lain gitu, selalu ada kesempatan untuk bisa dijadikan satu program, entah program khusus, entah program yang special, atau mungkin program daily gitu. Jadi besar kemungkinannya dari pembicaraan atau materi yang penyiar siapkan bisa untuk program yang baru yang bisa kita buat.
- 12 **Dibanding radio lainnya, apa yang menjadi pembeda antara radio Rodja dengan radio lainnya?** Yang jadi pembeda karena kita *multi segment* kebanyakan bisa dibilang kalangan muda dan orang dewasa, jadi dengan berita-berita yang selama ini kita siarkan merangkul dengan target *audiecenya* cukup tercapailah.

Lampiran 8. transkrip wawancara Informan Kunci

Nama : Ahmad Sukron
Usia : 31 Tahun
Pekerjaan : Penyiar
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tanggal Wawancara : 25 Desember 2024

- 1. Bagaimana anda mengembangkan kebiasaan pendengar pada program warta berita?** tentunya kita harus konsisten iya konsisten terhadap jam siarannya untuk warta berita kan 07.00 sampai jam 10.00 nah itu membentuk kebiasaan pendengar untuk selalu stay tune di program acara warta berita. mungkin selain tadi iya selain ketepatan waktu iya yang harus konsisten juga kita apa menyiapkan berita-berita yang up to date yang hangat yang sedang banyak dibicarakan banyak orang tentunya yang memang bermanfaat juga untuk pendengar kita.
- 2. Apa strategi yang anda gunakan untuk mempertahankan pendengar?** Untuk mempertahankannya selain soal ketepatan waktu, kemudian kita menyiapkan berita-berita yang memang sangat dibutuhkan oleh pendengar.
- 3. Bagaimana anda mengontrol arus pendengar pada program warta berita?** strateginya iya itu tadi ya, mungkin bikin kedekatan supaya mereka juga bagian dari program tersebut. Juga dengan ketepatan waktu dan berita-berita yang lagi banyak dibicarakan orang.
- 4. Apa strategi anda gunakan untuk mempertahankan mereka?** Yang pasti konsisten menjaga jam siaran kita gitu, misalnya ada penyiar berhalangan jangan sampai mempengaruhi pendengar yang biasanya mendengarkan kita, walaupun memang program tersebut berjalan dengan penyiar pengganti atau mengganti dengan siaran rekaman, tapi tetap itu juga berpengaruh, jadi konsisten itu perlu banget di siaran.
- 5. Apakah program radio Rodja memiliki banyak pendengar? Berikan penjelasan tentang program warta berita?** iya, selama ini responnya bagus dari pendengar iya, walaupun masih kita evaluasi juga, program ini yang kurang apa, program B kurangnya apa mungkin seperti itu. Jadi kita selalu memantau lah, memantau dari program satu ke program lainnya, kadang kita survei ke pendengar kita. Program apa nih yang mereka sukai gitu kan. Untuk warta berita itu merupakan salah satu program kita yang cukup banyak digemari oleh para pendengar kita kemas semenarik mungkin dengan berita-berita yang terus update.
- 6. Bagaimana anda menyimpan sumber-sumber program acara warta berita?** oh iya kita disiapkan karena memang ada editor disini juga ada berita-berita yang kita siapkan bahkan dari sehari sebelumnya dan di edit lagi di pagi harinya. Dicari dari berbagai sumber dari kantor berita, dari koran, dari majalah yang kita sudah cek dan dicek bahwa itu tidak berita bohong.

7. **Apa strategi yang anda gunakan untuk mengembangkan materi-materi?** Mengembangkan materi siaran berarti kita mencari berita yang memang lagi happening banget, untuk era sekarang saya melihatnya orang-orang tuh tertarik sama sesuatu yang lagi happening. Nah mungkin kita masuk kesitu, kita cari informasi berita atau obrolan yang memang digemari kebanyakan orang, supaya menggaet pendengar baru juga, mungkin ada pendengar oh Rodja sering bahas yang lagi ramai nih dan iya itu tadi cari obrolan-obrolan yang memang dekat dengan pendengar, jadi enggak ada Batasan antaran penyiar dan pendengar supaya pendengar merasakan kalau ini radio milik mereka.
8. **Bagaimana cara menyampaikan materi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar?** Dari rumah saja penyiar pasti mikirin, besok bahas apa, persiapannya juga enggak cuma rumah saja juga kadang kita siapkan materi-materi berita yang terbaru, karena kalau besok-besok sudah basi atau ketinggalan jadi penyiar tidak pernah menyimpan materi.
9. **Bagaimana cara radio Rodja membuat materi serta sumber daya lainnya untuk membuat program warta berita berjalan?** Pendengar baru relatif yang pasti memuaskan pendengar yang sudah ada, karena kan radio kita ini menyebutnya pendengar setia, iya pendengar setia memuaskan. Kalau pendengar baru saya enggak tahu iya pasti dari pendengar setia ini akan mereferensikan kepada pendengar-pendengar lain.
10. **Seberapa besar efek program warta berita dalam meningkatkan jumlah pendengar radio Rodja?** Nampaknya demikian, salah satu acara mungkin karena di pagi hari dan menyangkut berita dalam maupun luar negeri. Pendengar tunggu-tunggu berita ini, selanjutnya jadi bikin sih pendengar merasa ada di dalam siaran tersebut. Iya menciptakan persahabatan dalam berita karena kita bikin ikon adalah berita ini macam sandiwara dunia. Supaya pendengar tidak stres ketika mendengarkan berita kekacauan maupun berita-berita yang membuat hati iris.
11. **Bagaimana cara anda untuk menarik massa pendengar pada program warta berita?** kalau ditanya bagaimana cara menarik massa mengolah materi siaran berarti kita mencari berita yang memang lagi up to date atau lagi happenin banget, biasanya kalau lagi happening untuk era sekarang saya melihatnya orang-orang tuh tertarik sama sesuatu yang lagi happening, nah mungkin kita bisa masuk kesitu, kita cari informasi atau berita yang memang lagi digemari sama orang-orang kebanyakan. Nah kita masuk disitu, supaya menggaet pendengar baru juga.
12. **Bagaimana cara membuat pendengar radio rodja tidak akan meninggalkan program warta berita?** Dengan cara seperti ditengah-tengah berita menyebut nama-nama pendengar yang kita siapkan, setiap hari sedikitnya 10 nama yang kita sebutkan buat para pendengar agar tidak bosan juga.
13. **Apa hambatan yang dihadapi program Rodja dalam menjalankan program warta berita?** hambatannya ketika penyiar mengajak beberapa orang berinteraksi tapi keterbatasan orang saja yang bisa berinteraksi.

Biasanya kita lakukan kedekatan dengan cara membacakan saja komentar yang diberikan oleh para pendengar untuk disebutkan pada saat siaran berlangsung. banyak juga pendengar ingin berinteraksi secara langsung kepada penyiar.

- 14. Solusi apa yang radio rodja lakukan untuk menutupi hambatan yang terjadi pada program warta berita?** salah satu solusi yang kami lakukan untuk mengatasi hambatan di program warta berita kita sebagai penyiar lebih aktif berinteraksi dengan pendengar, kami berusaha membaca sebanyak mungkin komentar. Kami juga memastikan kualitas siaran tetap stabil meskipun menghadapi kendala teknis. Kami mencoba menyediakan opsi mendengarkan cara lain yaitu dengan streaming, sehingga tanpa terpengaruh dengan gangguan teknis. Pengalaman berinteraksi langsung dengan penyiar tetap menjadi daya tarik utama program ini.

Lampiran 9. Dokumentasi Lapangan

Catatan Lapangan

Hari/Tanggal : Selasa, 18 Desember 2024

Waktu : 07.00 sampai 09.15 WIB

Tempat : Radio Silaturahmi



Dokumentasi wawancara dengan program Director dan Penyiar Radio Silaturahmi dengan bapak Agung Aminudin dan bapak Rizal Al-Haque

Catatan Lapangan

Hari/Tanggal : Jumat, 27 Desember 2024

Waktu : 09.00

Tempat : Dirumah Pendengar Program Topik Berita



Dokumentasi pendengar topik berita yaitu ibu Nurul Jubaidah

Catatan Lapangan

Hari/Tanggal : Rabu, 25 Desember 2024

Waktu : 08.00 sampai 10.15 WIB

Tempat : Radio Rodja 756 AM Cileungsi Bogor

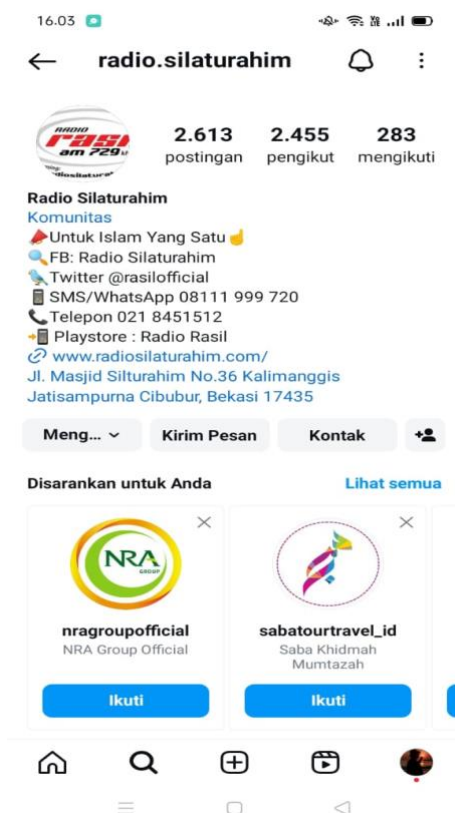


Dokumentasi wawancara dengan program Director dan Penyiar Radio 756 AM dengan bapak Muhammad Krisna dan bapak Ahmad Sukron

Lampiran 10. Dokumentasi Gedung Radio Silaturahmi



Lampiran 11. Dokumentasi profil media sosial Instagram Facebook Radio Silaturahmi



Lampiran 12. Dokumentasi Youtube Radio Silaturahmi

