

# **SKRIPSI**

## **STRATEGI PROGRAM SIARAN RADIO MADAMA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL**



**RIAN ADITIA  
1910121093**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
2023**

# **SKRIPSI**

## **STRATEGI PROGRAM SIARAN RADIO MADAMA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL**



*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
sarjana program studi Ilmu komunikasi*

**RIAN ADITIA**

**1910121093**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
2023**

## SKRIPSI

### STRATEGI PROGRAM SIARAN RADIO MADAMA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL

Disusun dan diajukan oleh :

**RIAN ADITIA**  
**1910121093**

telah diperiksa dan disetujui untuk  
diseminarkan

Makassar, 27 September 2023  
Pembimbing



Muhammad Bisyr, S.Ksi., M.I.Kom

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial  
Universitas Fajar



Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom

# SKRIPSI

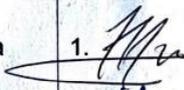
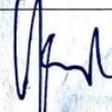
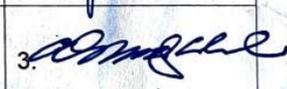
## Strategi Program Siaran Radio Madama Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital

disusun dan diajukan oleh

**Rian Aditia**  
**1910121093**

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi  
pada tanggal **Rabu, 27 September 2023** dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

**Menyetujui,**  
**TIM PENGUJI**

No	Nama Dosen	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Muhammad Bisyr, S.Ksi., M.I.Kom	Ketua	1. 
2.	Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom	Anggota	2. 
3.	Dr. Nur Alim Djalil, S.Sos., M.I.Kom	Anggota	3. 
4.	Muhammad Yusuf AR, S.Ag., M.I.Kom	Anggota	4. 

**Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial**  
**Universitas Fajar**

  
**Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rian Aditia  
NIM : 1910121093  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul Strategi Program Siaran Radio Madama Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 27 September 2023  
Yang Membuat Pernyataan



Rian Aditia

## **PRAKATA**

Puji syukur senantiasa dipanjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa (YME), dengan segala nikmat tersebut penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagaimana mestinya dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk menyelesaikan tugas akhir pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar guna untuk mendapatkan gelar S1 (Strata 1).

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Pertama-tama kepada ibu Hj. Jumriani dan bapak H.Muhammad Attas dan juga saudara-saudara saya yang telah tulus, sabar, ikhlas dalam memberikan kasih sayang yang tak terhingga serta perhatian dan dukungan moral maupun materil yang telah diberikan selama ini. Terima kasih ibu dan bapak yang tak kenal Lelah membesarkan, mendidik membimbing, dan mendoakan. Segala yang tercapai hari ini dan kemudian hari adalah berkat bimbingan dan doa dari orang tua. Setelah kedua orang tua terima kasih kepada Muhammad Bisyr S.Ksi., M.I.Kom. sebagai dosen pembimbing skripsi yang tak henti-hentinya membimbing penulis agar skripsi ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kesalahan dan kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan dukungan, serta kritik dan saran yang sifatnya membangun berbagai pihak, sehingga penulis bisa memperbaikinya.

Banyak hal yang penulis dapatkan, mulai dari pengetahuan hingga pengalaman yang begitu berharga. Dengan demikian, dalam kesempatan ini penulis akan menghaturkan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Mulyadi Hamid, SE., M.Si, Selaku Rektor Universitas Fajar
2. Dr. Yusmanizar, S.Sos, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar.
3. Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Indriani Dewi Resky Ananda S.I.Kom., M.I.Kom selaku sekretaris prodi yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komunikasi Universitas Fajar atas segala ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama ini.
6. Kepada pihak Radio Madama terima kasih telah bersedia menjadi narasumber yang sangat membantu penulis.
7. Ainun Fateha Qurani sebagai support system yang tak hentin-hentinya selalu memberikan semangat, doa, kasih, dukungan dan motivasi agar menyelesaikan skripsi ini tepat waktu
8. Teman-teman seperjuangan Tesa, Gita, Metry, Virgin, Dimas, Alpo, Fadel, Arya, Dandi, Zidan, Eca dan Akmal yang tak hentinya memberi semangat.dan seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Fajar angkatan 2019 .
9. Kakak-kakak Ilmu Komunikasi Angkatan 2017, Khusus nya kepada kak Sae, kak Fat, kak Nia, kak canu dan kak Firda yang ikut serta mendukung penulis.
10. Untuk orang-orang yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah memberikan bantuan, perhatian, doa, dan semangat yang luar biasa, terima

kasih. Semoga kita semua mendapatkan kebaikan dari hal baik yang kita lakukan

Peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi informasi baru bagi pembacanya. Peneliti menyadari masih banyak terdapat kekurangan serta kesalahan baik yang peneliti sadari maupun yang tidak di sadari. Dengan demikian, peneliti masih sangat membutuhkan pembelajaran dan masukan-masukan berupa kritik dan saran yang akan sangat bermanfaat dan berguna untuk peneliti demi terciptanya penelitian yang lebih baik kedepannya.

Makassar, 27 September 2023

Rian Adita

## **ABSTRAK**

### **“STRATEGI PROGRAM SIARAN RADIO MADAMA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL”**

**RIAN ADITIA  
MUHAMMAD BISYRI**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pendekatan strategis yang digunakan Program Siaran Radio Madama dalam mempertahankan kehadirannya di era digital. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Sumber data yang digunakan terdiri dari bahan primer antara lain observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan dua orang informan yaitu Head Station dan Broadcaster. Selain itu, sumber sekunder berupa buku, jurnal, dan laporan juga dikonsultasikan. Investigasi dilakukan selama kurun waktu satu bulan di lokasi penelitian yang ditunjuk, Radio Madama.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Radio Madama telah mencapai efektivitas maksimal dengan menerapkan teori Susan Tyler Eastman. Keberhasilan ini mungkin disebabkan oleh keberhasilan pelaksanaan strategi kompatibilitas dalam hal penjadwalan program, jenis program, dan pelaksanaan siaran. Informasi Kebiasaan, juga dikenal sebagai Pembentukan Kebiasaan, mengacu pada pendekatan strategis yang bertujuan untuk menumbuhkan kebiasaan mendengarkan di kalangan penonton. Hal ini melibatkan pemilihan dan pengaturan program yang tepat secara cermat untuk mendorong siaran yang konsisten dan terjadwal, sehingga menumbuhkan loyalitas penonton terhadap program pilihan mereka. Penerapan Audience Flow Control bertujuan untuk meningkatkan penayangan dan meminimalkan perpindahan saluran dengan memanfaatkan platform media sosial, aplikasi, dan teknik penyiaran. Konsep Konservasi Sumber Daya Program mengacu pada praktik pengelolaan dan pelestarian sumber daya yang digunakan dalam suatu program secara efisien. Tujuan dari strategi ini adalah untuk menjaga sumber daya program, memastikan pelestariannya dan potensi penggunaan kembali melalui pembentukan koneksi dan kolaborasi yang memfasilitasi pemeliharaan penyimpanan sumber daya. Daya tarik massa mengacu pada kemampuan siaran untuk menjangkau khalayak luas, yang mencakup aspek teknis dan sosial. Siaran-siaran ini dirancang untuk memenuhi kepentingan dan preferensi sebagian besar masyarakat, sehingga menghasilkan daya tarik yang luas. Pemilihan program yang menarik perhatian massa didasarkan pada kemampuannya menarik khalayak luas dan menghasilkan perhatian media yang signifikan.

**Kata Kunci : Strategi program, Program siaran, Radio, Eksistensi**

## **ABSTRACT**

### **“STRATEGI PROGRAM SIARAN RADIO MADAMA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL”**

**RIAN ADITIA  
MUHAMMAD BISYRI**

*The purpose of this research is to determine the strategic approach taken by the Madama Radio Broadcast Program in maintaining its presence in the digital era. This research uses qualitative research methodology. The data sources used consist of primary materials in the form of observations, documentation and interviews with two informants, namely the Head Station and Broadcaster. Apart from that, secondary sources in the form of books, journals and papers were also consulted. The investigation was carried out over a period of one month at the designated research location, Radio Madama.*

*Research findings show that Radio Madama has achieved maximum effectiveness by applying Susan Tyler Eastman's theory. This success may be due to the successful implementation of compatibility strategies in terms of program scheduling, program type, and broadcast implementation. Habit Information, also known as Habit Formation, refers to a strategic approach aimed at cultivating listening habits among the audience. This approach involves carefully selecting and programming the right programs to encourage consistent and regular engagement with the audience. By sticking to a predetermined schedule, broadcasters aim to build a sense of loyalty and commitment to the selected programs. The practice of controlling audience flow is carried out with the aim of increasing the number of viewers and minimizing channel switching, which is carried out through the use of social media, applications and broadcasts. The concept of Program Resource Conservation refers to the practice of efficiently managing and preserving resources within a program. The goal of this strategy is to safeguard program resources, ensuring their preservation and potential reuse through the establishment of relationships or collaborative efforts that facilitate maintenance of resource depositories. Mass appeal refers to a broadcast's ability to reach a wide audience, encompassing both technical and social dimensions. These broadcasts are designed to meet the interests and preferences of a broad range of people, making them accessible and interesting to a wide segment of society. The selection of programs to appeal to the masses is based on careful consideration of the program's ability to attract and engage diverse audiences, taking into account factors such as popular trends, cultural relevance and media preferences.*

**Key Words : Program strategy, Broadcast program, Radio, Existence**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
PRAKATA .....	vi
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.2 Tinjauan Konsep .....	10
2.1.1 Komunikasi.....	10
2.1.2 Unsur - unsur Komunikasi .....	11
2.1.3 Fungsi Komunikasi .....	16
2.1.4 Jenis-jenis Komunikasi .....	18
2.2 Komunikasi Massa .....	20
2.2.1 Ciri-ciri Komunikasi Massa .....	22

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	23
2.3 Sejarah Radio.....	25
2.4 Definisi Radio .....	26
2.4.1 Radio.....	27
2.4.2 Program Siaran Radio .....	29
2.4.3 Karakteristik Radio .....	29
2.4.4 Keunggulan dan Kekurangan Radio.....	30
2.5 Fungsi Radio .....	32
2.6 Penyiar .....	34
2.7 Definisi Strategi .....	36
2.8 Strategi Program Radio.....	38
2.9 Perkembangan Radio Di Era Digital .....	41
2.10 Definisi Eksistensi .....	42
2.11 Era Digital.....	44
2.12 Tinjauan Empirik .....	45
2.13 Kerangka Pemikiran .....	48
2.14 Definisi Operasional .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	51
3.2 Kehadiran Peneliti .....	51
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	51
3.4 Nara sumber .....	52
3.5 Sumber Data .....	53
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.6.1 Data Primer .....	54

3.6.2 Data Sekunder .....	55
3.7 Teknik Analisis Data .....	56
3.8 Pengecekan Validasi Data .....	57
3.9 Tahap - tahap Penelitian .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	60
4.1.1 Sejarah Radio Madama.....	60
4.1.2 Visi-Misi Radio Madama.....	61
4.1.3 Segmentasi <i>Audience</i> .....	63
4.1.4 Profil Radio Madama.....	64
4.1.5 Program Siaran .....	64
4.1.6 Struktur.....	65
4.2 Hasil Penelitian .....	66
4.3 Pembahasan .....	75
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan .....	82
5.2 Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3.1 Narasumber Beserta Jabatan .....	52
Tabel 4.1 Program Siaran.....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Waktu Harian Masyarakat Indonesia Yang Dhabiskan diMedia.....	6
Gambar 1.2 Data Pendengar Radio Madama .....	7
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir .....	48
Gambar 4.1 Logo Madama Radio .....	61
Gambar 4.2 Struktur .....	65
Gambar 4.3 Instagram Radio Madama .....	71
Gambar 4.4 Twitter Radio Madama.....	72
Gambar 4.5 Facebook Radio Madama.....	73
Gambar 4.6 Youtube Radio Madama .....	74
Gambar 4.7 Tiktok Radio Madama.....	75

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah melahirkan banyak platform media massa, meliputi media cetak tradisional, media elektronik, dan munculnya media internet. Media elektronik dan online adalah sarana utama yang digunakan individu untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburannya. Salah satu bentuk media informasi yang paling efektif dan efisien adalah media radio elektronik. Hal ini disebabkan penyebarannya yang luas di kalangan masyarakat dan kemudahan akses yang diberikannya.

Munculnya radio merupakan tonggak penting dalam bidang kemajuan teknologi, yang kemudian menjelma menjadi media yang didedikasikan untuk penyediaan hiburan dan penyebaran informasi. Radio mempunyai ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan media lain. Karakteristik ini dapat dikategorikan menjadi atribut positif, atau kekuatan, dan atribut negatif, atau kelemahan.

Radio biasa disebut sebagai media tradisional karena dianggap mengalami penurunan relevansi dibandingkan media online. Persepsi ini berasal dari anggapan historis bahwa radio mempunyai posisi penting sebagai kelompok kelima setelah surat kabar. Tidak diragukan lagi, kemajuan teknis masa kini memberikan pengaruh besar terhadap berfungsinya operasi radio. Industri penyiaran radio memerlukan pemanfaatan kreativitas dan keahlian guna mempertahankan keunggulan kompetitif. Untuk menjamin kelangsungan hidup radio, media harus beradaptasi dan memanfaatkan dunia digital yang ada. Penentu utama nilai radio terletak pada audiensnya, karena pendengar radio berfungsi sebagai metrik kehadiran program radio dan podcast di era digital

kontemporer. Audiens ini sangat penting dalam memberikan peluang kepada pelanggan untuk berkolaborasi periklanan radio.

Saat ini bisa dikatakan bahwa radio telah memasuki tahap digital, tahap digital ini dijelaskan sebagai fase disaat popularitas radio tidak lagi sepopuler seperti dahulu. Tahap ini telah membuat eksistensi radio kembali kepada era 70 dan 80-an yang mengedepankan sapa pendengar serta hanya memutar lagu tanpa disertai informasi yang memadai, yang diperlukan pendengar saja. Hal ini disebabkan karena terjadinya pergeseran tren dengan adanya media sosial, acara televisi, gadget, dan perangkat hiburan lainnya. Faktor-faktor itulah yang kemudian menjadi sebab terganggunya kestabilan bisnis radio terutama dengan mudahnya mengakses internet Purwanto ( 2021).

Jika mempertimbangkan perspektif media penyiaran, konsep eksistensi sebuah program radio mengacu pada kemampuannya untuk bertahan dalam jangka waktu yang lama. Menurut Abidin (2007), eksistensi dapat diartikan sebagai suatu proses dinamis yang melibatkan keadaan sesuatu, keberadaannya, atau keadaan keberadaannya saat ini. Hal ini selaras dengan etimologi istilah "eksistensi" itu sendiri, yang berasal dari kata Latin "exsistere", yang berarti kemunculan, transendensi, atau melampaui. Eksistensi dicirikan oleh fleksibilitas dan dinamisme yang melekat, dibandingkan dengan kekakuan dan stagnasi. Ia mengalami proses perkembangan yang terus-menerus atau, sebagai alternatif, kemunduran, bergantung pada kapasitasnya untuk mewujudkan potensi yang melekat pada dirinya.

Tugas mempertahankan eksistensi seseorang secara inheren lebih menantang dibandingkan tindakan memulai atau membangun eksistensi seseorang. Tidak dapat dipungkiri, kehadiran suatu lembaga tidak selalu

memberikan hasil yang baik. Penurunan eksistensi dapat terjadi ketika banyak lembaga penyiaran radio bermunculan, sehingga menyebabkan meningkatnya persaingan dalam industri ini. Aspirasi agar setiap program dapat mengungguli stasiun radio lainnya selalu menjadi visi ideal penyelenggaraan radio.

Membuat program siaran adalah tugas yang relatif mudah untuk stasiun radio mana pun. Namun, setelah program ini ditetapkan, ada beberapa pertimbangan penting yang muncul: bagaimana program tersebut dapat bertahan, bagaimana program tersebut dapat melibatkan pendengar secara efektif, dan bagaimana program tersebut dapat menjamin kelangsungan program tersebut. Oleh karena itu, sangat penting untuk menggunakan pendekatan strategis dalam pengorganisasian dan pengembangan program penyiaran, tidak terkecuali jenis-jenis program religi, dengan harapan program dapat menjadi sarana untuk menyenangkan pendengar, mendidik, memberikan informasi, dan mempengaruhi kesejahteraan pendengar.

Suatu program dapat dipahami sebagai konsep abstrak yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan kognitif individu, memungkinkan dilakukannya evaluasi pengalaman subjektif untuk menentukan kualitasnya. Secara umum program radio dikategorikan ke dalam beberapa slot waktu, antara lain program pagi, siang, sore, dan dini hari. Selain itu, ada program yang ditayangkan mingguan, bulanan, dan tahunan. Menurut Arizah (2023), program atau program mengacu pada pengorganisasian acara atau siaran radio dengan cara yang menarik khalayak luas, dengan tujuan untuk meningkatkan partisipasi pendengar. Mengingat hal ini, strategi penataan program radio dirancang untuk mengikuti kerangka kerja yang jelas.

Untuk memikat penonton, pengelola media penyiaran harus menerapkan strategi yang efektif untuk menghasilkan program berkualitas tinggi. Dalam pengelolaan program radio, salah satu pendekatan efektif yang dapat diterapkan adalah penerapan strategi program.

Strategi mengacu pada persiapan dan pelaksanaan tindakan yang disengaja yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi sepanjang pelaksanaan misinya. Stephanie Kmarrus memberikan definisi strategi sebagai pendekatan sistematis yang digunakan oleh para eksekutif senior untuk memprioritaskan tujuan jangka panjang suatu organisasi, bersamaan dengan pengembangan rencana atau inisiatif untuk mencapai tujuan tersebut secara efektif. Dalam skenario khusus ini, proses perencanaan strategis untuk stasiun penyiaran mencakup tindakan membuat penilaian berdasarkan informasi mengenai maksud dan tujuan yang terkait dengan program penyiaran. Tugas yang ada melibatkan identifikasi dan penargetan audiens tertentu. Kembangkan seperangkat pedoman untuk menentukan strategi optimal dan membuat keputusan untuk strategi spesifik yang akan digunakan.

Program siaran dapat digambarkan sebagai komponen atau bagian tersendiri dari keseluruhan isi siaran radio atau televisi. Pemahaman terhadap keseluruhan siaran pada suatu stasiun penyiaran memerlukan pengakuan bahwa siaran tersebut mencakup beberapa program yang disiarkan. Alternatifnya, dapat dikatakan bahwa komposisi keseluruhan siaran di suatu stasiun penyiaran terdiri dari berbagai program. Program mencakup semua konten yang disajikan oleh stasiun penyiaran untuk memenuhi tuntutan pemirsanya. Oleh karena itu, program ini memiliki konotasi yang sangat luas. Program atau acara yang disajikan merupakan salah satu faktor penentu yang menimbulkan minat

masyarakat untuk menyimak siaran radio yang disebarluaskan oleh stasiun penyiaran.

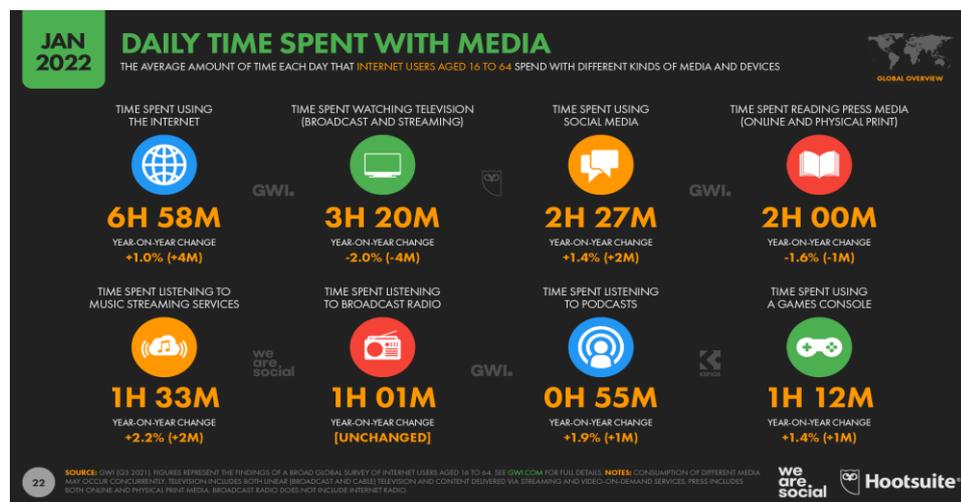
Oleh karena itu, untuk mengembangkan program yang sukses, sangat penting untuk melakukan perencanaan yang cermat, mematuhi protokol produksi dan pelaksanaan yang sesuai, dan memantau kinerja program dengan cermat. Oleh karena itu, evaluasi efektivitas program sangat penting untuk meningkatkan kualitas dan memperluas jangkauan audiens.

Mengingat era digitalisasi kontemporer, banyak platform media baru yang bermunculan, terutama media sosial. Aksesibilitas dan pemanfaatan platform media sosial oleh individu dari semua kelompok umur, termasuk anak-anak dan orang dewasa, berpotensi menimbulkan ancaman terhadap relevansi saluran media massa tradisional seperti radio. Di zaman sekarang, individu memiliki akses mudah terhadap sejumlah besar informasi, hiburan, dan komposisi musik melalui hamparan luas dunia maya, yang biasa disebut internet. Contoh platform media sosial antara lain Instagram, Line, YouTube, Twitter, Facebook, dan berbagai lainnya. Ekspansi internet yang eksponensial telah muncul sebagai pesaing berat bagi pemilik dan administrator stasiun radio. Pengelola stasiun radio wajib menunjukkan kreativitas dan inovasi yang lebih tinggi dalam upayanya memikat minat pendengar. Potensi marginalisasi keberadaan radio dapat terjadi apabila radio gagal bersaing secara efektif dengan media digital. Adaptasi radio terhadap kemajuan teknologi, khususnya internet, dipandang perlu. Alternatifnya, industri radio mungkin menghadapi penurunan daya saing dan akhirnya punah.

Tujuan utama penyiaran radio adalah untuk memberikan hiburan, menyebarkan pesan atau informasi, dan memberikan muatan pendidikan kepada

pemirsanya. Radio Madama turut berkontribusi dalam upaya ini dengan beragam programnya yang berkembang pesat sepanjang puncak penyiaran radio di Indonesia, yaitu pada tahun 1980an dan 1990an.

Namun saat ini, fenomena konsumsi media mengalami banyak perubahan. Data pada gambar 1.1 menunjukkan keberadaan radio hampir tersingkirkan oleh media baru.



Gambar 1.1

### Waktu Harian Masyarakat Indonesia yang Dhabiskan dimedia

Pesatnya kemajuan teknologi dan meningkatnya keterhubungan dunia mengharuskan adanya kemajuan yang signifikan dalam media penyiaran, khususnya di bidang radio. Agar dapat bersaing secara efektif dengan penyampaian hiburan di lanskap yang sangat canggih saat ini, radio harus berupaya mencapai terobosan dalam bentuk segmentasi program yang sangat cerdas. Memang benar, kami menerapkan metode dan taktik promosi yang tepat agar dapat berkembang di tengah persaingan era digital. Menurut Nielsen (2008:63), Stasiun Radio terlibat dalam upaya kompetitif untuk meningkatkan pendapatan iklan mereka melalui penerapan metode yang lebih efektif dan perumusan rencana yang bertujuan untuk menarik dan mempertahankan

sponsor. Hal ini tidak lepas dari kualitas kinerja bagian pemasaran (marketing). Pemasar harus memiliki pengetahuan untuk memahami karakteristik radio dalam periklanan. Pengetahuan ini sangat penting untuk memenangkan hati dan pikiran pengiklan, sehingga keterampilan komunikasi di bagian marketing (pemasaran) menjadi sangat penting.

Dalam mempertahankan eksistensi setiap perusahaan atau media harus mempunyai strategi, dalam hal ini Radio Madama tidak lepas dari platform digital, pada Radio Madama memiliki kerja sama dengan aplikasi seperti Apple music, Noice, dan Tunein. Agar para pendengar tetap bisa mendengarkan di mana saja.

PT. Media Masyarakat Muda Makassar (Radio Madama), Radio Madama pertama kali berlokasi di Jalan HOS Cokro Aminoto No. 9 Lt. Gedung Anakuma 4, menandai berdirinya stasiun radio FM perdana di Kota Makassar. Berdirinya Radio Madama, stasiun radio FM pertama yang menyasar generasi muda di Makassar, telah mendorong maraknya menjamurnya saluran-saluran FM (*Frequency Modulation*) baru di kalangan stasiun radio. Dan hadir dalam rangka memenuhi kebutuhan kota dan terkhusus untuk remaja usia belasan hingga dewasa yang perlu terus diberi contoh dan kabar bagaimana seharusnya berpartisipasi dalam membangun kotanya dan mengembangkan tingkah polah positif demi terciptanya iklim pergaulan yang baik dan terhindar dari hal-hal negatif. Pendengar Radio Madama di Indonesia 76.000 orang/Minggu, 10.857 orang/Hari, dan 638 orang/Jam. Hal ini terlihat pada data pendengar Radio Madama pada bulan juli 2022 – Desember 2022.



**Gambar 1.2 Data Pendengar Radio Madama.**

Perangkat siar dan sumber daya manusianya yang handal dan berpendidikan juga berpengalaman diharapkan mampu memberi jawaban atas tantangan-tantangan perubahan jaman yang terkadang harus diberi filter agar tidak merukan regenerasi masyarakat kota yang dinamis dan berintegritas tinggi dalam upaya turut serta mewujudkan program-program pemerintah yang pro terhadap peningkatan kualitas yang mumpuni dalam menjawab tantangan.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis menyatakan ketertarikannya untuk melakukan penelitian mengenai pendekatan program siaran yang digunakan Radio khusus nya Madama untuk mempertahankan keberlangsungan program siarannya. Keberhasilan implementasi rencana program oleh manajer radio berdampak langsung pada efektivitas media dalam mengembangkan program yang selaras dengan tujuan yang disepakati bersama. Dan Karena Radio Madama adalah salah satu Radio lokal FM yang pertama ada di kota Makassar yang masih bertahan hingga saat ini.

Dalam hal periklanan, media radio menghadapi berbagai kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Demikian pula halnya dengan Radio Madama Makassar sendiri. Berdasarkan informasi latar belakang yang diberikan, penulis menunjukkan ketertarikan untuk melakukan penelitian tentang strategi promosi Radio Madama sehubungan dengan pemeliharaan segmentasi periklanan. Permasalahan apa saja yang dihadapi Radio Madama Makassar dalam proses periklanannya.

Studi ini menyelidiki taktik yang digunakan oleh program siaran radio untuk mempertahankan kehadirannya, yang bertujuan untuk menilai kelangsungan program siaran radio di era digital kontemporer. Sebuah program

yang menggunakan teknik yang efektif dapat bertahan meskipun semakin banyak program radio yang mengadopsi bentuk yang sama atau berbeda.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

Bagaimana strategi program siaran Radio Madama dalam mempertahankan eksistensinya di Era digital

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah

Untuk mengetahui strategi Program Siaran Radio Madama dalam mempertahankan eksistensinya di Era digital.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak yang berkepentingan, seperti :

### **1. Manfaat Teoritis**

Kajian ini memberikan kontribusi yang berharga dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait teknik yang digunakan program siaran radio untuk mempertahankan relevansinya di era digital. Temuan penelitian ini dapat menjadi masukan berharga bagi mahasiswa dalam domain ini.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan berharga kepada manajemen radio mengenai taktik radio yang efektif untuk mempertahankan kehadiran mereka di era digital.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Konsep**

##### **2.1.1 Komunikasi**

Secara garis besar, komunikasi dapat didefinisikan sebagai tindakan penyampaian pesan kepada individu, yang mencakup berbagai jenis konten seperti informasi, pengumuman, undangan, permintaan, dan bahkan pernyataan yang provokatif atau menghasut. Permulaan suatu proses komunikasi dapat ditelusuri kembali ke penerimaan pesan. Komunikasi terjadi ketika ada pesan yang ingin atau wajib disampaikan seseorang kepada entitas lain. Pada dasarnya, komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian sistematis pikiran atau emosi seseorang kepada orang lain melalui pemanfaatan bahasa sebagai media penyampaian informasi tersebut.

Menurut karya ilmiah Jhon Fiske (2016), komunikasi adalah fenomena sosial yang ditandai dengan pertukaran interaktif yang dapat terjadi baik melalui cara langsung maupun tidak langsung. Menjamurnya alat komunikasi seperti telepon seluler dan internet memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemajuan teknologi dalam memudahkan aktivitas komunikasi. Tujuan utama komunikasi adalah untuk memperoleh masukan dari individu.

Komunikasi yang efektif mempunyai peran penting dalam menjamin kelangsungan hidup seseorang, yang mencakup keselamatan fisik dan peningkatan keamanan pribadi. Selain itu, juga dapat menjadi sarana kelangsungan hidup masyarakat, khususnya dengan meningkatkan interaksi sosial dan mendorong kemajuan suatu masyarakat. Komunikasi, dalam arti

luas, berfungsi sebagai sarana interaksi sosial yang membentuk hubungan sosial individu dalam lingkungan terdekatnya. Komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan emosi dan sentimen kita. Emosi yang disebutkan di atas disampaikan secara efektif melalui bentuk komunikasi nonverbal.

Menurut Romli (2017) proses komunikasi terbagi dari dua tahap, yakni secara primer dan sekunder:

1. Proses komunikasi secara primer

Proses mendasar komunikasi adalah penyampaian pikiran atau emosi seseorang kepada orang lain melalui pemanfaatan simbol-simbol sebagai alat ekspresi.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi sekunder mengacu pada tindakan penyampaian pesan dari satu individu ke individu lain melalui penggunaan instrumen atau metode sebagai media pelengkap setelah menggunakan simbol-simbol sebagai media utama.

### **2.1.2 Unsur - unsur Komunikasi**

Razali (2020) berpendapat bahwa terjalannya komunikasi yang efektif memerlukan masuknya beberapa faktor komunikasi dalam proses komunikasi. Komponen penting komunikasi minimal mencakup enam bagian, yaitu: sumber, komunikator, pesan, saluran, tindakan komunikasi, dan dampak yang diakibatkannya. Dalam arti luas, proses komunikasi secara khusus:

- a. Pemanfaatan sumber sebagai salah satu komponen dalam komunikasi berfungsi sebagai landasan penyampaian pesan, sehingga meningkatkan

efektivitas komunikasi yang dimaksudkan. Konsep sumber merupakan aspek fundamental dalam komunikasi, yang diwujudkan dalam berbagai bentuk seperti institusi, buku, catatan, dan media lainnya.

- b. Komunikator, sebagai konstituen proses komunikasi, dapat dikonseptualisasikan sebagai individu yang bertanggung jawab untuk mentransmisikan dan menyampaikan pesan. Dalam bidang komunikasi, arahan komunikator mempunyai arti penting dalam menentukan keefektifan dalam mempengaruhi hasil komunikasi. Individu yang menerima pesan dari komunikator harus memiliki kemampuan yang diperlukan untuk memilih sasaran yang tepat dan memastikan hasil komunikasi yang diinginkan. Sebelum melakukan tindakan komunikasi, penting bagi komunikator untuk mempertimbangkan kapasitas komunikasi dalam memahami dan mengasimilasi isi yang disampaikan. Untuk meningkatkan efektivitas dalam mencapai hasil yang diinginkan, komunikator harus memiliki kemampuan untuk membedakan media yang tepat melalui mana persuasi akan disampaikan.
- c. Pesan sebagai komponen integral komunikasi dapat diartikan sebagai isi informasi yang disampaikan pengirim kepada penerima. Komunikator mempunyai kemampuan untuk menyampaikan pesan melalui banyak saluran, seperti bahasa verbal, intonasi vokal, gerak tubuh, dan isyarat wajah.
- d. Saya minta maaf, tetapi teks Anda tidak memberikan informasi atau konteks apa pun bagi saya untuk menulis ulang. Saluran mengacu pada sarana penyampaian komunikasi dan terkadang disebut sebagai media komunikasi. Media komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi dua

kategori berbeda: media komunikasi pribadi dan media komunikasi massa. Media komunikasi pribadi mengacu pada berbagai cara yang melaluinya individu terlibat dalam kontak interpersonal satu sama lain. Karakteristik yang melekat pada media komunikasi pribadi membatasi pengaruhnya pada khalayak terbatas. Contoh media komunikasi personal antara lain telepon, berbagai software chatting seperti WhatsApp, Line, dan BBM, serta platform Skype. Bentuk media komunikasi yang kedua adalah media komunikasi massa. Bentuk media komunikasi ini digunakan untuk menyebarkan pesan dari satu atau beberapa individu ke khalayak luas. Media komunikasi massa yang berskala besar memungkinkannya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap banyak orang. Media komunikasi massa mencakup berbagai platform, termasuk televisi, radio, dan yang terbaru, platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan YouTube.

- e. Komunikasi, sebagai komponen penting dari proses komunikasi, dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai kategori berdasarkan karakteristiknya, seperti jenis, arah, dan jumlah peserta yang terlibat. Komponen komunikasi umumnya diklasifikasikan menjadi dua kategori berbeda: komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal mengacu pada cara komunikasi yang mengandalkan penggunaan bahasa lisan atau simbol verbal. Simbol verbal mempunyai kemampuan untuk diubah menjadi manifestasi lisan atau tulisan. Komunikasi verbal mencakup pertukaran informasi antara dua individu atau lebih melalui interaksi langsung dan tatap muka, tanpa perantara fisik atau teknologi.

f. Efek adalah komponen fundamental komunikasi yang menentukan hasil akhir dari pertukaran komunikatif. Konsekuensi komunikasi dapat menunjukkan berbagai hasil dan dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok berbeda, yaitu:

- Pendapat pribadi mengacu pada sudut pandang dan cara pandang subjektif seseorang terhadap suatu hal tertentu.
- Opini publik mengacu pada evaluasi kolektif terhadap suatu masalah tertentu dalam masyarakat, yang dibentuk melalui pertukaran dan penyebaran gagasan antar individu.
- Konsep opini mayoritas mengacu pada opini yang didukung secara luas oleh mayoritas individu dalam konteks publik atau masyarakat tertentu.

Selain itu, William J. Cle mengidentifikasi berbagai komponen komunikasi yang memiliki relevansi signifikan di abad sekarang. Jika sebelumnya kita telah mengkaji komponen-komponen mendasar komunikasi dalam konteks yang luas, nampaknya William J. Seller telah merumuskan sudut pandangnya sendiri mengenai unsur-unsur komunikasi. Menurut sudut pandang individu, komponen-komponen penyusun komunikasi dapat dikategorikan lebih lanjut menjadi unsur-unsur komunikasi yang lebih mencakup. William J. Seller mengategorikan komponen komunikasi ke dalam delapan kategori berbeda secara khusus:

a. Lingkungan sebagai aspek mendasar dalam komunikasi terdiri dari tiga unsur penting, yaitu: Dimensi fisik komunikasi mengacu pada lokasi atau lingkungan tertentu di mana komunikasi terjadi. Di sisi lain, dimensi sosial-psikologis mencakup berbagai peran dan dinamika yang diambil

oleh mereka yang terlibat dalam proses komunikasi. Aspek komunikasi juga dipengaruhi oleh budaya dan konteks sosial. Temporal mengacu pada durasi komunikasi, meliputi jam, hari, atau periode sejarah.

- b. Dalam bidang ilmu komunikasi, proses menghasilkan suatu pesan disebut dengan istilah pengkodean. Dalam konteks komunikasi, proses penafsiran suatu pesan biasa disebut dengan decoding. Oleh karena itu, istilah "encoder" biasanya digunakan untuk menunjukkan seseorang yang terlibat dalam komunikasi, sedangkan istilah "decoder" digunakan untuk menggambarkan penerima komunikasi. Mirip dengan hubungan sumber-penerima, proses komunikasi melibatkan proses pengkodean-penguraian kode sebagai satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Prosedur ini berlangsung secara sinkron dan timbal balik.
- c. Komponen komunikasi selanjutnya meliputi penerima dan sumber. Konsep sumber penerima menggarisbawahi keterhubungan semua partisipan dalam komunikasi, menekankan bahwa setiap individu yang terlibat berfungsi baik sebagai sumber (komunikator) dan penerima (komunikan).
- d. Kompetensi komunikasi, sebagai komponen konsep komunikasi yang lebih luas, berkaitan dengan kemampuan individu untuk terlibat dalam komunikasi yang efektif. Kemahiran dalam komponen komunikasi ini mencakup faktor-faktor seperti pemahaman dampak lingkungan (konteks) terhadap pembentukan substansi dan struktur pesan.
- e. Umpan balik dalam komunikasi mengacu pada transmisi informasi kembali ke sumber aslinya.
- f. Interferensi dalam unsur komunikasi mengacu pada terjadinya interferensi yang menyebabkan distorsi pada pesan yang disampaikan. Interferensi

menghalangi kemampuan penerima untuk berhasil menerima pesan yang diinginkan, serta menghalangi kemampuan sumber untuk menyampaikan pesan secara efektif. Gangguan pada komponen komunikasi dapat mengakibatkan ketidaksesuaian antara pesan yang dikirimkan oleh pengirim dengan pesan yang diterima oleh penerima.

- g. Saluran komunikasi mengacu pada banyak media yang melaluinya pesan dikirimkan. Komunikasi sering kali terjadi melalui beberapa saluran, menggunakan dua, tiga, atau lebih saluran yang tumpang tindih.
- h. Pesan, sebagai komponen fundamental komunikasi, menunjukkan beragam bentuk. Manusia terlibat dalam transmisi dan penerimaan pesan melalui satu atau kombinasi dari lima modalitas sensorik. Mirip dengan komponen komunikasi yang disebutkan sebelumnya, William J. Seller mengategorikan pesan dalam elemen komunikasi ke dalam berbagai klasifikasi.

### **2.1.3 Fungsi Komunikasi**

Beberapa ahli komunikasi memiliki cara yang berbeda untuk menyebut mengekspresikan fungsi komunikasi. Namun penting untuk dibahas pahami bahwa orang yang berkomunikasi dengan jelas menyatakan dan mendukung identitas dirinya dan membangun hubungan sosial dengan orang-orang disekitarnya. Si pengirim pesan mungkin ingin mempengaruhi dan mengubah perilaku baik orang disekitarnya mau masyarakat umum saya nggak mau merasakan berfikir dan melakukan apa yang dirasakan yang dilakukan pengirim pesan. Menurut Bitner, komunikasi massa dapat diartikan sebagai penyebaran informasi atau pesan kepada khalayak luas melalui berbagai bentuk media massa. Gerbner (1967) mendefinisikan komunikasi massa

sebagai penciptaan dan penyampaian aliran pesan yang berkesinambungan dalam masyarakat industri, yang terutama difasilitasi oleh sarana teknologi dan kelembagaan. Komunikasi massa mengacu pada proses menciptakan dan menyebarkan aliran pesan yang konsisten melalui penggunaan teknologi dan struktur kelembagaan. Hal ini terutama terjadi pada individu yang tinggal di masyarakat industri (Mustofa,2022).

Saragih (2022) Menyatakan bahwa fungsi komunikasi merupakan bagian penting dari kehidupan manusia sehari-hari sehingga dalam bentuk kontak sosial setiap orang atau kelompok yang berkomunikasi akan mewakili keberadaannya singkatnya fungsi komunikasi ditunjukkan untuk kelangsungan hidup seseorang termasuk dalam akutualisasi diri kenyamanan diri keamanan fisik dan kesadaran pribadi untuk meningkatkan kesadaran dalam menerapkan kemampuannya Komunikasi memiliki 3 fungsi menurut John Fiske (2016) yaitu:

1. Informasi

Perolehan, retensi, dan distribusi berita, data, visual, informasi faktual, serta pesan dan komentar berbasis opini sangat penting untuk memfasilitasi pemahaman individu dan memungkinkan mereka merespons secara efektif.

2. Sosialisasi

Penyediaan sumber informasi memainkan peran penting dalam membekali individu dengan keterampilan dan pemahaman yang diperlukan untuk berpartisipasi secara efektif dalam kegiatan sosial. Hal ini memungkinkan individu untuk mengembangkan kesadaran akan peran dan tanggung jawab sosial mereka, memberdayakan mereka untuk secara aktif terlibat dalam berbagai aspek masyarakat.

### 3. Motivasi

Wacana ini menjelaskan tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh masyarakat, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, dengan tujuan untuk menumbuhkan pemahaman individu terhadap preferensi dan aspirasi mereka.

#### **2.1.4 Jenis-Jenis Komunikasi**

Topik diskusi berkaitan dengan komunikasi yang bergantung pada cara penyampaian. Dalam arti luas, komunikasi adalah aspek mendasar dari interaksi antar individu, yang mencakup organisme soliter dan makhluk sosial yang memiliki kecenderungan bawaan untuk terlibat dalam pertukaran komunikatif. Namun, penting untuk diketahui bahwa tidak semua individu memiliki keterampilan komunikasi yang baik, sehingga memerlukan penggunaan banyak metode untuk menyampaikan informasi. Menurut Agus (2003), komunikasi dapat dikategorikan ke dalam bentuk verbal dan non-verbal, sedangkan komunikasi berbasis perilaku dapat diklasifikasikan lagi menjadi Komunikasi Formal, Komunikasi Informal, dan Komunikasi Non-Formal. Agus mengemukakan dalam bukunya yang berjudul "Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Intrapersonal" bahwa komunikasi verbal melibatkan penggunaan kata-kata lisan dan tulisan. Komunikasi verbal berfungsi sebagai sarana interaksi utama dalam interaksi manusia, memfasilitasi ekspresi emosi, pikiran, gagasan, dan niat. Hal ini memungkinkan individu untuk menyampaikan informasi, data, dan penjelasan faktual, sekaligus mendorong pertukaran pemikiran, pendapat, dan terlibat dalam perdebatan atau konflik. Ada berbagai macam komunikasi yang dapat diidentifikasi:

## 1. Komunikasi berdasarkan penyampaian

### a. Komunikasi verbal (lisan)

- Fenomena yang dimaksud ditandai dengan interaksi langsung antar individu, tanpa adanya batasan yang disebabkan oleh jarak geografis, sehingga memungkinkan terjadinya pertemuan tatap muka. Misalnya saja percakapan antara dua individu yang terjadi secara tidak langsung karena adanya kendala jarak fisik.
- Salah satu gambaran fenomena ini adalah pemanfaatan komunikasi telepon

### b. Komunikasi non verbal (Tertulis)

- Skrip biasanya digunakan untuk tujuan mengkomunikasikan berita yang rumit.
- Penguraian gambar dan foto dengan menggunakan cara lisan atau tulisan tidak layak dilakukan.

## 2. Komunikasi berdasarkan perilaku

Komunikasi berdasarkan perilaku dapat di bedakan menjadi 3:

- a. Komunikasi formal mengacu pada pertukaran informasi yang terjadi dalam konteks struktur organisasi yang sudah mapan, khususnya antar organisasi atau perusahaan. Jenis komunikasi ini ditandai dengan kepatuhan terhadap protokol yang terkontrol, seperti yang dilakukan dalam seminar.
- b. Komunikasi Informan, yaitu komunikasi yang terjadi pada sebuah organisasi atau perusahaan yang tidak di tentukan dalam struktur organisasi serta tidak mendapatkan kesaksian resmi yang mungkin tidak berpengaruh kepada kepentingan organisasi atau perusahaan. Contohnya kabar burung desas-desus, dan sebagainya.

- c. Komunikasi non formal, yaitu komunikasi yang terjadi antara komunikasi yang bersifat formal dan informal yaitu komunikasi yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas pekerjaan organisasi atau perusahaan dengan kegiatan yang bersifat pribadi anggota organisasi atau perusahaan tersebut, contohnya rapat mengenai Memorandum of Understanding (MOU)
3. Komunikasi berdasarkan kelangsungan
    - a. Komunikasi langsung mengacu pada suatu bentuk komunikasi yang terjadi tanpa keterlibatan perantara atau media komunikasi yang ada. Jenis komunikasi ini tidak dibatasi oleh jarak geografis.
    - b. Komunikasi tidak langsung mengacu pada proses komunikasi yang melibatkan keterlibatan pihak ketiga atau penggunaan instrumen komunikasi.
  4. Komunikasi berdasarkan maksud komunikasi
    - a. Pidato
    - b. Memberi ceramah
    - c. Wawancara
    - d. Memberikan perintah
  5. Komunikasi berdasarkan ruang lingkup
    - a. Komunikasi Internal
    - b. Komunikasi eksternal
    - c. Komunikasi berdasarkan jumlah yang berkomunikasi.

## **2.2 Komunikasi Massa**

Istilah “komunikasi massa” (disingkat “komass”) terdiri dari dua kata penyusun, yaitu “komunikasi” dan “massa”. Banyak sekali para ahli yang

memberikan definisi atau penafsirannya masing-masing mengenai konsep komunikasi. Menurut Wilbur Schramm, komunikasi berasal dari istilah Latin “communis”, yang memiliki arti yang sama yaitu “umum”. Oleh karena itu, untuk menjalin komunikasi yang efektif, sangat penting untuk menumbuhkan rasa kekompakan dan keharmonisan antar individu. Sesuai dengan definisi P.J. Bouman, istilah "massa" digunakan untuk menunjukkan sekelompok besar individu, kadang-kadang mencakup sejumlah besar penonton. Meskipun tanpa struktur formal, pengelompokan ini menunjukkan hubungan dan kesamaan ideologi. Kustiawan (2022) adalah penulis atau sumber yang dirujuk.

Komunikasi massa mengacu pada proses komunikasi yang terjadi melalui saluran media massa. Bentuk komunikasi ini bermula dari ungkapan “komunikasi massa” yang digunakan untuk menggambarkan pertumbuhan pertama bidang ini. Komunikasi adalah proses dimana pengirim menyampaikan pesan kepada penerima, yang kemudian memberikan umpan balik atau tanggapan terhadap pesan yang diterima.

Konsep komunikasi massa dapat dikategorikan menjadi dua dimensi utama: luas dan sempit. Didefinisikan secara luas, komunikasi massa mengacu pada proses penyampaian pesan melalui berbagai bentuk media massa, seperti platform cetak, elektronik, atau digital, dengan tujuan untuk memperoleh reaksi positif dari satu atau lebih penerima. Di sisi lain, definisi sempit komunikasi massa secara khusus berkaitan dengan komunikasi yang disebarluaskan kepada khalayak luas. Kustiawan (2022).

### **2.2.1 Ciri-ciri Komunikasi Massa**

Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang banyak memanfaatkan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Komunikasi massa mencakup aktivitas institusi dan komunikator yang beroperasi dalam struktur organisasi yang rumit. Ketika memanfaatkan media televisi sebagai media komunikasi, komunikator menggunakan teknologi audio visual untuk menyampaikan pesan baik secara verbal maupun non-verbal, secara real-time. Menurut Zaenab (2013), terdapat berbagai ciri yang terkait dengan komunikasi massa:

- a. A. Secara umum, komunikasi massa dicirikan oleh inklusivitasnya, karena ditujukan untuk khalayak luas dan bukan ditujukan kepada kelompok individu tertentu. Oleh karena itu, pesan komunikasi massa mempunyai ciri umum. Komunikasi komunikasi massa mencakup serangkaian konten, termasuk informasi faktual, peristiwa, dan opini subjektif. Meski demikian, perlu disadari bahwa tidak semua informasi dan kejadian faktual di sekitar kita dapat direplikasi dan disebarluaskan melalui saluran media massa. Pesan-pesan komunikasi massa, apa pun medianya, harus memenuhi persyaratan untuk menjadi pesan yang bermakna atau menarik, atau bermakna sekaligus menarik, bagi sebagian besar penerimanya. Pesan dalam komunikasi massa biasanya bersifat luas.
- b. Komunikasi massa dicirikan oleh sifatnya yang searah. Intinya, komunikasi massa mengacu pada proses penyampaian informasi dan pesan melalui saluran media massa. Karena sifat media massa, interaksi langsung antara komunikator dan komunikan tidak mungkin dilakukan. Komunikator terlibat dalam transmisi pesan secara aktif, sementara

komunikasikan secara aktif menerima sinyal-sinyal tersebut. Namun, dialog tidak dapat terjalin secara efektif antara kedua pihak. Oleh karena itu, komunikasi massa bercirikan aliran informasi yang searah.

- c. Umpan balik tertunda mengacu pada situasi di mana umpan balik diberikan kepada seseorang setelah jangka waktu tertentu berlalu. Elemen umpan balik merupakan aspek penting dalam semua bentuk komunikasi. Penilaian efektivitas komunikasi sering kali diukur melalui umpan balik yang diterima dari partisipan dalam proses komunikasi. Berbeda dengan komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, proses penerimaan umpan balik dalam komunikasi massa tidak dapat dipastikan secara instan.
- d. Komunikasi massa bergantung pada pemanfaatan peralatan teknis media massa untuk menyiarkan pesan secara efektif kepada khalayak yang membutuhkan bantuan teknis, seperti penggunaan pemancar untuk media elektronik. Penyebaran informasi melalui media massa difasilitasi oleh gatekeeper, yaitu individu yang berperan sebagai perantara penting dalam proses komunikasi massa. Dia mengambil peran sebagai individu yang memfasilitasi penyertaan atau pengecualian penyederhanaan untuk meningkatkan pemahaman informasi yang disebarluaskan.

### **2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Manusia tidak dapat menghindari komunikasi. Manusia, sebagai makhluk sosial, secara alami cenderung untuk tinggal dalam kerangka masyarakat dan terlibat dalam interaksi interpersonal dengan sesama individu. Sesuai definisi yang diberikan dalam Webster's New Collegiate Dictionary, komunikasi mengacu pada pertukaran informasi secara sistematis

melalui pemanfaatan simbol, tanda, atau pola perilaku. Komunikasi adalah suatu proses dimana individu bertukar informasi, ide, dan pemikiran, memfasilitasi pemahaman pesan yang disampaikan antara dua atau lebih peserta. Istilah “komunikasi” berasal dari kata Latin “communicatio,” yang mempunyai makna semantik serupa. Komunikasi akan tetap ada selama terdapat kesamaan karakteristik atau kesamaan antara pengirim dan penerima pesan.

Fungsi komunikasi massa menurut Alexis S. Tan dalam (Nurudin, 2014:65)

- a. Proses pengumpulan dan analisis informasi, mengkaji potensi risiko dan manfaat, memahami konteks sekitar, mengevaluasi validitas asumsi, dan membuat pilihan yang tepat.
- b. Pendidikan mencakup perolehan pengetahuan dan keterampilan yang penting bagi individu untuk menavigasi dan berkontribusi secara efektif kepada masyarakat. Hal ini juga melibatkan penanaman sikap dan perilaku yang sejalan dengan norma dan harapan masyarakat.
- c. Persuasi mencakup proses membuat penilaian dan mengadopsi keyakinan, perilaku, dan peraturan yang dianggap pantas dan dapat diterima secara sosial dalam komunitas tertentu.
- d. Pemenuhan kebutuhan komunikasi dapat dicirikan sebagai hal yang menyenangkan, memuaskan, dan melayani berbagai tujuan, seperti membangkitkan kegembiraan, mendorong relaksasi, memberikan hiburan, dan mengalihkan perhatian dari tantangan saat ini.

Globalisasi informasi dan komunikasi massa, khususnya melalui perangkat berteknologi tinggi, secara bertahap akan mengintegrasikan dan membentuk dinamika masyarakat. Evolusi ini akan mengarah pada

kemajuan dalam pengetahuan teknologi industri, khususnya dalam bidang interaksi manusia dalam konten pesan yang beragam dan semakin universal. Menurut Anabarja (2011:266).

### **2.3 Sejarah Radio**

Dalam arti luas dapat dipahami bahwa radio berfungsi sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat umum dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, kita juga dihadapkan pada siaran radio yang mencakup beragam konten, termasuk siaran keagamaan atau dakwah, hiburan seperti musik dan humor, program pendidikan, pembaruan berita, iklan, dan beberapa bentuk konten lainnya. Persepsi pendengaran yang diperoleh dari suatu alat radio merupakan hasil transformasi perwujudan energi elektromagnetik yaitu gelombang radio yang ditangkap oleh alat radio tersebut dan selanjutnya diubah menjadi energi akustik melalui penguat suara. Hal ini memungkinkan sistem pendengaran manusia untuk melihat perkembangan dan evolusi cepat di zaman sekarang. Platform media massa radio telah berkembang melampaui wilayah perkotaan dan telah menjangkau berbagai wilayah yang jauh di seluruh negeri. Mayoritas daerah di Indonesia memiliki media massa cetak dan elektronik, baik milik pemerintah maupun komersial. Di antara beragam platform media massa, radio menonjol sebagai media yang banyak digunakan karena kemampuannya menyampaikan berita langsung kepada pendengarnya. Media massa memainkan peran penting dalam membentuk dan mempengaruhi kemajuan komunitas lokal.

Berdasarkan catatan sejarah evolusi Jurnalisme pada awal abad ke-20, muncul bentuk media massa baru, yang dikenal sebagai media massa radio, yang memfasilitasi penyampaian pesan secara cepat. Pada tahap awal pertumbuhannya, radio terutama berfungsi sebagai media hiburan dan

sarana untuk mengiklankan dan memasarkan produk. Selain itu, sejalan dengan kemajuan kontemporer, peran radio tidak hanya sekedar hiburan dan promosi, tetapi juga mencakup penyebaran beragam berita dan pesan yang menyasar masyarakat umum.

Salah satu manfaat tambahan radio adalah kemampuannya untuk menjangkau individu secara efektif dari berbagai latar belakang sosio-ekonomi di lokasi geografis dan periode waktu yang berbeda. Aksesibilitas siaran radio dapat ditingkatkan dengan memungkinkan individu untuk mendengarkan tanpa harus berada di dekat radio secara fisik, serupa dengan kenyamanan yang dialami oleh pemirsa televisi. Dalam keadaan seperti itu, ini memfasilitasi pemahaman tentang tindakan multitasking dengan mendengarkan radio di samping tugas-tugas lainnya. Hal ini berarti bahwa individu dapat secara efektif menyelesaikan tugas mereka sekaligus terlibat dengan siaran radio. Radio dianggap sebagai jenis media massa elektronik yang paling hemat biaya jika dibandingkan dengan jenis media massa lainnya.

Radio, sebagai salah satu bentuk media massa, berfungsi sebagai media penyebaran pesan-pesan yang ditujukan kepada khalayak luas atau masyarakat umum. Radio ini mampu menjangkau berbagai objek dan dirancang untuk melayani khalayak luas, tanpa memandang gender atau status sosial dan profesional, di mana pun lokasinya.

## **2.4 Definisi Radio**

Menurut Kustiawan (2022), istilah “siaran radio” berasal dari bahasa Inggris “radio Broadcast” atau bahasa Belanda “radio omroep” yang berarti penyebaran informasi kepada masyarakat umum melalui transmisi suara searah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai sebuah media.

Sesuai dengan ketentuan yang dituangkan dalam UU Penyiaran no. 32/2002, tindakan pemancaran siaran yang luas melalui sarana penyiaran dan/atau sarana transmisi yang terletak di darat, di laut, atau di luar angkasa, dengan memanfaatkan spektrum frekuensi radio, dilakukan melalui udara, kabel, dan/atau media lain untuk memungkinkan penerimaan. Tindakan menerima siaran melalui alat penerima siaran publik terjadi secara rutin dan terus-menerus, dengan banyak individu yang terlibat dalam aktivitas ini secara bersamaan. Radio memiliki atribut berbeda yang menawarkan kelebihan dan kekurangan dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas.

Istilah "radio" mengacu pada sistem teknologi yang mentransmisikan sinyal melalui modulasi dan perambatan radiasi elektromagnetik, yang juga dikenal sebagai gelombang elektromagnetik. Kesederhanaan, keterjangkauan, dan sifat radio yang mudah digunakan berkontribusi terhadap daya tarik radio yang luas di kalangan individu dari berbagai latar belakang. Semakin besar keterpaparan seseorang terhadap siaran radio, semakin tinggi pula tingkat kesadarannya mengenai keberadaan dan pentingnya radio sebagai sebuah media. Komunitas radio mengklasifikasikan pendengar menjadi dua kategori berbeda, yaitu pendengar pasif dan pendengar aktif. Pendengar pasif adalah individu yang menikmati siaran radio tanpa melakukan percakapan timbal balik, sedangkan pendengar aktif menggunakan metode komunikasi dua arah seperti telepon on air, SMS, dan WhatsApp.

#### **2.4.1 Radio**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah "radio" merujuk pada proses transmisi atau penyiaran suara atau kebisingan melalui udara.

Alternatifnya, dapat diartikan sebagai sarana transmisi sinyal pendengaran yang mencakup satu atau beberapa unit data ke demografi yang luas (Kusnul, 2019).

Radio dianggap sebagai media yang melampaui waktu. Di tengah perkembangan teknologi digital dan pesatnya perkembangan internet, pengaruh dan relevansi media tidak berkurang seiring berjalannya waktu. Radio terus mempertahankan popularitasnya sebagai media komunikasi. Menurut Yonathan dkk. (2019), radio tetap menjadi media massa terkemuka yang terus memiliki popularitas dan daya tarik luas. Radio memiliki atribut berbeda yang menawarkan kelebihan dan kekurangan dalam hal mengkomunikasikan pesan secara efektif kepada masyarakat luas. Saling ketergantungan antara media dan masyarakat terlihat jelas, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya informasi yang memperkuat hubungan ini. Perkembangan media massa saat ini mengalami laju pertumbuhan yang signifikan, tidak hanya didorong oleh kebutuhan masyarakat akan informasi yang dapat dipercaya, namun juga oleh kebutuhan masyarakat akan akses yang cepat terhadap informasi tersebut.

Pesan komunikasi dapat diakses oleh individu melalui saluran media massa. Menurut Yonathan dkk. (2019), radio umumnya dianggap sebagai kekuatan atau negara kelima, setelah eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers atau surat informasi. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan kemampuan radio yang unik, kesadarannya yang terbatas terhadap kesenjangan dan hambatan, serta daya tarik yang melekat pada radio yang berasal dari penggunaan suara, musik, dan efek suara.

### **2.4.2 Program Siaran Radio**

Menurut Tresna dkk. (2019), program siaran mencakup program reguler atau harian dan program khusus atau mingguan. Program-program ini bersifat berulang dan disiarkan melalui saluran reguler atau media lain pada waktu terjadwal tertentu. Penayangan acara spesial dilakukan setiap minggu, biasanya pada malam hari dan akhir pekan. Program reguler disiarkan setiap hari baik oleh lembaga penyiaran yang ditunjuk atau, sebagai alternatif, dalam slot waktu tertentu. Sebaliknya, program khusus sering kali disiarkan setiap minggu, terutama pada jam-jam larut malam dan akhir pekan. Ada dua pendekatan berbeda dalam proses penyiaran, yaitu:

1. *Live* atau siaran langsung : selama siaran langsung, produksi dilakukan eksklusif dari ruang siaran dan tidak perlu memotong atau menggabungkan materi secara mekanis.
2. *Tapping* atau rekaman : siaran rekaman adalah di mana proses produksi berlangsung terlebih dahulu dan disiarkan pada hari berikutnya.

### **2.4.3 Karakteristik Radio**

Radio adalah sistem teknologi yang menggunakan modulasi dan transmisi gelombang elektromagnetik melalui atmosfer. Perambatan gelombang elektromagnetik melintasi ruang hampa dimungkinkan karena kemampuannya untuk merambat tanpa memerlukan media fisik, seperti molekul udara (Dinda, dkk., 2019). Berbeda dengan memanfaatkan media cetak tradisional, pembaca memiliki kapasitas untuk mengulangi materi yang telah mereka baca secara berulang-ulang.

Meskipun demikian, radio menonjol sebagai bentuk hiburan yang hemat biaya dan cepat, sehingga menjadikannya sebagai media utama

konsumsi musik. Siaran radio memberikan atribut penting, khususnya modalitas pendengaran yang melekat pada radio, yang memfasilitasi proses komunikasi yang lebih lancar dan santai. Menurut Cosmas dkk. (2020), Auditoru memfasilitasi komunikasi melalui penggunaan bunti, memungkinkan lembaga penyiaran menyampaikan pesan dengan lebih efisien. Poin-poin selanjutnya menguraikan beberapa atribut media radio:

1. *Auditori* : Sebab untuk di dengar, isi siaran bersifat sepintas kemudian serta tidak bisa diulang.
2. *Transmisi* : Proses penyampain isu melalui pemancar.
3. Mengandung Gangguan : Gangguan muncul -Tenggelam (*Fading*) serta gangguan teknis mirip *channel noise factor*
4. *Theater of Mind* : Sifatnya yang auditif, radio membentuk gambar pada imajinasi pendengar dengan kekuatan kata serta suara.
5. Identik dengan music : Ada daya *surprise* seketika, sebab pendengar biasanya tidak mengetahui lagu apa yang akan pada hadirkan.

#### **2.4.4 Keunggulan dan Kekurangan Radio**

Radio sebagai media penyiaran mempunyai keunggulan dan kelebihan, berikut keunggulan dari radio :

1. Cepat dan langsung

Radio dianggap sebagai metode yang paling cepat dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat umum, bahkan melebihi efisiensi buletin dan televisi. Hal ini karena kemampuannya untuk melewati prosedur rumit yang terkait dengan televisi dan media cetak (Paramita,2020)

## 2. Akrab

Istilah "radio" mengacu pada media yang memfasilitasi hubungan yang lebih kuat antara pendengar atau penonton dan penyiar, dan bahkan mungkin pemiliknya. Secara umum diamati bahwa individu menunjukkan kecenderungan untuk mendengarkan radio sendirian daripada berpartisipasi dalam konsumsi radio berbasis kelompok. (Paramita,2020).

## 3. Hangat

Penggabungan ekspresi linguistik, musik pengiring, dan efek pendengaran yang digunakan dalam transmisi radio mempunyai kapasitas untuk memberikan pengaruh pada keadaan emosional pendengar. Respons penonton biasanya dibentuk oleh kesan ramah dari timbre vokal penyiar, sehingga membuat mereka mengembangkan rasa keakraban dan persahabatan dengan penyiar (Paramita,2020).

## 4. Tanpa batas

Mendukung siaran radio melampaui batas geografis kelas budaya dan sosial. Bahkan orang yang "tuli" tidak bisa menikmatinya (Paramita,2020).

## 5. Murah

Biaya siaran radio jauh lebih rendah dibandingkan dengan berlangganan televisi atau media cetak, menjadikannya pilihan yang lebih terjangkau bagi konsumen yang ingin mendapatkan program secara tepat waktu. Pendengar radio bahkan tidak membayar sepeserpun (Paramita,2020).

Sedangkan kekurangan radio adalah :

### 1. Selintas

Siaran radi cepat hilang dan praktis dilupakan tidak mirip surat berita, yang dapat dibaca lang dari awal, pendengar tidak dapat mengulangi apa yang mereka dengarkan (Paramita, 2020).

## 2. Batasan Waktu

Saat siaran radio *relative* di 24 jam sehari tidak mirip surat informasi, dimana dapat dengan bebas menambah jumlah halaman.

## 3. Beralur Linear

Program tersaji dan didengarkan oleh penonton berdasarkan urutan yang ada (Rundown).

## 2.5 Fungsi Radio

Radio, sebagai salah satu bentuk media massa, berfungsi sebagai media penyebaran pesan-pesan yang ditujukan kepada khalayak luas atau masyarakat umum. Audiens radio yang dituju mencakup individu dari semua gender dan latar belakang sosial atau profesional, tanpa memandang lokasi geografis mereka. Siaran radio menyebarkan informasi secara luas dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat, tanpa memandang lokasi dan waktu. Transmisi pesan melalui media massa dapat disebut sebagai komunikasi massa atau komunikasi melalui media massa. Massa dapat mencakup populasi besar yang tersebar di beberapa lokasi dan sulit untuk diidentifikasi secara komprehensif. Dalam keadaan seperti ini, memprediksi segmentasi secara akurat selalu menjadi tantangan. Komunikasi massa dan komunikasi individu berbeda dalam hal jumlah partisipan yang terlibat. Meskipun komunikasi individual melibatkan satu orang atau individu, komunikasi massa mencakup khalayak yang lebih luas.

### 2.5.1 Jenis-jenis Siaran Radio

Adapun jenis jenis radio menurut Kustiawan (2022) yaitu :

1. Radio milik negara mengacu pada stasiun radio yang dimiliki dan dioperasikan oleh pemerintah. Radio Republik Indonesia (RRI)

Bersatu yang dulunya bernama Perusahaan Jawatan, kini telah bertransformasi menjadi lembaga penyiaran publik sejak tahun 2000. Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), RRI Bersatu beroperasi dengan status Perusahaan Biro RRI dengan berpegang pada Undang-undang. prinsip radio publik yang independen. Perlu diketahui, RRI Bersatu tidak mengedepankan kegiatan mencari keuntungan.

2. Radio publik dalam kapasitasnya sebagai lembaga penyiaran terdiri dari dewan pengawas dan dewan direksi. Dewan pengawas terdiri dari lima orang yang mewakili entitas publik, pemerintah, dan perusahaan. Dewan pengawas, yang berfungsi sebagai mekanisme representasi dan pengawasan publik, bertanggung jawab atas pemilihan dewan direksi yang beranggotakan lima orang. Peran utama dewan ini adalah melaksanakan kebijakan penyiaran dan memikul tanggung jawab atas kegiatan penyiaran. Penegasan identitasnya sebagai lembaga penyiaran publik semakin diperkuat dengan peraturan, khususnya Peraturan Pemerintah Nomor 11 dan 12 Tahun 2005, yang memberikan tambahan rincian dan klarifikasi terhadap ketentuan yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002.
3. Radio komersial swasta mengacu pada stasiun radio yang dimiliki dan dioperasikan secara pribadi untuk tujuan komersial. Stasiun-stasiun ini menghasilkan pendapatan dari iklan dan sponsor, sehingga memungkinkan mereka beroperasi secara independen dari pendanaan pemerintah atau badan penyiaran publik. Radio komersial swasta Radio siaran swasta, yang beroperasi pada

frekuensi FM dan AM, dapat berfungsi sebagai sarana untuk menyebarkan informasi. Hal ini dapat dicapai melalui pemanfaatan peristiwa-peristiwa khusus atau dengan memasukkan pesan-pesan secara strategis ke dalam peristiwa-peristiwa tertentu. Pada akhirnya, diambil keputusan untuk memanfaatkan radio sebagai media untuk memperoleh sumber daya keuangan, sehingga memfasilitasi penggabungan prinsip-prinsip ekonomi ke dalam penetapan kondisi tertentu. Kondisi ini diperkirakan akan menghasilkan keuntungan finansial bagi individu yang terlibat dalam usaha penyiaran.

4. Radio komunitas adalah stasiun penyiaran radio yang dimiliki, dikendalikan, dan didirikan oleh komunitas tertentu dengan maksud dan prakarsa untuk melayani anggotanya. Penyiar radio komunitas umumnya dikenal sebagai lembaga penyiaran komunitas, dan sering kali diidentifikasi sebagai radio sosial, radio pendidikan, atau radio alternatif. Radio komunitas dapat digambarkan sebagai sebuah media yang pada dasarnya dicirikan oleh kedekatannya dengan, representasi, dan dedikasinya terhadap komunitas yang dilayaninya. Munculnya radio komunitas tidak lepas dari kemampuannya mengatasi kekurangan lembaga penyiaran lain dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

## **2.6 Penyiar**

Dalam bahasa Inggris penyiar disebut *announcer*. Menurut Margono, penyiar adalah penyiar dan tugasnya mengawasi program hingga berjalan lancar. Misi dari penyiar adalah menyampaikan materi yang dibutuhkan

audiens dan menghasilkan iklan sesuai rencana, karena hal ini akan berdampak pada konsumen. Walaupun lagu ini merupakan episode program yang menyampaikan informasi, kecuali format yang diminta oleh penyiar untuk memutar lagu dan program yang di minta sama penonton.

Menurut kutipan di atas, penerbit adalah orang yang memandu program dari pembukuan hingga penyelesaian. Tanggung jawab penyiar adalah menyampaikan informasi yang dibutuhkan penonton, memasang iklan atau menjeda lagu. Biasanya beberapa koleksi materi diputar dalam program radio, sesuai dengan tema atau kebutuhan pendengar, lagu tersebut dimainkan secara lengkap.

### **2.6.1 Karakteristik Penyiar**

Adapun karakteristik yang harus dimiliki oleh penyiar menurut Romli (2007:33-62) sebagai berikut:

1. Menurut kutipan di atas, penerbit merupakan orang yang memandu rencana dari pembukuan hingga penyelesaian. Tanggung jawab penyiar adalah menyampaikan informasi yang dibutuhkan penonton, memasang iklan atau menieda lagu. Biasanya beberapa koleksi materi diputar dalam program radio, sesuai tema atau kebutuhan pendengarnya, lagu tersebut dimainkan secara keseluruhan.
2. Keterampilan Membaca Membaca mengacu pada membaca skip (skrip). Namun, fungsi yang dibutuhkan adalah membaca skrip, tetapi seperti percakapan biasa, tidak terlihat seperti intonasi seseorang. Keterampilan menulis Penyiar tidak perlu memiliki kemampuan untuk menulis skip siaran. Namun terkadang, ada kendala yang membuat para penyiar harus menulis naskah sendiri.

3. Adaptasi Penyar harus bisa beradaptasi, karena akan tampil sebagai tim dalam pekerjaannya, sehingga harus bisa beradaptasi dengan pekerjaannya.
4. Penyar yang berilmu luas harus memiliki wawasan agar siarannya tidak hanya "halo" tetapi juga improvisasi ilmunya agar penonton lebih tertarik. Untuk menambah ilmu, Anda bisa membaca banyak hal dengan membaca buku. Penyar juga harus humoris, bahkan dengan selera humor yang tinggi. Pasalnya, ada program radio dengan unsur komedi, dan tujuan penyarannya adalah hiburan.
5. Sense of music  
Anda harus memahami dan memahami musik untuk menjadi penyar. Pasalnya, meski ini bukan siaran program musik khusus, jeda siaran biasanya dimainkan oleh lagu yang memiliki pemahaman musik, yang dapat memutar musik sesuai dengan suasana siaran yang dibawakan oleh penyar.

## **2.7 Definisi Strategi**

Dalam arti luas, strategi mengacu pada pendekatan sistematis yang digunakan oleh seorang pemimpin untuk menetapkan tujuan jangka panjang dalam suatu organisasi, yang kemudian dilengkapi dengan perumusan dan penerapan suatu teknik atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Perumusan strategi mencakup proses sistematis dalam mengembangkan visi dan misi organisasi yang jelas dan ringkas. Hal ini memerlukan penetapan tujuan strategis dan merancang metode yang efektif untuk mencapai tujuan spesifik tersebut.

Sarigih (2021) memberikan definisi strategi sebagai penggabungan seni dan ilmu pengetahuan, yang melibatkan perumusan, implementasi, dan evaluasi keputusan lintas fungsi yang bertujuan untuk memfasilitasi pencapaian tujuan organisasi yang telah ditentukan. Tujuan dari manajemen strategis adalah untuk mengidentifikasi dan menumbuhkan prospek baru dan berbeda untuk tujuan perencanaan strategis jangka panjang.

Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk mengidentifikasi segmen yang saat ini kurang terlayani atau terabaikan dan kemudian menjawab kebutuhan segmen tersebut. Hasil yang diharapkan dari pendekatan ini adalah pengurangan biaya dan peningkatan profitabilitas.

Ada dua teknik berbeda dalam mendefinisikan strategi, yaitu pendekatan klasik dan pendekatan modern. Perspektif konvensional memandang strategi sebagai rencana yang prospektif, berorientasi pada masa depan, sedangkan perspektif kontemporer memandang strategi sebagai suatu pola dan bersifat reflektif.

Dalam bidang pendidikan, konsep strategi dapat digambarkan sebagai cetak biru yang dipersiapkan dengan cermat yang mencakup serangkaian tindakan yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu. Konsep strategi dapat dipahami sebagai kerangka kerja yang menguraikan tindakan yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Newman dan Magon (2016) menegaskan bahwa strategi fundamental setiap organisasi mencakup empat tantangan berbeda, yang dapat disebutkan sebagai berikut:

- a. Prosesnya melibatkan identifikasi dan penetapan spesifikasi dan kualifikasi yang tepat yang diperlukan untuk mencapai hasil yang

diinginkan guna memenuhi tujuan bisnis, dengan mempertimbangkan kebutuhan dan ambisi pemangku kepentingan terkait.

- b. Pertimbangan dan pilihan metodologi utama yang efisien untuk mencapai tujuan.
- c. Pemeriksaan dan penilaian atas tindakan yang dilakukan selama keseluruhan proses.
- d. Evaluasi dan penetapan tolok ukur dan metrik standar untuk mengukur efektivitas upaya komersial harus diperhitungkan.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi mencakup serangkaian keputusan dan tindakan yang bersifat berulang dan bertahan lama. Hal ini mencakup proses perumusan, penerapan, dan evaluasi strategi komprehensif, yang mencakup perspektif jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan utamanya adalah untuk menjamin kelangsungan hidup dan keberhasilan suatu perusahaan, organisasi, kelompok usaha, atau lembaga, dengan secara efektif dan efisien mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan. Rencana tersebut berupaya untuk mengatasi tantangan atau hambatan internal dan eksternal.

## **2.8 Strategi Program Radio**

Banyak penulis telah memberikan arti unik mereka sendiri. Dari kata “strategi” dalam karya mereka, tetapi semuanya memiliki konsep inti yang sama. Pahami definisi strategi pemerintah sebelum mencoba mendeskripsikannya. kata Yunani “strategos”, yang berarti “komandan militer”, adalah akar etimologis dari kata bahasa Inggris “strategi”.

Menurut definisi yang di berikan oleh (Makmur, 2013, p.44) strategi adalah penerapan Pemikiran logis secara Methodis untuk mencapai tujuan

organisasi yang telah ditentukan sebelumnya. Dinamika organisasi dapat terjadi setiap saat sehingga memerlukan penggunaan strategi. Dalam hal kerja internal organisasi, persaingan selalu Dimenangkan oleh kelompok yang menggunakan teknik dan aktivitas paling strategis. Prinsip dasar yang mendasari perumusan strategi adalah sebagai berikut: rencana harus mencakup pemahaman dan interpretasi komprehensif mengenai masa depan, bukan hanya berfokus pada keadaan yang ada. Selain itu, arahan strategis sangat penting untuk memprioritaskan keunggulan kompetitif, dengan memberikan penekanan eksklusif pada pertimbangan keuangan. Ketiga, penerapan strategi dilakukan secara hierarkis, keempat, pendekatan strategis harus fokus pada faktor eksternal, kelima, fleksibilitas merupakan hal yang paling penting, dan terakhir, strategi harus mengutamakan pencapaian tujuan jangka panjang. hasil.

Menurut (Yunus, 2012, p.36) Strategi mencakup seluruh Rentang pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif. Strategi organisasi adalah alat yang ampuh untuk membimbing perusahaan menuju tujuannya. Oleh karena itu, strategi selalu berkaitan dengan kebijakan, rencana, dan program organisasi itu sendiri untuk mencapai tujuan nya.

Untuk menjamin kelangsungan hidup, sangat penting untuk memiliki pendekatan strategis untuk menarik penonton. Menurut Katili (2019), radio dapat menerapkan lima fase atau metode yang dikemukakan oleh Susan Tyler Eastman (1985):

a) *Compatibilty* (Kesesuaian)

Kompatibilitas mengacu pada teknik membuat penyesuaian yang mempertimbangkan jenis pendengar, pemilihan program, dan penjadwalan acara. Manajemen memerlukan pengetahuan tentang preferensi yang berlaku dalam musik, film, hobi, dan gaya hidup. Rancangan program harus diatur sesuai dengan aktivitas sehari-hari audiens yang dituju. Selama periode istirahat, individu melakukan aktivitas seperti menonton televisi, bekerja, atau beralih ke kondisi tidur. Tujuan dari tindakan ini adalah untuk memudahkan manajemen dalam merumuskan strategi yang tepat dalam menentukan kesesuaian program dan jadwal tayang berdasarkan kriteria penonton.

b) *Habit Formation* (Pembentukan kebiasaan)

Proses pemilihan dan penyusunan program secara strategis berpotensi mempengaruhi kebiasaan mendengarkan penonton secara signifikan. Penjadwalan acara yang konsisten dan telah ditentukan sebelumnya untuk menjaga loyalitas penonton terhadap program pilihannya.

c) *Control of Audience Flow* (Kontrol Aliran Audiens)

Pengelolaan pergerakan dan keterlibatan pemirsa Praktik ini diterapkan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pemirsa dan mengurangi perpindahan pemirsa ke saluran lain. Administrator memiliki kemampuan untuk mengelola keterlibatan audiens dan menonjolkan kekhasan suatu program melalui proses diferensiasi.

d) *Conservation of Program Resources* (Konservasi Sumber Daya Program)

Tujuan dari strategi ini adalah untuk menjaga sumber daya program agar dapat memfasilitasi penyimpanan dan potensi penggunaannya di masa

depan. Praktik pemanfaatan kembali materi acara mencakup beberapa pendekatan dan metode mengemas ulang konten dari program sebelumnya.

e) *Mass Appeal* (Banding Massal)

Untuk mencapai daya tarik massa, yang mencakup dimensi teknologi dan sosial, diperlukan pengaruh yang besar. Mengingat keragaman yang melekat dalam minat dan preferensi penonton, penting untuk menyusun naskah yang dapat memenuhi variasi ini. Agar siaran berhasil, penting untuk meningkatkan daya tarik format acara.

## **2.9 Perkembangan Radio Di era Digital**

Radio adalah sejenis komunikasi massa yang memiliki atribut berbeda, seperti kemampuannya membangkitkan emosi pendengar, sehingga menciptakan rasa informasi dan hiburan yang dipersonalisasi. Dalam lanskap digital kontemporer, perkembangan perangkat teknologi yang lebih beragam telah memfasilitasi aksesibilitas siaran radio, sehingga menghilangkan kebutuhan individu untuk secara fisik memiliki peralatan radio khusus untuk ikut serta dalam konsumsi radio. Pertumbuhan teknologi komunikasi yang eksponensial telah mengakibatkan munculnya beberapa kemajuan media. Integrasi media massa dan teknologi digital di era digital menyebabkan munculnya media sebagai sebuah inovasi yang signifikan. Fenomena konvergensi media ditunjukkan dengan munculnya radio streaming yang berkontribusi terhadap kebangkitan radio sebagai media kontemporer.

Di era digital saat ini, pembatasan yang disebabkan oleh jarak fisik terhadap konsumsi siaran radio menjadi tidak penting, tidak seperti era sebelumnya. Munculnya radio streaming telah merevitalisasi popularitas

radio, tidak hanya menarik bagi generasi tua penggemar radio tetapi juga bagi demografi muda. Menurut Syamsul, Asep, dan Romli (Dhamayanti, 2019), radio merupakan media teknologi yang memfasilitasi transmisi sinyal melalui proses modulasi dan pemanfaatan radiasi elektromagnetik yang biasa disebut gelombang elektromagnetik. Gelombang-gelombang ini memiliki kemampuan untuk melintasi dan merambat melalui media udara, serta melalui ruang hampa, karena tidak bergantung pada media fisik untuk transmisinya, seperti keberadaan molekul udara. Menurut Anwar (1984: 81), Radio berfungsi sebagai media komunikasi massa yang menonjol, berfungsi sebagai saluran terbuka bagi transmisi ekspresi manusia melalui perambatan gelombang suara. Hal ini dicapai dengan memberikan program reguler yang mencakup materi kontemporer, mencakup berbagai aspek kehidupan manusia.

Dapat disimpulkan bahwa penyediaan program bagi pendengar merupakan kebutuhan penting dalam penyelenggaraan siaran radio. Program ini berpotensi membangkitkan minat individu untuk mengakses saluran radio yang saat ini disiarkan oleh lembaga penyiaran radio.

## **2.10 Definisi Eksistensi**

Menurut Abidin (2007), istilah "eksistensi" berasal dari kata Latin "existere" yang berarti menampakkan, mengada, timbul, dan memiliki wujud nyata. Istilah "Existere" berasal dari kata Latin "ex" yang berarti "keluar" dan "sistere" yang berarti "muncul" atau "mewujudkan". Keberadaan dapat dikonseptualisasikan sebagai proses dinamis di mana entitas menjadi ada atau memperoleh keberadaan. Mirip dengan istilah "eksistensi", yang secara khusus mengacu pada keadaan keberadaan, yang mencakup gagasan

tentang kemunculan, transendensi, atau melampaui. Hakikat keberadaan dicirikan oleh fleksibilitas dan dinamisme yang melekat, memungkinkan adanya potensi pertumbuhan dan bahkan kemunduran.

Menurut Rahayu (2019), konsep keberadaan tidak terbatas pada lokasi fisik suatu objek, melainkan mencakup tindakan berkelanjutan yang dilakukan secara konsisten, sehingga menjamin kelancaran aktivitas tersebut. Jika mempertimbangkan perspektif media penyiaran, konsep eksistensi dalam suatu program radio berkaitan dengan kapasitas program tersebut untuk bertahan dalam jangka waktu yang lama.

Keberadaan biasa disebut dengan keberadaan. Subyek yang dibahas berkaitan dengan dampak terhadap ada atau tidaknya suatu individu. Validasi keberadaan seseorang bergantung pada pengakuan dan tanggapan orang lain, karena ini berfungsi sebagai bukti bahwa kehadiran seseorang diakui dan diakui oleh orang lain. Tidak diragukan lagi, kehadiran seseorang tanpa pengakuan apa pun dapat menimbulkan rasa tidak nyaman yang mendalam. Oleh karena itu, verifikasi keberadaan dapat dievaluasi melalui perspektif banyak individu yang bertanya atau, setidaknya, merasakan kebutuhan yang tulus dalam ketiadaan entitas tertentu. Menurut Gogali (2020),

Konsep eksistensi dapat dikaji dari berbagai sudut pandang, termasuk dari lembaga penyiaran, produser, dan pengiklan. Elemen khusus ini mempunyai potensi untuk menghasilkan suatu keadaan. Kehadiran suatu program dapat diubah oleh penyiar, sebagai contoh ilustrasi. Promosi atau keberadaan suatu program bergantung pada kemampuan penyiar untuk mengumpulkan jumlah penggemar yang cukup. Ketika lembaga penyiaran

menawarkan suatu program, penggemar mempunyai kesempatan untuk menunjukkan dukungan dan kehadiran mereka. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Phyana (2020).

## **2.11 Era Digital**

Munculnya media baru, termasuk internet, secara inheren terkait dengan penciptaan media baru. Ungkapan "media baru" digunakan untuk menggambarkan munculnya teknologi dan metode komunikasi digital, terkini, dan jaringan. Era globalisasi kontemporer sangat bergantung pada kemajuan teknis yang memberikan efisiensi luas, melampaui batas-batas negara. Teknologi internet telah muncul sebagai solusi yang layak untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Era digital, sebagai sebuah periode waktu yang luas, telah menyaksikan kemajuan menyeluruh di semua bidang, yang mengarah pada transisi total menuju digitalisasi. Kemajuan era digital terus berlangsung tanpa henti. Tren masyarakat saat ini ditandai dengan meningkatnya kebutuhan akan kepraktisan dan efisiensi, karena setiap individu secara aktif mencari dan meminta perbaikan tersebut. Meski demikian, era digital dapat dipastikan membawa banyak dampak.

Di era digital kontemporer, terdapat kemajuan penting dalam kemajuan teknologi media, yang terkadang disebut sebagai media baru, media online, atau bahasa sehari-hari, internet. Bentuk media ini semakin dikenal dan menyebar luas di masyarakat. Bentuk media khusus ini konon tidak ada bandingannya dalam hal perluasan basis penggunaannya, karena sejauh ini belum ada platform media lain yang mencapai tingkat perkembangan serupa. Di negara-negara kaya, media baru telah melampaui banyak bentuk media

tradisional yang sebelumnya diandalkan sebagai sarana utama pencarian informasi.

## 2.12 Tinjauan Empirik

**Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu**

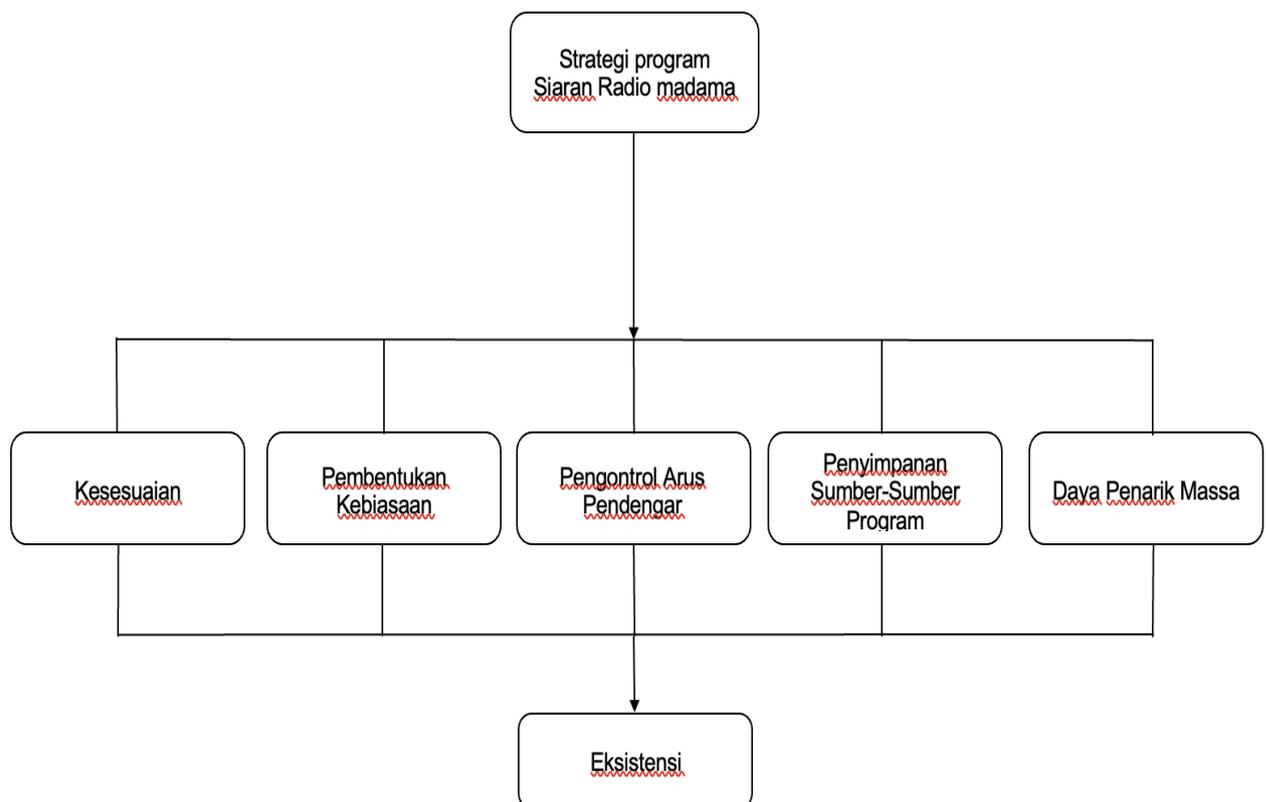
No	Penelitian terdahulu
1	<b>Peneliti</b> : Laili Zamlatul Faoziyah (2019)
	<b>Univeritas</b> : Universitas Budi Luhur
	<b>Judul penelitian</b> : Strategi Program director Radio Prambors 102,2 FM Dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar
	<b>Metode penelitian</b> : Metode penelitian kualitatif
	<b>Hasil Penelitian:</b> Peneliti akan menyajikan temuan penelitiannya, yang melibatkan pelaksanaan wawancara dan observasi dengan partisipan. Tanggapan yang diperoleh dari peserta akan diuraikan secara rinci. Untuk mengetahui pendekatan direktur program dalam menumbuhkan loyalitas pendengar di radio Prambors 102.2 FM, maka perlu dikaji metode strategisnya. Para sarjana mengkategorikan pokok bahasan ke dalam berbagai komponen yang berkaitan dengan taktik yang digunakan oleh direktur program dalam mempertahankan loyalitas pendengar.
	<b>Persamaan</b> : metode penelitian kualitatif
	<b>Perbedaan</b> : Stasiun radio yang diteliti & teori yang digunakan yaitu strategi program oleh peter pringle
2	<b>Peneliti</b> : Tresna Yuniana Rahayu (2019)
	<b>Univeritas</b> : Universitas islam 45
	<b>Judul penelitian</b> : Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya
	<b>Metode penelitian</b> : Metode penelitian kualitatif deskriptif
	<b>Hasil Penelitian:</b> SINJAI TV mempertahankan kehadirannya melalui pemanfaatan teknologi internet sebagai sarana live streaming untuk menyebarkan informasi secara efektif mengenai berbagai kemajuan di Kabupaten Sinjai, meliputi kemajuan pariwisata dan peristiwa-peristiwa penting yang terjadi di wilayah tersebut.
	<b>Persamaan</b> : metode penelitian kualitatif

	<b>Perbedaan</b> : Teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan strategi Peter Pringle
3	<b>Peneliti</b> : Latifa nur fakhirah (2022)
	<b>Univeritas</b> : Universitas Sebelas Maret Surakarta
	<b>Judul penelitian</b> : Strategi radio Mempertahankan Eksistensinya (Studi Kualitatif Strategi Komunikasi Solo Radio 92.9 FM dalam Mengembangkan Konten New Media sebagai Upaya Mempertahankan Eksistensi di Era Digital )
	<b>Metode penelitian</b> : Metode penelitian kualitatif
	<b>Hasil Penelitian:</b> Penelitian ini didasarkan pada teori POAC George R. Terry dan berfokus pada strategi komunikasi Solo Radio untuk menciptakan materi media baru sebagai sarana mempertahankan kehadirannya di era digital, seperti yang telah dibahas sebelumnya. Signifikansi konten media baru dalam menopang kehadiran Solo Radio di era digital dapat disimpulkan.
	<b>Persamaan</b> : Metode penelitian kualitatif
	<b>Perbedaan</b> : Menggunakan teori POAC milik George R. Terry
4	<b>Peneliti</b> : Winda Kustiawan (2022)
	<b>Univeritas</b> : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
	<b>Judul penelitian</b> : Strategi Most FM dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital
	<b>Metode penelitian</b> : Deskriptif Kualitatif
	<b>Hasil Penelitian:</b> Penyelidikan ini bertujuan untuk menyelidiki dan menganalisis suatu pokok bahasan tertentu. Temuan survei ini menunjukkan bahwa faktor penting untuk mencapai kemajuan di era digital adalah penyediaan informasi terkini dan dapat diandalkan oleh sebagian besar pengelola fasilitas. Di era digital kontemporer, yang ditandai dengan menjamurnya berita-berita yang menipu dan informasi yang salah, radio mengambil peran penting sebagai kekuatan yang menerangi dan sumber informasi akurat yang dapat diandalkan. Sangat penting bagi stasiun radio FM untuk meningkatkan keterlibatan mereka dengan pendengar, terutama melalui pemanfaatan platform media sosial seperti WhatsApp dan aplikasi messenger. Selain itu, stasiun radio harus secara aktif menjalin kolaborasi dengan lembaga dan lembaga lain untuk mengembangkan lanskap radio yang lebih komprehensif dan saling berhubungan. Selain itu, pelaksanaan acara off-air oleh stasiun radio dapat berkontribusi pada pengalaman yang lebih beragam dan menarik bagi audiensnya.

	<b>Persamaan</b> : Menggunakan skriptif kualitatif
	<b>Perbedaan</b> : Menggunakan teori POAC milik George R. Terry
5	<b>Peneliti</b> : Muhammad Iqbal Albyansyah (2023)
	<b>Univeritas</b> : Universitas Muhammadiyah Jakarta
	<b>Judul penelitian</b> : Strategi program streelife radio music 107,50 fm dalam mempertahankan loyalitas pendengar dimasa pandemi covid-19.
	<b>Metode penelitian</b> : Metode penelitian kualitatif
	<b>Hasil Penelitian:</b> Temuan penelitian ini berkaitan dengan pendekatan strategis untuk program radio Streetlife, Music City 107.50 FM, selama tahap perencanaan program. Secara khusus, langkah awal melibatkan penilaian kondisi pasar sehubungan dengan kelompok usia sasaran program. Selanjutnya, perencanaan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang ditetapkan berdasarkan karakteristik unik program tersebut. Selain itu, konsep program juga ditentukan dengan mempertimbangkan atribut penyiar yang diperoleh dari segmentasi pendengar stasiun radio Music City.
	<b>Persamaan</b> : Metode penelitian kualitatif
	<b>Perbedaan</b> : teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan strategi peter pringle
6	<b>Peneliti</b> : Rahma Hidayani Setyawiaji (2023)
	<b>Univeritas</b> : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
	<b>Judul penelitian</b> : Strategi Siaran Jeje Radio Surabaya Di Era 4.0 Untuk Menarik Minat Pendengar
	Metode penelitian : Metode Penelitian Kualitatif
	Hasil Penelitian:
	Persamaan : Metode Penelitian Kualitatif
	<b>Perbedaan</b> : Teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan strategi Peter Pringle

### 2.13 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikirannya mencakup alur sistematis yang menjelaskan bagaimana proses penelitian akan diartikulasikan, khususnya dalam kaitannya dengan keterkaitan antara topik yang diteliti dan hasil penelitian yang diharapkan. Tujuan utama dari kerangka ini adalah untuk menawarkan arah dan fokus penelitian yang komprehensif dengan memanfaatkan temuan studi teoritis dan penelitian sebelumnya. Di bawah ini adalah representasi skema kerangka kerja yang digunakan dalam upaya penelitian ini.



**Gambar 2.1**  
**Skema Kerangka Pikir**

## 2.14 Definisi Operasional

Untuk menjamin kelangsungan hidup, sangat penting untuk memiliki pendekatan strategis untuk menarik penonton. Susan Tyler Eastman (1985) menawarkan serangkaian lima fase atau teknik yang dapat diterapkan:

a) *Compatibility* (Kesesuaian)

Strategi kesesuaian mengacu pada kesesuaian penjadwalan, pemilihan jenis acara, dan pertimbangan kebutuhan penonton atau pendengar. Sangat penting bagi pekerja stasiun pendengar untuk memiliki pengetahuan mengenai target audiens, sesuai dengan program yang sedang mereka kembangkan.

b) *Habit Formation* (Pembentukan kebiasaan)

Pengembangan kebiasaan Radio Madama melibatkan pembentukan kebiasaan mendengarkan yang muncul dari penjadwalan program siaran yang telah ditentukan. Individu yang terlibat dengan program siaran pilihan mereka menunjukkan kecenderungan untuk fokus penuh perhatian pada semua segmen konten untuk mencegah hilangnya informasi berharga secara tidak sengaja.

c) *Control of Audience Flow* (Kontrol Aliran Audiens)

Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka meminimalisir jumlah pendengar berpindah ke saluran lain dengan memanfaatkan sosial media, aplikasi dan live Onair.

d) *Conservation of Program Resources* (Konservasi Sumber Daya Program)

Tujuan dari penyimpanan sumber daya program adalah untuk memfasilitasi penggunaan kembali sumber daya tersebut di masa depan dan memastikan umurnya yang panjang.

e) *Mass Appeal* (Banding Massal)

Pertimbangan daya tarik massa sangatlah penting karena stasiun radio ingin menghasilkan pendapatan dengan secara efektif menarik perhatian audiens yang mendengarkannya. Untuk mencapai tujuan ini, stasiun radio secara strategis mengemas program siarannya sedemikian rupa sehingga selaras dengan preferensi dan keinginan audiens sasarannya.

f) Eksistensi

Keberadan yang mengandung unsur bisa tetap bertahan di dasarnya perkembangan melalui fungsi dan tujuannya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif untuk mengkaji strategi yang digunakan oleh program siaran radio Madama dalam mempertahankan kehadirannya di lingkungan digital kontemporer. Teknik kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini ditandai dengan perolehan data dalam bentuk ekspresi verbal, pernyataan tertulis, atau representasi visual yang diberikan oleh partisipan. Selain itu., metode kualitatif juga mengutamakan pengumpulan data yang langsung dari sumber, seperti melalui wawancara atau observasi.

#### **3.2 Kehadiran Peneliti**

Dalam penelitian ini. Peneliti akan berperan sebagai instrument pengumpulan data. Peran peneliti dalam penelitian adalah sebagai instrumen penelitian yang melakukan seluruh tahapan pengumpulan data, yang memiliki status yang diketahui oleh subjek penelitian yang bersangkutan. Kehadiran peneliti memiliki status yang diketahui oleh subjek penelitian yang bersangkutan.

#### **3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan sepanjang periode bulan Juni sampai Juli 2023. Penelitian dilakukan di Radio Madama yang terletak di Jl. Kajaolalido No.2L, Baru, Kec. Ujung View, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90174.

### 3.4 Nara Sumber

Nara Sumber memainkan peran penting dalam proses pemilihan informasi yang dianggap sesuai untuk tujuan penyediaan data. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan wawancara sebagai metode utama pengumpulan data. Informan yang dipilih untuk wawancara ini dipilih secara khusus karena potensinya dalam memberikan data komprehensif yang sejalan dengan tujuan penelitian. Para informan, termasuk Kepala Stasiun, Pengelola Media, dan Lembaga Penyiaran, diidentifikasi sebagai sumber informasi utama untuk penelitian ini. Sumber-sumber yang dipilih dalam penelitian ini selaras dengan kriteria yang ditetapkan penulis, khususnya yang mampu memberikan wawasan tentang upaya strategis program Radio Madama untuk mempertahankan kehadirannya di era digital.

Berikut dibawah ini merupakan susunan tabel narasumber beserta jabatan pada Radio Madama yang akan diwawancarai guna mendapatkan data yang akurat pada penelitian ini

**Tabel 3.1 Narasumber Beserta Jabatan**

No.	Nama Informan	Karakteristik Informan		Waktu Wawancara
		Usia	Pekerjaan	
1.	Dian Kusuma N.S	28 Tahun	Kepala Stasiun 87,7 FM Madama Radio	07 Juli 2023
2.	Nur Ainun Septyas Syafira	25 Tahun	Penyiar 87,7 FM Madama Radio	12 Juli 2023

### 3.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu terdiri dari sumber data primer dan skunder :

#### 1. Data primer

Pengumpulan data primer dilakukan melalui kerja lapangan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pemanfaatan data wawancara akan digunakan untuk mengetahui pendekatan optimal program siaran radio Prambros untuk mempertahankan kehadirannya di era digital. Sebuah penelitian dilakukan untuk menilai keberlanjutan program siaran radio Madama. Dalam konteks penelitian, dokumentasi berfungsi sebagai sarana pengumpulan data secara sistematis melalui penggunaan media visual seperti foto dan film, yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

#### 2. Data sekunder

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengakses berbagai sumber yang relevan dengan topik yang dibahas. Penelitian ini memanfaatkan sumber data sekunder seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan laporan yang berkaitan dengan program siaran radio dan strategi keberlanjutannya. Ada dua tujuan penggunaan data ini: pertama, untuk mengevaluasi penerapan kerangka teoritis yang digunakan dalam penelitian ini, dan kedua, untuk menetapkan tolok ukur analisis komparatif terhadap data yang dikumpulkan dari lapangan.

## **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

### **3.6.1 Data Primer**

#### **1. Wawancara**

Wawancara adalah metode yang umum digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Dalam istilah yang lebih tepat, wawancara dapat didefinisikan sebagai peristiwa atau prosedur terstruktur di mana pewawancara terlibat dalam dialog langsung dengan sumber informasi atau individu yang diwawancarai. Wawancara dapat dicirikan sebagai dialog langsung dan tatap muka antara pewawancara dan sumber informasi, di mana pewawancara mengajukan pertanyaan yang ditargetkan berkaitan dengan subjek penyelidikan, mengikuti kerangka kerja yang telah ditetapkan sebelumnya. Yusuf Muri, (2014:372)

#### **2. Observasi**

Observasi, Proses yang biasa disebut simtomatologi melibatkan observasi sistematis dan dokumentasi gejala-gejala yang muncul pada subjek penyelidikan. Menurut Yusuf Muri (2014:384), observasi dapat dikategorikan menjadi dua komponen yang berbeda. (1) Pengamat Partisipan, yaitu suatu bentuk pengamatan dimana pengamat ikut serta dan terlibat secara tetap dalam kegiatan yang diamati. Dalam skenario khusus ini, pengamat mengambil peran ganda: pertama, sebagai peneliti yang anonim dan tidak dikenal di antara anggota kelompok lainnya, dan (2) sebagai peserta aktif yang memenuhi tugas yang diberikan sesuai dengan tanggung jawab studi mereka. Pengamat Non-Partisipasi adalah jenis metode

observasi di mana peneliti mempertahankan peran pasif dan menahan diri untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan kelompok. Dengan kata lain, pengamat tidak terlibat dalam aktivitas yang diamati. Metode observasi ini melibatkan pemanfaatan Teknik Observasi Server Partisipasi, dimana peneliti langsung terjun ke lapangan dan memantau secara dekat kegiatan yang diamati.

### **3.6.2 Data Sekunder**

- 1 Dokumentasi mengacu pada rekaman catatan atau karya yang dihasilkan oleh seseorang mengenai peristiwa atau pokok bahasan masa lalu. Dalam penelitian kualitatif, penggunaan dokumen terkait yang berkaitan dengan individu atau kolektif, serta peristiwa atau insiden sosial, terbukti sangat bermanfaat dalam memperoleh informasi berharga yang selaras dengan penekanan penelitian. Dokumen tersebut mungkin ada dalam beberapa format, seperti teks tertulis, artefak, gambar, atau foto. Menurut Yusuf Muri (2014:39),
- 2 Studi literatur mengacu pada pengumpulan data melalui pemeriksaan berbagai sumber seperti publikasi ilmiah, surat kabar, jurnal, tesis, dan bahan lain yang relevan. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh teori dan konsep yang relevan dengan topik penelitian yang diselidiki. Tujuan dari upaya ini adalah untuk mengidentifikasi sumber tambahan data sekunder yang mendukung penelitian yang menggunakan sumber dokumentasi Moleong (2012:217)

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data mengacu pada eksplorasi sistematis dan kompilasi data yang diperoleh melalui berbagai metode seperti wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, dimana teknik pengolahan dan analisis data dilakukan secara bersamaan sepanjang proses penelitian (Azeharie, 2022). Kajian ini akan memanfaatkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi untuk mengetahui teknik yang digunakan program siaran radio dalam mempertahankan kehadirannya, serta faktor-faktor yang menghambat atau memfasilitasi strategi tersebut di era digital. Penelitian ini menggunakan paradigma interaksi Miles dan Huberman seperti yang dijelaskan oleh Emzir (2011), dimana analisis data dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data dan selanjutnya dalam jangka waktu tertentu. Penjelasan mengenai teknik analisis data disajikan pada bagian selanjutnya:

#### 1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data dapat dikonsepsikan sebagai suatu prosedur penelitian yang mana data yang dikumpulkan dari lapangan mempunyai besaran yang cukup besar sehingga memerlukan pencatatan yang teliti dan komprehensif. Reduksi data adalah proses berkelanjutan yang terjadi sepanjang penelitian kualitatif. Oleh karena itu, sangat penting dilakukan analisis data dengan cara reduksi data. Reduksi data mengacu pada proses memadatkan dan mengekstraksi elemen penting atau komponen kunci dari kumpulan data.

## 2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah proses reduksi data selesai, tahap selanjutnya adalah penyajian data. Dalam konteks penelitian kualitatif, penyajian data dapat mencakup beberapa metode seperti deskripsi ringkas, representasi grafis, eksplorasi hubungan antar kategori yang berbeda, dan pendekatan lainnya. Temuan penelitian disajikan dalam bentuk teks naratif.

## 3. Penarikan Kesimpulan

Setelah penyajian data, tahap selanjutnya dalam analisis data kualitatif, sebagaimana diuraikan oleh Miles dan Huberman, meliputi perumusan kesimpulan dan proses selanjutnya verifikasi. Menurut Miles dan Huberman (tahun), proses penarikan kesimpulan merupakan komponen dalam konfigurasi yang komprehensif. Penelitian ini juga melibatkan verifikasi kesimpulan.

### **3.8 Pengecekan Validasi Data**

Teknik triangulasi akan digunakan untuk melakukan pemeriksaan validasi data. Pemanfaatan teknik triangulasi untuk validasi data adalah pendekatan yang diakui bertujuan untuk meningkatkan presisi dan kredibilitas data yang diperoleh dari penelitian. Prosedur yang disebutkan di atas memerlukan penggabungan beberapa teknik pengumpulan data dan penilaian selanjutnya terhadap hasil yang diperoleh dari masing-masing teknik. Dengan melakukan triangulasi, peneliti dapat memperoleh perspektif yang lebih luas dan mengurangi bias dalam pengumpulan data. Hal ini akan membantu meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian yang diperoleh.

### 3.9 Tahap - Tahap Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian memiliki Langkah - langkah yang disusun dengan baik dapat melaksanakan suatu penelitian adalah :

1. Rancangan penelitian, membuat suatu rancangan yang akan digunakan peneliti dalam melakukan sebuah penelitian, mulai dari pengumpulan data dan segala keperluan yang akan dibutuhkan dalam membuat suatu bukti penelitian.
2. Peneliti memulai proses penelitian dengan mengidentifikasi masalah dan selanjutnya mengartikulasikannya untuk penyelidikan lebih lanjut. Tahapan ini mempunyai arti penting dalam bidang penelitian, karena tahap ini mencakup tugas penting dalam merumuskan dan mendefinisikan masalah yang ada. Terlibat dalam proses mengembangkan pertanyaan penelitian dan melakukan penelitian melalui aplikasi praktis.
3. Merumuskan hipotesis, tanggapan sementara terhadap rumusan masalah yang digunakan pada tahap awal upaya penelitian.
4. Studi literasi, tahapan ini dibantu dengan kajian Pustaka, dimana proses ini adalah kegiatan mempelajari buku-bukum jurnal atau sumber web lainnya yang merupakan bentuk penelitian yang telah dilakukan pada peneliti sebelumnya. Teori merupakan pijakan peneliti dalam membantu proses penelitian sesuai dengan teori-teori yang ada.
5. Sumber data, mengumpulkan data-data yang akan digunakan dalam penelitian dengan catatan sumber data yang peroleh harus berdasarkan data yang valid dengan bentuk sumber yang benar-benar ada.

6. Pengumpulan data, mengumpulkan segala jenis data yang diperlukan dalam menyelesaikan penelitian yang akan dilakukan, mulai dari data dokumentasi, observasi maupun rekaman.
7. Menganalisis data, menganalisis data yang ada bahwa semua data yang ada adalah data yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan pengecekan segala data yang akan digunakan.
8. Memastikan bahwa segala sesuatu yang diperlukan telah lengkap dan tersedia dan siap melakukan penulisan penelitian
9. Penulisan penelitian, pada tahap ini peneliti melakukan penulisan penelitian yang telah dilakukan dan revisi dalam tulisan penelitian yang telah dilakukan.
10. Kesimpulan dan verifikasi, menarik kesimpulan dan hasil penelitian dan mengverifikasi

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Radio Madama**

PT. Forum Madama yang saat ini telah berubah nama menjadi PT. Media Masyarakat Muda Makassar atau yang lebih dikenal dengan Radio Madama didirikan pada tanggal 2 November 1988 oleh H. Halim Kalla yang saat itu juga merangkap sebagai pimpinan di Radio Madama. Nama Madama mempunyai arti tersendiri, Madama merupakan singkatan dari Masyarakat Muda Makassar. Maksud dari didirikannya Radio Madama adalah untuk menambah hiburan dan pengetahuan musik dan juga info aktual bagi masyarakat Kota Makassar dan sekitarnya. Radio Madama memiliki izin siaran dengan nomor izin 2223/RSPN/1989. Radio Madama tercatat sebagai anggota Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) dengan No. 441-VII-1988.

Di awal berdirinya, Radio Madama terletak di Jalan HOS Cokro Aminoto No. 9 Lt. 4 Gedung Anakuma dan menjadi radio FM pertama di Kota Makassar. Dengan adanya Radio FM anak muda pertama (Radio Madama) di Makassar, maka bertambah pulalah stasiun radio yang membuka jalur baru di FM (Frequency Modulation). Pada tanggal 1 Juni 1992, Radio Madama tidak lagi dipegang oleh H. Halim Kalla. Pada saat itu, Tommy Adjaradji mengambil alih perusahaan menggantikan pimpinan sebelumnya. Setelah berjalan kurang lebih 2 tahun, pada tanggal 1 Januari 1994, kembali Radio Madama berganti hak milik. Setelah H. Halim

Kalla dan Tommy Adjaradji, Radio Madama menjadi hak milik Peter Gozal selaku Komisaris Utama, Safari Azis selaku Komisaris, dan Bachder Djohan selaku Direktur Utama. Setelah hampir memasuki tahun ketujuh pada tanggal 27 Agustus 1995, Radio Madama pindah menempati Gedung baru di jalan Kajaolalido No.2 L Makassar hingga saat ini.

Pada logo ini terdapat tulisan 87,7 FM Madama FM yang menandakan



**Gambar 4.1 Logo Madama Radio**

Identitas dari radio, dan tulisan 'Lagu Jagoan Kamu' yang merupakan tagline tersendiri dari radio ini, sementara symbol tanda tutup dan buka kurung ((( ))) mengartikan gelombang frekuensi yang mengeluarkan suara.

#### **4.1.2 Visi – Misi Radio Madama**

##### **A. Visi**

Menjadi radio siaran sahabat paramuda & kaum muda makassar & sekitarnya yang menyajikan informasi bernilai edukasi yang terpercaya & update, dengan menyajikannya lewat system siaran yang informatif juga menghibur. Dalam penyajiannya, radio madama juga menyuguhkan informasi

terupdate dalam bidang technology, budaya, wisata, komunitas dan hiburan.

#### **B. Misi**

1. Memfasilitasi koordinasi siaran yang menyajikan konten instruktif, informatif, dan menghibur bagi khalayak umum.
2. Merancang dan melaksanakan inisiatif pendidikan yang melayani demografi pemuda, selaras dengan norma dan keinginan sosial dan budaya kontemporer.
3. Menumbuhkan aliansi kolaboratif yang menunjukkan sinergi, kepercayaan, dan saling menguntungkan dalam dunia usaha.
4. Salah satu bidang yang potensial untuk ditingkatkan dalam industri radio adalah peningkatan profesionalisme dalam manajemen radio.
5. Sangat penting untuk secara konsisten memantau kemajuan teknologi untuk memfasilitasi integrasi siaran yang berfokus pada pendidikan dan praktik pendidikan terkini.
6. Pembinaan sumber daya manusia secara konsisten harus dilakukan sesuai dengan kebutuhan profesional di bidangnya masing-masing.
7. Menghasilkan nilai tambah yang menguntungkan dan bermanfaat bagi seluruh pemangku kepentingan terkait.

### 4.1.3 Segmentasi *Audience*

Segmentasi audience radio madama meliputi khususnya untuk anak – anak muda berikut presentasi yang dapat di lihat.

#### 1. Golongan Jenis kelamin

- Pria : 70,02%
- Wanita : 29,08%

#### 2. Golongan usia

- 18 (-) : 10%
- 18-24 : 60%
- 25-34 : 70%
- 35-44 : 30%
- 45-54 : 20%

#### 3. Lokasi Pendengar Terbanyak

- Jakarta : 779 Pendengar
- Surabaya : 357 Pendengar
- Makassar : 308 Pendengar
- Bandung : 183 Pendengar
- Depok : 162 Pendengar
- Pekanbaru : 143 Pendengar

#### 4.1.4 Profil Radio Madama

Nama stasiun	: Madama Radio
Frekuensi	: 87,7 FM
Alamat	: Jl. Kajaolalido No.2L, Baru, Kec. Ujung pandang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90174
Sapaan Pendengar	: Paramuda
Negara	: Indonesia
Slogan	: Lagu jagoan kamu
Telepon	: (0411) 3631256
Email	: madamaradio@gmail.com
Website	: www.madamaradio.com
Instagram	: @madamaradio
Facebook	: 87,7 FM Madama Radio
Youtube	: Madama Radio
Twitter	: @madamaradio

#### 4.1.5 Program Siaran

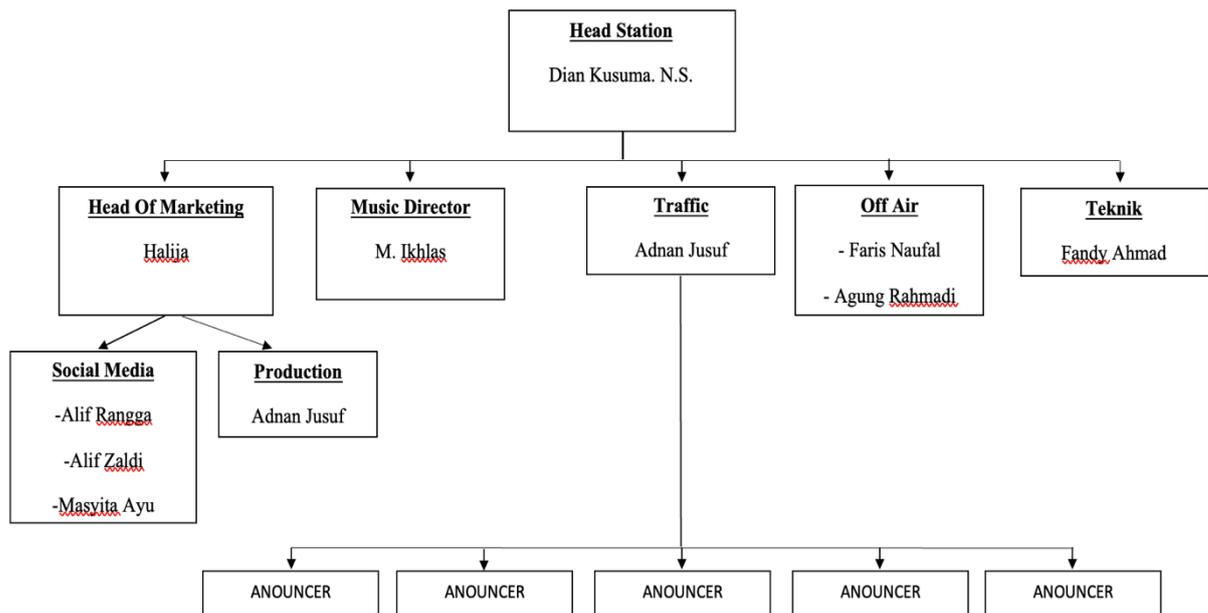
Tabel 4.1 Program Siaran

PROGRAM SIARAN	ON AIR PROGRAM	TAHUN PROGRAM
HELLO MORNING	Senin – Jumat (06.00 – 10.00)	2015
ASLI INDONESIA	Senin – Jumat (10.00 – 13.00)	2015
PICK & PLAY	Senin – Jumat (13.00 – 16.00)	2015
SIARAN SORE	Senin – Jumat (16.00 – 19.00)	2015
JAGA MALAM	Senin – Kamis (16.00 – 19.00)	2015

HOLYROXX	Jumat (19.00 – 23.00)	2010
MADAMA ON WEEKEND	Sabtu (06.00 – 16.00 )	2015
KTALKS	Sabtu (16.00 – 19.00)	2015
SLOWDOWN	Sabtu (19.00 – 23.00)	2015
MADAMA ON WEEKEND	Sunday (06.00 – 13.00 )	2015
MIX	Minggu (13.00 – 16.00 )	2015
TOP 40	Minggu (16.00 – 18.00 )	2010
INDO 20	Minggu (18.00 – 20.00 )	2010
MEONG	Minggu (20.00 – 23.00 )	2015

#### 4.1.6 Struktur

Setiap lembaga memiliki struktur organisasi yang terdiri dari beberapa bagian dan setiap bagian memiliki tugas masing-masing yang harus dipertanggung jawabkan demi kelancaran dan kesuksesan dari sebuah organisasi.



Gambar 4.2 Struktur

## **4.2 Hasil Penelitian**

Penulis melakukan penelitian selama satu bulan, yaitu tanggal 21 Juni hingga 20 Juli 2023. Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai beberapa informan, termasuk Kepala Stasiun Radio Madama, dan Penyiar Radio Madama.

### **4.2.1 Strategi Program Siaran Radio Madama Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital**

Strategi dapat didefinisikan sebagai strategi sistematis yang diterapkan oleh suatu organisasi untuk memandu tindakannya menuju pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Kehadiran strategi yang dikembangkan dengan baik memudahkan pencapaian tujuan organisasi suatu perusahaan. Konsep strategi mencakup proses pengambilan keputusan yang komprehensif dan bersyarat yang memandu kegiatan yang dilakukan pada saat ini, dengan mempertimbangkan keadaan dan kondisi yang ada, dengan tujuan akhir untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan. Hal ini menyiratkan bahwa setiap perusahaan atau organisasi selalu memiliki rencana strategis. Kelangsungan hidup Radio Madama tidak lepas dari peran penting radio dalam menyampaikan program siaran yang menarik perhatian masyarakat sehingga program tersebut bisa bertahan lama dan Radio Madama juga mengikuti perkembangan di era digital dengan menggunakan platform digital.

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti Bersama dengan :

## **1. Dian Kusuma Selaku Head Station**

Radio Madama dalam penetapan strategi program siaran terlebih dahulu memberikan penjelasan mengenai upaya yang dilakukan Radio Madama dalam mempertahankan eksistensinya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di Radio Madama seperti yang di utarakan Head Station Dian Kusuma mengatakan bahwa :

Untuk mempertahankan eksistensinya dari awal adanya platform digital Madama itu sudah berkontribusi untuk mempermudah masyarakat untuk mendengarkan radio di mana saja, platform ini kita ikuti dan masukan misalnya di noice, tunein, dan apple music, jadi intuk di aplikasi tersebut itu dia mengikuti live streaming yang ada di studio, sehingga untuk memudahkan sekaligus kasih opsi ke para pendengar biar lebih mudah menjangkau siaran Radio Madama jadi lebih strategis ketersediaannya Madama, mengingat gadget sekarang sudah jarang yang punya aplikasi Radio FM, jadi bisa dengar radio dari arah mana saja, strateginya itu radio madama para segmentasinya adalah anak-anak muda untuk dari segala jenis konten dan dari segala jenis program siaran radio. (Hasil wawancara Bersama Dian Kusuma. Jum'at, 07 Juli 2023).

Berdasarkan bukti empiris di lapangan, terlihat bahwa Radio Madama memodifikasi jadwal program siarannya sesuai dengan kondisi khalayak sasaran, suatu praktik yang selaras dengan pola keterlibatan pendengar. Berdasarkan temuan yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan dengan informan, dilaporkan bahwa:

Kita dipagi hari menyesuaikan dengan masyarakat yang lagi beraktivitas seperti sedang di perjalanan kita ada program yang namanya

Hello Morning membahas tentang infotraffic, olahraga, dan lain sebagainya agar pendengar bisa update dengan info yang madama siarkan, menjelang siang ada program Asli Indonesia membahas tentang seputar berita Indonesia yang sedang up to date agar pendengar tidak ketinggalan berita disiang hari madama sendiri juga mempunyai program yaitu *Pick & Play* yang dimana program ini memutar lagu-lagu agar para pendengar terhibur di jam istirahatnya dan bisa request lagu yang pendengar inginkan, di sore hari ada program Siaran Sore yang membahas tentang infotraffic dan entertaint dimana para penyiar memberitahukan kepada para pendengar yang sedang berada di dalam perjalanan, dan di malam hari ada program yang namanya Jaga Malam membahas seputar hiburan, film, entertaint dan lain-lain. Dan untuk Program Wekeend pertama ada K-Talks yang dimana program ini membahas tentang drama korea, dan lagu-lagu korea, kedua Slowdown di mana program ini memutar lagu-lagu galau untuk seseorang yang mau curhat untuk mengikatkan interaksi dengan paramuda, ketiga Top 40 Program ini adalah chart lagu western atau lagu-lagu barat, ke empat Mix program ini hanya memutar lagu-lagu tanpa adanya siaran yang berlangsung, ke lima Indo 20 di mana program ini Khusus bacakan chart Indonesia dan memutar lagu-lagu Indonesia dan Meong Program ini memutar lagu-lagu lama yang 10 tahun ke belakang.(Hasil wawancara Bersama Dian Kusuma. Jum'at, 07 Juli 2023).

Berdasarkan hasil wawancara pada Radio Madama dalam meminimalisir jumlah pendengar yang berpindah saluran ke radio lain. Dari hasil wawancara dilakukan kepada informan kak Dian Kusuma mengatakan bahwa :

Karena Madama adalah radio lokal maka dari itu dari segi konten, konten social media, aplikasi dan onair dalam artian info-info kalau ada yang bisa local kenapa tidak karena kita lihat setiap madama membuat konten local engagement lebih bagus, dan itu sudah terbukti makanya sekarang ada beberapa info jagoan kita menggunakan dialeg local (Makassar) yang dimengerti oleh pendengar baik itu secara onair maupun secara platform digital. (Hasil wawancara Bersama Dian Kusuma. Jum'at, 07 Juli 2023).

Dalam hal ini memelihara sumber daya program yang dimiliki Radio Madama, dari hasil wawancara yang dilakukan kepada informan Dian Kusuma mengatakan bahwa :

Memelihara sumber daya programnya lebih banyak difokus dari madama membangun relasi seperti bekerjasama dengan milisi dimana programnya yaitu holyrox x milisi yang menghadirkan tamu seperti band local yang lagunya sudah ada di madama, dan madama membuat programnya lebih sederhana dan tidak ribet. (Hasil wawancara Bersama Dian Kusuma. Jum'at, 07 Juli 2023).

Adapun strategi mengenai daya penarik massa yang diterapkan oleh Radio Madama yang di utarakan oleh informan kak Dian Kusuma mengatakan bahwa :

Strategi daya penarik massa nya kita yang di lakukan untuk tetap eksis seperti menerima yang nama nya live Offair, jadi Offair itu dimana kita menawarkan kerja sama kita seperti langsung siaran di tempat event jadi di tempat event itu kita bakal siaran dari penyiar-penyiar madama bakal siaran di tempat dan sekaligus berperan sebagai tiim radio aktiviti, jadi system nya

seperti symbiosismutualisme, secara Onair pertama dalam program K-Talks yang dimana program ini membahas tentang drama korea, dan lagu-lagu korea kedua Top 40 adalah chart lagu western atau lagu-lagu barat ketiga Slowdown itu lagu-lagu galau untuk seseorang yang mau curhat untuk mengikatkan interaksi dengan paramuda seperti dimana penyiar bisa sebagai teman cerita untuk para pemuda. Dan program Hello Morning membahas tentang seputar berita atau informasi yang sedang update. (Hasil wawancara Bersama Dian Kusuma. Jum'at, 07 Juli 2023).

Evaluasi adalah prosedur sistematis yang melibatkan penilaian dan pengamatan terhadap beberapa bentuk data untuk mengukur pengaruh dan kemandirian suatu entitas, inisiatif, atau prosedur, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan Radio Madama seperti yang diutarakan Head Station mengatakan bahwa :

Jadi setiap bulan itu ada monthly meeting jadi kita bertanya kepada penyiar inchart perkembangan siaran, dari segi konten, program siaran, untuk evaluasi program siarannya tiap 3 bulan untuk mendiskusikan kekurangan programnya. (Hasil wawancara Bersama Dian Kusuma. Jum'at, 07 Juli 2023).

Adapun hasil penelitian bahwa Radio Madama menggunakan beberapa media sosial yang digunakan yaitu Instagram, X , Facebook, Youtube, dan Tiktok seperti yang diutarakan Head Station kak Dian Kusuma mengatakan bahwa:

Kami punya Instagram, x, youtube, facebook, dan tiktok, karena sekarang ini di era digital pasti masyarakat ingin mengetahui informasi

dalam platform tersebut". (Hasil wawancara Bersama Dian Kusuma. Jum'at, 07 Juli 2023).

- Instagram



**Gambar 4.3 Instagram Radio Madama**

Instagram adalah suatu jejaring sosial yang mempunyai tujuan untuk membantu penggunanya untuk membagikan foto dan video secara online kepada pengguna lainnya dan ntuk berkomunikasi dan tetap terhubung melalui pertukaran pesan yang cepat dan sering

Akun Instagram Radio Madama Bernama @madamaradio yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berita-berita terbaru dan setiap kegiatan promo dan konten-konten dan video berbentuk reels. Begitupun x dan Facebook akan mengikuti feeds yang ada di Instagram.

- X



**Gambar 4.4 Twitter Radio Madama**

X adalah media sosial yang tujuannya untuk layanan bagi teman, keluarga dan teman sekerja untuk berkomunikasi dan tetap terhubung melalui pertukaran pesan yang cepat dan sering. di akunnya sering membagikan informasi sama halnya dengan Instagram, Pengguna memposting *tweet*, yang dapat berisi foto, video, tautan dan teks.

Akun X Radio Madama bernama 87.7 FM Madama Radio, dalam akun ini pihak dari Madama sering dan selalu membagikan informasi mengenai kegiatan yang mereka rancangkan contohnya saat pihak dari Madama membagikan tentang konser musik Berisik di Timur yang akan diselenggarakan pada tanggal 12 agustus 2023 di Makassar, ataupun membagikan

- Facebook



**Gambar 4.5 Facebook Radio Madama**

Facebook adalah sebuah situs yang menghadirkan layanan jejaring sosial dimana para pengguna tidak hanya menampilkan tampilan dan informasi dirinya melainkan juga dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya yang berasal dari seluruh enjuru dunia

Nama akun sosial Madama adalah Madama Radio di akunnya madama radio sering membagikan informasi sama halnya dengan X Madama sering dan selalu membagikan informasi mengenai kegiatan yang mereka rancangkan contohnya saat pihak dari Madama membagikan tentang konser musik Berisik di Timur yang akan diselenggarakan pada tanggal 12 agustus 2023 di Makassar, ataupun mereka juga sering membagikan informasi dan berita-berita yang sedang up to date.

- **Youtube**



**Gambar 4.6 Youtube Radio Madama**

Youtube adalah sebuah situs web yang di gunakan untuk mengupload video, menonton berbagai video yang di mana video itu bisa di lihat oleh semua orang dan dengan adanya youtube seseorang bisa memposting atau menampilkan rekaman atau gerakannya sehingga bisa dapat di lihat dan di apresiasi oleh banyak orang.

Akun Youtube Radio Madama bernama Madama Radio di mana Madama menggunakan youtube untuk membuat video-video aktiviti Radio Madama kita ketika live Onair, ilve offair, after movie, photoshoot, main games, konten seru-seruan dan lain sebagainya, dan di buatkan dalam bentuk vlog Radio Madama.

- **Tiktok**



**Gambar 4.7 Tiktok Radio Madama**

Tiktok merupakan platform video-video pendek yang memungkinkan pengguna berimajinasi dan mengekspresikan ide-ide secara bebas dalam arti yang bisa diterima khalayak luas, sehingga Radio Madama menggunakan Aplikasi ini untuk mencurahkan ide-ide mereka yaitu dengan mengupload konten-konten berupa video hiburan seperti apa yang sedang trending di tiktok itu Madama mengikuti dengan cara Madama sendiri.

## **2. Nur Ainun Septyas Syafira Selaku Penyiar**

Berdasarkan hasil wawancara pada Radio Madama apa saja program siaran yang ada di Radio Madama, berdasarkan hasil wawancara dilakukan kepada informan kak Ainun selaku penyiar mengatakan bahwa :

Jenis program siaran yang ada di madama kita ada Hello Morning, Asli Indonesia, Pick & Play, Siaran Sore, Jaga Malam, Holyroxx X Milisi, Madama On Wekeend, K-Talks, Slow Down, Mix, Top 40, Indo 20, dan juga Meong. (Hasil wawancara Bersama Nur Ainun Septyas Syafira, Rabu 12 Juli 2023).

Dalam industri siaran radio membuat program siaran yang unggul, adapun hasil wawancara yang dilakukan pada informan terkait apa saja program unggulan yang ada di Radio Madama, kak Ainun selaku penyiar mengatakan bahwa :

Program unggulan yang pertama ada Top 40 yaitu adalah chart lagu western atau lagu-lagu barat berkolaborasi dengan satu media besar di Jakarta, kedua Holyroxx X Milisi dimana programnya ini kita membantu teman-teman musisi indi agar lagunya dimasukkan ke new realese lalu masuk ke chart lagu madama itu juga salah satu bentuk support Radio Madama untuk membantu mempromosikan lagunya tidak hanya dari Makassar kita juga membantu dari luar Makassar, ketiga K-Talks program ini menyajikan tentang korea dari segi drama film korea, dan lagu-lagu korea dan Slowdown program ini memutar lagu-lagu galau dan untuk seseorang yang mau curhat untuk mengikat interaksi dengan para muda kayak dimana penyiar bisa sebagai teman cerita untuk para pemuda. (Hasil wawancara Bersama Nur Ainun Septyas Syafira, Rabu 12 Juli 2023).

Berdasarkan bukti empiris dalam domain masing-masing, komunikasi ini menjelaskan jadwal penayangan dan nomenklatur program yang akan disebarluaskan, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada informan, kak Ainun selaku penyiar mengatakan bahwa :

Pertama kita punya insertion jadi setiap penyiar yang siaran di program misalnya Program Hello Morning si penyiar ini wajib mempromosikan program siaran selanjutnya ketika mau closingan jadi penyiar memberitahukan kepada para pendengar setelah program Hello Morning selanjutnya ada program Asli Indonesia di jam 10:00 – 13:00 dan sosial media kami promoin beberapa part misalnya di program Hello Morning ganti penyiar atau ada konten special itu kita baru posting di social media. (Hasil wawancara Bersama Nur Ainun Septyas Syafira, Rabu 12 Juli 2023).

Berdasarkan hasil wawancara Radio Madama ini bisa di dengar melalui mana seperti yang diutarakan penyiar mengatakan bahwa:

Radio madama ini bisa di dengarkan melalui Frekuensi 87,7 FM, kalau secara streaming di [www.madamaradio.com](http://www.madamaradio.com), di platform lain ada Noice, Apple Music, dan Tunein. (Hasil wawancara Bersama Nur Ainun Septyas Syafira, Rabu 12 Juli 2023).

Berdasarkan hasil wawancara yang mempersiapkan naskah siaran Radio Madama kak Ainun selaku penyiar mengatakan bahwa :

Untuk naskah berita di pegang oleh penyiar yang menyiar pada waktunya jadi sistemnya kita tidak pakai yang namanya produser tapi sistemnya madama one man show itu sekaligus jadi operator, penyiar, dan harus juga jadi produser atau bisa dibilang multitasking jadi untuk naskah di

atur oleh sama penziarnya sendiri. (Hasil wawancara Bersama Nur Ainun Septyas Syafira, Rabu 12 Juli 2023).

### **4.3 Pembahasan**

Berdasarkan dari hasil temuan dalam penelitian ini, dengan observasi secara langsung hingga wawancara secara langsung dengan beberapa informan, Maka peneliti akan membahas tentang Bagaimana Strategi Program siaran Radio Madama Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di era Digital. Berdasarkan deskripsi dari hasil penelitian diatas diketahui bahwa Radio Madama bisa dikatakan eksis hingga saat ini tentu tidak lepas dari peran strateginya. Strategi Radio Madama untuk menyusun mempertahankan eksistensinya dengan perencanaan yang matang agar tetap bisa menyajikan program yang berkualitas.

#### **4.3.1 Strategi Program Siaran Radio Madama Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital Berdasarkan Teori Susan Tyler Eastman**

Bagian ini akan menguraikan data yang diperoleh dari temuan penelitian mengenai Strategi Program Siaran Radio Madama dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital. Untuk menjamin kelangsungan keberadaan radio, perlu dilakukan pendekatan tertentu, yang didasarkan pada kerangka teoritis Susan Tyler Eastman, yang menjelaskan suatu program. Untuk menjamin keberlangsungan program radio serta menarik dan mempertahankan

pendengar di era digital, peneliti akan memaparkan Strategi Program Siaran Radio Madama. Strategi ini mencakup berbagai aspek seperti kesesuaian, pembentukan kebiasaan, kontrol arus pendengar, penyimpanan sumber daya program, dan daya tarik massa:

### **1. Compability (Kesesuaian)**

*Compability* Pendekatan penyesuaian didasarkan pada faktor-faktor seperti jenis pendengar, pemilihan program, dan jadwal acara. Manajemen memerlukan pengetahuan tentang preferensi yang berlaku dalam musik, film, hobi, dan gaya hidup. Rancangan program harus diatur sesuai dengan aktivitas sehari-hari audiens yang dituju. Selama periode istirahat, individu melakukan aktivitas seperti menonton televisi, bekerja, atau beralih ke kondisi tidur. Tujuan dari tindakan ini adalah untuk memudahkan manajemen dalam merumuskan strategi yang sesuai untuk menentukan penerimaan program dan penjadwalan jam tayang berdasarkan kriteria penonton (Katili, 2019).

Kesesuaian strategi yang diterapkan Radio Madama khususnya penjadwalan program acara Hello Morning, Asli Indonesia, Pick and Play, Siaran Sore, dan Night Watch didukung oleh temuan penelitian. Program-program ini telah diatur waktunya dengan cermat agar selaras dengan aktivitas dan preferensi pendengar, seperti yang ditunjukkan oleh slot waktu yang dialokasikan untuk program Hello Morning. Antara pukul 06:00 dan 10:00, individu memiliki waktu bebas untuk terlibat dalam konsumsi berita terkini, pembaruan lalu lintas, pembaruan olahraga, dan konten terkait lainnya. Pada rentang waktu pukul 10.00 hingga 13.00, terlihat bahwa masyarakat mempunyai banyak waktu luang untuk mengonsumsi berita-

berita Indonesia. Sangat disarankan untuk memanfaatkan periode ini secara efektif untuk memastikan bahwa tidak ada informasi terkait yang terlewatkan atau terlewatkan. Pilih dan terlibat dalam periode waktu yang ditentukan untuk kegiatan rekreasi. Dari pukul 13:00 hingga 16:00, individu diberikan waktu luang untuk mendengarkan lagu dan menghibur permintaan lagu dari sesama pendengar. Rentang waktu siaran sore berkisar antara pukul 16:00 hingga 19:00, di mana pendengar biasanya memiliki waktu senggang untuk terlibat dengan konten lalu lintas info dan hiburan. Selanjutnya, periode Jaga Malam dimulai pada pukul 19.00 dan berakhir pada pukul 23.00, di mana pendengar mempunyai waktu untuk menikmati sajian hiburan seperti film, dan bentuk hiburan lainnya.

Selain itu, pelaksanaan siaran mulai dari pemilihan tema pun sudah tertata secara sistematis. Musiknya disinkronkan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa acara yang ditayangkan tidak monoton, sehingga mencegah ketidaktertarikan penonton.

## **2. *Habit Formation* (Pembentukan Kebiasaan)**

Proses pemilihan dan perancangan program yang tepat berpotensi mempengaruhi kebiasaan mendengarkan penontonnya. Menyelenggarakan acara secara konsisten dan tepat waktu sesuai dengan program pilihan penonton untuk menumbuhkan loyalitas (Katili, 2019).

Teknik pengembangan kebiasaan yang diterapkan berasal dari temuan penelitian yang dilakukan. Untuk menumbuhkan kebiasaan di antara pendengar Radio Madama, sangat penting untuk secara aktif mempromosikan berbagai program dalam jadwal siaran Hello Morning 06:00 – 10:00 saat ingin melakukan closingan penyiar wajib voice over

bahwa program selanjutnya akan ada Asli Indonesia di jam 10:00 – 13:00, penyiar memberitahukan kepada pendengar saat menyiar dan memberitahukan lewat social media dengan mengupload insta story, Tujuan promosi program adalah untuk memudahkan pendengar dalam mempertahankan dan menyesuaikan diri dengan program yang dijadwalkan untuk disiarkan.

### **3. Control Of Audience Flow (Kontrol Arus Pendengar)**

*Control of Audience Flow* Praktik ini diterapkan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pemirsa dan mengurangi perilaku perpindahan saluran. Administrator memiliki kemampuan untuk mengelola keterlibatan audiens dan membedakan kekhasan suatu program (Katili, 2019).

Pendekatan kontrol aliran pendengar awal yang digunakan oleh Radio Madama melibatkan pelaksanaan evaluasi, yang telah dilaksanakan secara efektif oleh organisasi, karena tiap bulan ada monthly meeting untuk mengetahui perkembangan siaran radio madama dan mengevaluasi program siarannya tiap 3 bulan sebagai bahan perbaikan program siarannya.

Radio Madama meminimalisir jumlah pendengar pindah ke saluran lain dengan memanfaatkan sosial media, aplikasi dan onair karena madama adalah Radio lokal dalam artian info-infonya juga menggunakan Bahasa lokal (Makassar) tetapi yang mudah dimengerti oleh pendengar maka dari itu Radio Madama menggunakan dialeg lokal agar pendengar tetap bertahan, Namun cara penyiar dalam berkomunikasi tetap berpegang pada protokol penyiaran dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh penonton.

Aturan penyiaran berkaitan dengan pembatasan yang mengatur pengembangan program siaran, sedangkan standar program penyiaran berfungsi sebagai pedoman untuk mengatur konten yang boleh disebarluaskan dan konten yang dilarang untuk disiarkan pada program tersebut. Dalam skenario ini, P3 SPS berfungsi sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, menjadi acuan bagi stasiun penyiaran dan KPI dalam upayanya mengkoordinasikan dan mengawasi sistem penyiaran nasional.

#### **4. *Conservation of Program Resources (Konservasi Sumber Daya Program)***

Tujuan dari strategi ini adalah untuk menjaga sumber daya program, memastikan pelestariannya dan potensi pemanfaatannya di masa depan. Praktik pemanfaatan kembali materi acara memerlukan penerapan gaya dan metode pengemasan yang berbeda dibandingkan dengan yang digunakan dalam program sebelumnya (Katili, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian yang ada di Radio Madama untuk memelihara sumber daya programnya yaitu dengan membangun relasi seperti berkerja sama dengan Milisi di mana programnya yaitu Holyroxx X Milisi membahas band-band lokal dan menghadirkan tamu-tamu band lokal tiap minggu agar musisi band lokal bisa punya wadah untuk bisa di blowup dari rekan-rekan media supaya mereka juga punya kesempatan untuk dikenal khalayak luas, untuk penyimpanan sumber-sumber program buat menjaga program acara tersebut tetap terjaga dan di mana tamu ini sudah ada lagunya di Radio Madama.

#### **5. *Mass Appeal (Banding Massal)***

Untuk mencapai daya tarik massa, baik dalam konteks teknologi atau sosial, sangatlah penting untuk menghasilkan pengaruh yang besar. Karena adanya variasi dalam minat dan preferensi penonton, komposisi naskah menjadi suatu keharusan. Agar siaran berhasil, penting untuk meningkatkan daya tarik format acara (Katili, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian, strategi daya penarik massa yang dilakukan Radio Madama dengan menerima program live Offair di situ Radio Madama menawarkan kerja sama langsung siaran di tempat event bakal siaran bersama penyiar Radio Madama sekaligus berperan sebagai tim radio activity, dan juga menjadi EO di event sekaligus mempromosikan tempat mereka sebagai exposure nya jadi system nya seperti simbiosismutualisme secara Onair ada program K-Talks membahas tentang seputar drama korea, dan lagu-lagu karena lagi trend dikalangan paramuda dan program Hello Morning membahas berita atau informasi yang sedang update pada saat ini.

Selain itu, daya tarik media juga mempunyai daya tarik yang besar bagi pendengarnya, karena kemajuan teknologi internet telah memungkinkan aksesibilitas siaran radio online. Perkembangan modern ini memungkinkan individu untuk dengan mudah mendengarkan layanan streaming Madama Radio kapan saja dan di mana saja, melalui situs streaming resmi [www.madamaradio.com](http://www.madamaradio.com).

Pentingnya kelangsungan hidup radio di zaman sekarang terletak pada tanggung jawabnya untuk menyebarkan informasi terkini dan dapat dipercaya. Media radio harus mempunyai kapasitas untuk membangkitkan kesadaran masyarakat dan menyebarkan informasi yang akurat dan dapat diandalkan. Agar tetap terkini dan responsif terhadap perubahan preferensi

pemirsa, siaran radio harus mampu memanfaatkan kemajuan dalam keterlibatan pendengar, khususnya melalui integrasi platform jejaring sosial dan aplikasi seperti Noice, Apple Music, dan Tunein.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai **Strategi Program Siaran Radio Madama Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital** berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dan observasi mendalam serta mengumpulkan data lapangan tepatnya di Radio Madama, dapat disimpulkan bahwa :

Metode program siaran yang dilakukan Radio Madama meliputi beberapa tahapan, antara lain:

1. *Compability* (Kesesuaian) Program siaran disusun dan dijadwalkan sesuai dengan rutinitas dan aktivitas pendengar sehari-hari. Jadwal dan aktivitas harian pendengar, termasuk pola kerja, perjalanan, dan istirahat, menjadi dasar pengambilan keputusan program radio, yang mencakup penjadwalan program, genre program, dan pelaksanaan program.
2. *Habit Formation* (Membentuk Kebiasaan) Untuk menumbuhkan kebiasaan mendengarkan pemirsa Radio Madama, penting untuk mengiklankan program secara strategis sebelum jadwal siarannya dan dengan hati-hati menyusun konten yang sesuai yang mendorong pengembangan pola mendengarkan yang konsisten di kalangan pendengar. Susunan acara yang konsisten dan telah ditentukan sebelumnya untuk menjunjung tinggi kesetiaan terhadap program yang dipilih penonton.
3. *Control Of Audience Flow* (Kontrol Arus Pendengar) Radio Madama memanfaatkan media sosial, aplikasi dan teknologi internet yang biasa digunakan untuk streaming menggunakan bahasa lokal yang mudah

Konsep retensi pendengar di seluruh program diterapkan untuk meningkatkan jumlah penonton dan meminimalkan peralihan saluran.

4. *Conservation of Program Resources* (Konservasi Sumber Daya Program)  
Dengan membangun relasi mengajak bekerjasama Milisi sehingga mempunyai program Holyroxx X Milisi agar bisa mengundang band-band lokal yang lagunya sudah ada di Radio Madama sehingga program acara tersebut tetap terjaga.
5. *Mass Appeal* (Banding Massal) Program siaran berpotensi menjangkau khalayak yang lebih luas, baik dari segi teknis maupun sosial. Namun, efektivitas jangkauan ini bergantung pada keadaan Radio Madama dan tujuan spesifik yang terkait dengan program siaran yang dilaksanakan, yaitu pencapaian daya tarik massa dan daya tarik media.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki saran yaitu :

### A. Praktis

1. Disarankan bagi karyawan Radio Madama untuk tidak terlibat dalam berbagai peran pekerjaan, seperti sekaligus menjabat sebagai penyiar dan mengelola bagian media sosial. Praktik ini dapat mengakibatkan hilangnya perhatian di kalangan karyawan karena tuntutan dua tanggung jawab utama tersebut secara bersamaan.
2. Radio Madama akan sangat diuntungkan dengan kehadiran produser yang dapat melakukan riset komprehensif untuk menghasilkan ide-ide

baru, menilai reaksi pendengar terhadap isi program yang ditayangkan, dan mengevaluasi kinerja penyiar.

## **B. Akademis**

1. Peneliti berharap penelitian ini, menjadi refensi untuk peneliti lainnya terutama pada jurusan Ilmu Komunikasi yang ingin mengkaji lebih dalam Strategi Program Siaran Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital.
2. Dengan adanya penelitian ini peneliti menyarankan agar peneliti selanjut nya menggunakan Teori Ekologi Media.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2007). *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Agus M. Hardjana. 2003. *Komunikasi intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Anabarja, S. (2011). Peran Televisi Lokal dalam Mempertahankan Identitas Lokal di Era Globalisasi Informasi. *Global dan Strategis*, (Edisi Khusus), 261-270.
- Anwar, Arifin. (1984). *Strategi Komunikasi*. ARMICO.
- Arizah, S., Abdul. R., dan Kasron. N. 2023. Strategi Program Radio Siaran "GOOD MORNING DISLOVERS" untuk menarik minat pendengar (Studi Radio DIS FM Tebing Tinggi). *Jurnal Ilmu Sosial*. Vol. 2, No. 2.
- Bungin, Burhan. (2011). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cosmas Gato Haryono, d. T. (2020). Pemetaan Tata Kelola Infrastruktur Penyiaran Radio Swasta Di Dki Jakarta. 6
- Dhamayanti, M. (2019). Pemanfaatan Media Radio di Era Digital. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2).
- Dinda Helsa Novia, d. B. (2019). Strategi Komunikasi Penyiar Radio Sla Fm 105.6
- Emzir. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Analisis Data*. Raja PT Remaja Rosdakarya.
- Gogali, V. A., dan Muhammad. T. 2020. Eksistensi Radio Dalam Program Podcast Di era Digital Konten. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 3, No. 1.
- Hubertus, O. (2016). *Penerapan Manajemen Strategi Dalam Mewujudkan Kinerja Organisasi Sektor Publik*. Societas: Ilmu Administrasi Dan Sosial.
- Jhon Fiske. (2016). *Pengantar ilmu komunikasi edisi 3 cetakan 4 Hapsari Winiayingtyas*. Rajawali Press
- Katili, T. Y. (2019). Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. 142-144.
- Kustiawan, W., Fikrah, K. S., Sasi, A., Rofifah, A. L., Fatmah, S.G., Nilam, S.P., & Nurhayati. 2022. *Komunikasi Massa*. Vol. 11, No 1.
- Kustiawan, W., Hasibuan, Y. W., Hardini, M., Zuhra, F., Hasibuan, F. A. K., Wafa, A., & Wahyuni, R. (2022). Strategi Most FM dalam Mempertahankan

Eksistensi di Era Digital. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 2(3), 814-818.

Kustiawan, W., M. Darman. M., Aldi, S., Ahmad. F., U., Ahmad.F., & Muhammad. N. 2022. Sejarah Perkembangan Radio. *Jurnal Edukasi Nonformal*. Vol. 3, No 2.

M.Romli, Asep Syamsul. (2009). *Basic Announcing: Dasar-dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa.

Mhz Takengon Kabupaten Ace Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar. 4.

Moeleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Mustofa. B. M., & Dkk. 2022. Fungsi Komunikasi Massa dalam Pemberitaan Pengamen Badut Cilik Cantik Oleh Akun Instagram @say.video Terhadap Perilaku Wargane. *Jurnal Komunikasi Islam*. Vol. 3. No. 1.

Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.

Phyana, R., A. dan Rahma, S., Z. 2020. Eksistensi Peyiar Morning Zone Di Radio Trax Fm Palembang. *Jurnal of New Media and Communion*. Vol.1, No.1.

Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 29-37.

Purwanto, G. M. 2021. Strategi Humas Dalam Memertahankan Eksistensi Radio Fantasi 70 di Era Digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol. 10, No.1.

Rahayu, T., Y. dan Kartini. R., D., K. 2019. Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Makna*. Vol. 4, No.1.

Razali. G. Dkk. 2020. *Ilmu Komunikasi dan Informasi & Transaksi Elektronik*. Media Sains Indonesia.

Razali.G 2022. *Pengantar ilmu komunikasi,hakikat dan unsur-unsur komunikasi*. Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.

Romli. (2017). *Komunikasi massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Saragih.s.,L. Dkk. 2022. *Komunikasi & Negosiasi Bisnis Berbasis HOTS*. Medan: Merdeka Kreasi.

Sarigih, M. R. K., Fariaman, P., & Tuahman, S. 2021. Strategi Komunikasi Penyiar Radio Karina Pematangsiantar Dalam {Program Nostalgia. *Menejemen:Jurnal Ekonomi*. Vol. 3, No2.

Satira. U., A. & Rossa H. 2021 Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *Intenational Jurnal*. Vol (1), No.(1).

Setyawiaji, R. H., Palupi, M. F. T., & Romadhan, M. I. (2023, January). Strategi Siaran Jeje Radio Surabaya Di Era 4.0 Untuk Menarik Minat Pendengar. In *SEMAKOM: SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI* (Vol. 1, No. 01, pp. 627-634).

Yonathan K.M, s. d. (2019). Penerapan Kaidah Penyiaran di Stasiun D'Radio Jambi.

Yusuf, Muri. (2014). Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Kencana : Jakarta.

# LAMPIRAN – LAMPIRAN

### **DRAFT WAWANCARA NARASUMBER**

1. Apa upaya yang di lakukan Radio Madama mempertahankan eksistensinya?
2. Bagaimana cara menyesuaikan jadwal program yang disiarkan dengan kondisi audien yang di target?
3. Bagaimana RBS Radio meminimalisir jumlah pendengar yang berpindah saluran keradio lain?
4. Bagaimana memelihara sumber daya program yang dimiliki RBS Radio?
5. Bagaimana strategi daya penarik massa yang radio madama lakukan
6. Bagaimana bentuk evaluasi yang di lakukan radio madama
7. Media sosial apa saja yang di gunakan Radio madama
8. Apa saja jenis program acara yang ada di Radio Madama
9. Apa saja program unggulan yang ada di Radio Madama
10. Bagaimana cara memberitahukan kepada pendengar mengenai jadwal dan nama program yang akan disiarkan?
11. Dimana saja Radio Madama bisa di dengarkan
12. Siapa yang Menyusun naskah siaran radio

**DOKUMENTASI**

**Gambar 1. Foto bersama Head Station Radio Madama**



**Gambar 2. Foto Bersama Penyiar Radio Madama**



**Gambar 3. Peralatan siaran Radio**