

**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO KISS FM
DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN JUMLAH
PENDENGAR DI JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shidiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam



Oleh :
IKA FITRI NURWATI
D20171012
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO KISS FM
DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN JUMLAH
PENDENGAR DI JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shidiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Oleh :

IKA FITRI NURWATI
D20171012

Disetujui Pembimbing

UNIVE
KIAI HA
NEGERI
SIDDIQ
JEMBER


Dr. Siti Raudhatul Jannah S.Ag., M.Med.Kom.
NIP. 197207152006042001

**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO KISS FM
DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN JUMLAH
PENDENGAR DI JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

**Hari: Rabu
Tanggal: 7 April 2022**

Tim Penguji

Ketua

Aprilya Fitriani, M.M
NIP. 199104232018012002

Sekretaris

Dhama Surrova, M.I.Kom
NIP. 198806272019032009

Anggota :

1. Muhibbin, S.Ag., M.Si.

2. Dr. Siti Raudatul Jannah, S.ag., M.med.Kom (

Menyetujui
Dekan **Fakultas Dakwah**



Prof. Dr. Ahidul Asror, M.Ag
NIP. 19740606200031003

MOTTO

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ
وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

“Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi, mereka berkata “Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah), di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji engkau dan mensucikan engkau”, Tuhan Berfirman “sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui”¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: Mizan,2010),30

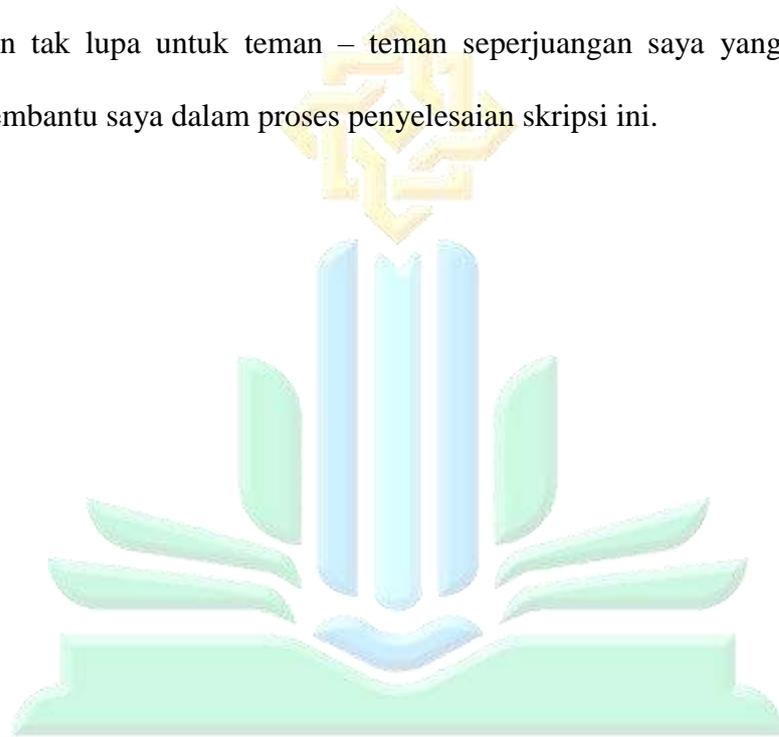
PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, teriring rasa syukur yang tidak dapat digambarkan dengan hal apapun atas segala yang telah diterima oleh penulis selama ini. Skripsi ini saya perjuangkan dan persembahkan kepada mereka yang saya sayangi dan hormati serta menjadi motivasi saya untuk terus berjuang dan pantang menyerah. Dengan segala hormat, saya persembahkan karya yang sangat sederhana ini kepada :

1. Terkhusus yang paling utama ialah kepada Allah SWT yang telah mengalirkan sepanjang masa sungai kenikmatan kepada penulis, sehingga penulis dapat satu persatu menyelesaikan tanggung jawab ini.
2. Selanjutnya ialah kepada yang mulia Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa namanya penulis sebut untuk menghadapi lika-liku kehidupan penulis.
3. Kepada kedua Orang Tua penulis, terkhusus cinta pertama saya Almarhum Bapak Abdullah yang perjuangannya begitu besar bagi hidup penulis hingga di akhir hayatnya beliau masih menjadi Bapak terbaik bagi saya, dan Ibu Erna Wati yang pengorbanan, kasih sayang yang sangat tulus untuk saya sebagai putri tercintanya yang kini menjadi sosok ayah sekaligus Ibu bagi penulis dan merekalah yang menjadi kunci pintu ridhonya Allah SWT serta kunci kebahagiaan dan keselamatan hidup penulis hingga akhir hayat.

4. Kepada adik kandung saya, M. Hamzah Ramadhani dan Hanum Aghnia An-Nahda yang senantiasa menjadi penyemangat untuk saya terus berjuang hingga detik ini.
5. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor IAIN Jember yang selalu memberikan motivasi kepada mahasiswa, semoga diberikan balasan yang lebih baik oleh Allah SWT.
6. Dr. Siti Raudhatul Jannah, M.Med.Kom selaku dosen pembimbing skripsi, sekaligus dosen yang menjadi panutan bagi saya. Semoga semua yang beliau lakukan untuk membimbing dan mengarahkan saya senantiasa beriring dengan ridho Allah SWT
7. Kepada Seluruh Narasumber atau Informan yang penulis mintai tolong untuk memberikan data penelitian, terdiri dari Penyiar dan juga Ketua Lembaga Instansi Radio Kiss Fm Jember
8. Untuk keluarga KPI O1 yang telah menjadi teman diskusi saya selama 4 tahun di bangku kuliah.
9. Untuk teman-teman yang pernah hadir lama bersama saya, berdiskusi bersama, hidup dan lapar bersama.
10. Untuk seseorang yang sangat spesial bagi saya, yang menjadi tempat suka dan duka saya berbagi cerita selama 2 tahun bersama dengan saya sampai saat ini dan insya allah seterusnya.
11. Untuk orang yang sudah saya anggap seperti Kakak kandung saya Mar'atus Solehah, terima kasih atas nasihat, semangat serta perdebatan kecil yang sering kita lakukan.

12. Untuk teman saya Feni Nadia Annainawa yang sering saya repotkan untuk menemani saya mengurus skripsi ini, terima kasih karena sudah ikhlas membantu temanmu yang satu ini.
13. Untuk Marlina sepeda motor kesayangan saya, terima kasih tiada tara hingga detik ini sudah menemani saya kemanapun dalam kondisi apapun.
14. Dan tak lupa untuk teman – teman seperjuangan saya yang senantiasa membantu saya dalam proses penyelesaian skripsi ini.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR



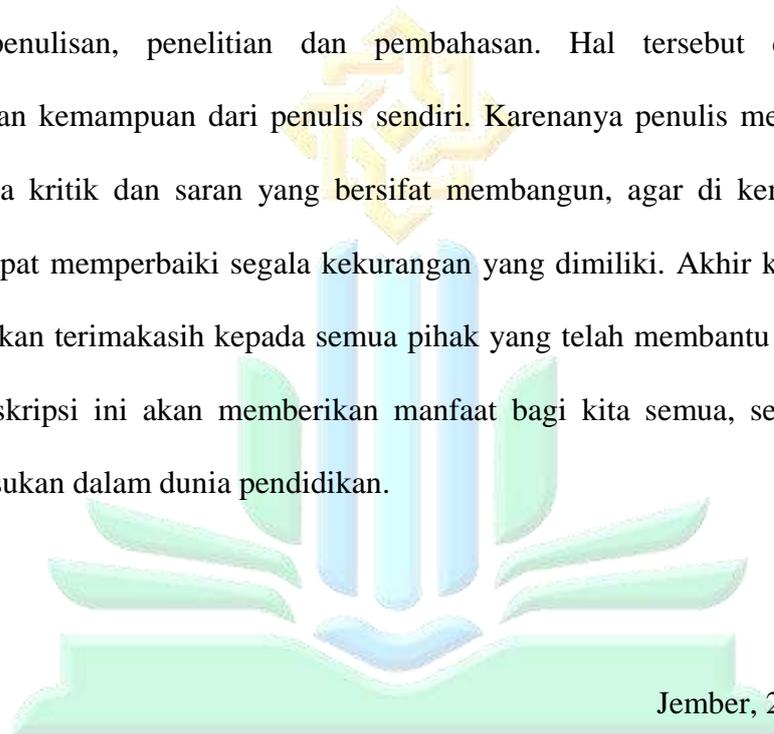
Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta senantiasa mengalirkan kenikmatan yang terus menerus penulis rasakan sampai saat sekarang. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini dengan maksimal dan yang pasti dalam keadaan sehat wal afiat. Berkat Allah SWT telah tertulis dengan ilmiah sebuah karya yang berjudul “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss Fm Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Jember”.

Shalawat serta salam saya haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, yang senantiasa namanya penulis sebut untuk menjadi motivasi dalam menjalani lika liku kehidupan. Berkat perjuangan beliau lah kita dapat merasakan indahnya silaturrahmi dengan sesame, meskipun mempunyai latar belakang yang berbeda, serta berkatnyalah penulis dapat merasakan indahnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi era digital ini.

Ucapan terimakasih penuh haru kepada Almarhum Bapak Abdullah yang telah berjuang mendidik saya, mengenalkan saya kepada ilmu Agama dan mengawasi saya sedari kecil untuk taat menjalankan perintah agama. Maafkanlah saya yang belum bisa membahagiakan Bapak hingga detik ini. Selanjutnya kepada Ibu Erna Wati ucapan hormat penuh khidmat yang setiap waktu tidak pernah putus mendoakan saya dalam proses mencari Ilmu selama ini. Selanjutnya kepada dosen pembimbing yang terhormat Ibu Siti Raudhatul jannah, M.Med.Kom yang

telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk membimbing penulis, semoga Allah senantiasa melimpahkan kebahagiaan dan keberkahan di dunia maupun di akhirat.

Penulis menyadari bahwa tidak ada hal yang sempurna, termasuk karya skripsi ini. Tentunya masih banyak kekurangan yang ada di dalamnya, baik dalam metode penulisan, penelitian dan pembahasan. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan dari penulis sendiri. Karenanya penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun, agar di kemudian hari penulis dapat memperbaiki segala kekurangan yang dimiliki. Akhir kata, Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap skripsi ini akan memberikan manfaat bagi kita semua, serta menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.



Jember, 23 Mei 2022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Penulis

ABSTRAK

Ika Fitri Nurwati, 2021 : “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss Fm Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Jember”

Keberhasilan seorang penyiar dalam kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Perkembangan pesat yang terjadi pada radio dan televisi dipengaruhi oleh banyak orang, satu diantaranya adalah penyiar. Penyiar merupakan orang yang berkontribusi besar dalam penyajian suatu pesan pada acara radio dan televisi. Penyiar dipadukan dengan fungsi audio serta visual akan membuat acara terlihat lebih hidup dan interaktif. Penyiar adalah juru bicara stasiun radio siaran. Dibalik layar studio, penyiar juga mempunyai pekerjaan dan tugas lain sesuai keterampilan yang dimilikinya. Dalam radio, penyiar diibaratkan sebagai citra radio, semakin cantik performa penyiar, maka semakin tampak kecantikan manajemen, kerja sama, dan standardisasi siaran yang ditetapkan radio tersebut.

Fokus penelitian dalam skripsi ini ialah : 1. Bagaimana strategi komunikasi penyiar radio Kiss Fm dalam upaya meningkatkan jumlah pendengarnya? 2. Bagaimana respon pendengar terhadap penyiar radio Kiss Fm Jember?

Sedangkan tujuan dari penelitian ini ialah : 1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi penyiar Radio Kiss Fm dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar 2. Untuk mengetahui strategi komunikasi penyiar Radio Kiss FM dalam meningkatkan jumlah pendengar.

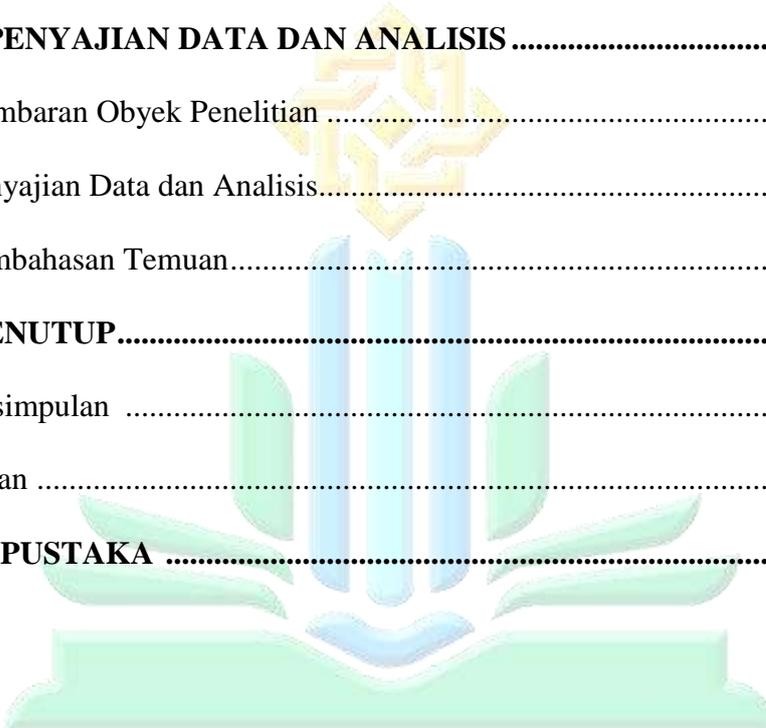
Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Sementara untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara langsung serta online dan dokumentasi. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dalam uji keabsahan data yang diperoleh.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi yang dilakukan untuk mempertahankan pendengar program unggulan yakni ada sebelas yaitu dengan menyajikan informasi yang update, tidak keluar dari konsep program, konsisten, sering mengupgrade program, mengetahui kebutuhan-kebutuhan pendengar, mengadakan evaluasi, meeting setiap bulan, penyiar yang akrab, survei kecil-kecilan, bekerjasama dengan media dan mensupport kegiatan mahasiswa. (2) Respon para pendengar juga beragam jawaban, hal ini disebabkan oleh faktor perbedaan latar belakang, kebutuhan serta kepuasan sesuai pribadi mereka masing-masing seperti yang dijelaskan dalam teori *Uses Gratification* serta teori *individual difference*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah	10
F. Sistematika Pembahasan	18
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	20
A. Penelitian Terdahulu	20
B. Kajian Teori	22
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Lokasi Penelitian	39

C. Subyek Penelitian	40
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Analisis Data	44
F. Keabsahan Data.....	46
G. Tahap-Tahap Penelitian	48
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	52
A. Gambaran Obyek Penelitian	52
B. Penyajian Data dan Analisis.....	65
C. Pembahasan Temuan.....	71
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
Lampiran	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal
2.1	Penelitian Terdahulu	21



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar heterogen melalui media cetak maupun media elektronik, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak kepada khalayak/masyarakat. Unsur komunikasi massa tersendiri yakni radio dan televisi. Hanya saja perbedaan diantara keduanya adalah, radio hanya bersifat audio saja, akan tetapi televisi bersifat tidak hanya audio tetapi juga visual.

Masyarakat sekarang ini dengan mudah mendapatkan informasi dan hiburan ataupun lagu-lagu dari dunia maya atau internet. Seperti dari instagram, line, youtube, twitter, facebook dan media sosial lainnya. Pesatnya pertumbuhan internet menjadi pesaing berat pemilik dan pengelola stasiun radio. Pengelola stasiun radio dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif menarik minat pendengar. Jika kalah bersaing, eksistensi radio akan tersisihkan karena dikalahkan oleh media internet. Radio dituntut mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, khususnya internet. Radio dituntut mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, khususnya internet. Kalau tidak, radio akan kalah bersaing dan mati.

Di Zaman globalisasi saat ini, tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakat sangat bergantung pada informasi. Hal itu sangat berkaitan erat dengan media massa, baik media massa cetak maupun elektronik. Salah satu media yang menyajikan informasi dengan cepat dan ditunjang dengan teknologi tinggi

adalah radio. Kebanyakan orang menetapkan apa yang baik dan tidak baik itu berdasarkan informasi dari media massa. Kita tidak akan bisa mengamati realitas dunia ini hanya dengan mata dan telinga saja, oleh sebab itu, kita perlu mengandalkan media massa sebagai pihak ketiga.¹

Melihat perkembangan media yang saat ini kian pesat, masyarakat dapat dengan mudah mengakses segala informasi dengan cepat. Kebutuhan akan informasi inilah yang membuat individu lebih selektif lagi dalam memilih media untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, tentu hal ini sangat berkaitan dengan media massa, baik media cetak (koran, majalah dan lain-lain) ataupun media elektronik (radio dan televisi). Semakin mudahnya masyarakat dalam mengakses informasi dari media cetak maupun elektronik, tak jarang hal ini menjadi persaingan ketat bagi para media untuk bisa menarik maupun mempertahankan konsumennya demi mendapatkan keuntungan bagi media tersebut. Secara perlahan-lahan, manajemen radio harus terus dibenahi demi kelangsungan hidup radio siaran dan memiliki strategi dalam menghadapi persaingan dengan media sosial lainnya.

Radio merupakan media komunikasi tertua dan paling familiar di seluruh dunia. Di tengah banyaknya media-media baru yang hadir seperti internet saat ini, radio masih terus bertahan, bahkan berkembang dengan sangat pesat. Radio hingga kini masih dipercaya menjadi media informasi dan komunikasi yang digemari masyarakat karena mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi yang seimbang dan setimpal di masyarakat,

¹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada 2014), hlm 2.

memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media yaitu: informasi, pendidikan, hiburan, control serta perekat sosial yang mengakibatkan radio mendapat julukan kekuatan kelima atau *the fifth estate*.²

Radio siaran diberi julukan *The Fifth Estate* disebabkan adanya daya kekuatan dalam mempengaruhi media massa, yang disebabkan beberapa faktor, yaitu:

1. Daya Langsung

Untuk mencapai sasarannya, yaitu pendengar, isi program yang disampaikan tidaklah mengalami proses kompleks setiap gagasan propaganda dapat dengan mudah ditulis diatas kertas, kemudian dibacakan di depan mic radio sebanyak yang diinginkan dan pelaksanaannya berlangsung dengan mudah dan cepat.

2. Daya tembus

Daya tembus disini maksudnya radio siaran mampu menembus jarak dan rintangan, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, radio dengan radio dapat dicapainya. Jarak bagi radio siaran dapat dicapai dengan mudah.

3. Daya tarik

Daya tarik ialah kekuatan yang dimiliki radio yang disebabkan sifatnya serba hidup karena tiga unsur yang dikandungnya, yaitu: musik,

² Elvinaro, Ardianto, dan Lukiati, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h.7

katakata, dan efek suara (Sound Effect).³ Kekuatan radio sangat efektif dalam memberikan stimulus (rangsangan) dan mempengaruhi masyarakat untuk menerima pesan suara yang disampaikan oleh komunikator. Radio adalah salah satu media massa yang mempunyai banyak kelebihan, antara lain; pesan yang disampaikan oleh radio dapat diterima oleh pendengarnya dimana saja tanpa dibatasi ruang. Radio bisa didengarkan didalam mobil, bangunan, tempat terbuka, warung-warung kopi, dan di daerah pegunungan. Radio bisa didengarkan pagi, siang, sore, atau malam, bahkan sekarang ini ada radio yang melakukan siarannya 24 jam.

Dalam konsep komunikasi, peran radio sebagai perantara. Radio digunakan sebagai sarana untuk mengirimkan informasi dari sumber kepada receiver. Perannya sebagai channel menuntut untuk efektifnya peran dan fungsi dari radio dalam mengirimkan informasi ke receiver. Dari beberapa kelebihan yang dimiliki oleh radio, menjadikan media ini banyak diminati oleh masyarakat dan menarik untuk didengarkan. Selain itu radio juga memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya.

Untuk bisa mempertahankan radio sebagai media komunikasi massa, strategi adalah peranan yang cukup aktif untuk pencapaian tujuan organisasi serta proses menentukan sebuah rencana yang berfokus untuk tujuan jangka

³ Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Cet, IV; Bandung: Penerbit Alumni, 1986) h. 107

panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana tujuan tersebut dapat tercapai. Dengan adanya perkembangan media saat ini, radio sebagai media komunikasi massa yang bersifat auditif dituntut untuk tetap mempertahankan pendengarnya dengan strategi tertentu. Meskipun hanya dapat didengar, dengan adanya persaingan media baru radio sebagai media massa tradisional juga perlu mengikuti teknologi yang sudah meningkat begitu pesat mengingat kebutuhan masyarakat akan informasi begitu penting saat ini.

Hal ini perlu dilakukan karena minat dengar masyarakat terhadap radio berkurang. Media massa radio juga perlu beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan masyarakat agar pendengarnya tetap aktif dan bertahan, persaingan media komunikasi massa dengan media baru saat ini menuntut media massa radio untuk berevolusi menjadi lebih modern. Sama seperti organisasi media massa lainnya, Radio Kiss FM Jember juga memiliki manajemen media yang bertugas dan bertanggung jawab atas suksesnya sebuah radio swasta⁴.

Ujung tombak dari keberhasilan suatu radio adalah para penyiar. Dengan segala kemampuan dan kecakapan yang mereka miliki, para penyiar terus berusaha menghidupkan radio diantara para pendengarnya. Sosoknya menjadi salah satu kunci inti yang mengarahkan pada posisi atau rating sebuah radio, juga menjadi brand image atau gardu depan bagi stasiun radio. Penyiar adalah personalitas stasiun penyiaran yang diwakilinya. Kemampuan atau

⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012), hlm 184.

kegagalannya dapat mempengaruhi citra khalayak terhadap stasiun dimana ia bertugas. Penyiar harus dapat menyampaikan pesan secara efektif. Acara yang pesannya dapat dikomunikasikan secara efektif akan menarik lebih banyak pendengar dan secara langsung dapat menguntungkan stasiun yang menyajikan acara yang dibawakan oleh penyiar tersebut.⁵

Keberhasilan seorang penyiar dalam kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Perkembangan pesat yang terjadi pada radio dan televisi dipengaruhi oleh banyak orang, satu diantaranya adalah penyiar. Penyiar merupakan orang yang berkontribusi besar dalam penyajian suatu pesan pada acara radio dan televisi. Penyiar dipadukan dengan fungsi audio serta visual akan membuat acara terlihat lebih hidup dan interaktif. Di balik layar studio, penyiar juga mempunyai pekerjaan dan tugas lain sesuai keterampilan yang dimilikinya. Dalam radio, penyiar diibaratkan sebagai citra radio, semakin cantik performa penyiar, maka semakin tampak kecantikan manajemen, kerja sama, dan standarisasi siaran yang ditetapkan radio tersebut.

Seiring perkembangan zaman maka perusahaan radio juga mendapatkan tuntutan yang baru untuk memperoleh dan mempertahankan pendengarnya dengan memenuhi kebutuhan pendengar, tidak heran jika para

⁵Masduki, *Jurnalisme Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar* (Yogyakarta: LkiS, 2001), h.99.

penyiar radio membuat strategi baru agar bisa mempertahankan eksistensinya di era globalisasi ini, salah satunya Radio Kiss FM Jember.

Radio Kiss FM Jember merupakan salah satu radio swasta di Kabupaten Jember yang berdiri di bahu PT. KIRANA SENTRASVARA, yang bertempat di Jl. Kartini No. 25, Jember. Saluran radio Kiss FM berada di gelombang 96.2 FM yang memiliki pendengar dengan sebutan Kawan Kiss dengan slogan andalan mereka The Real Interactive Radio. Kiss FM memiliki target market di rentang usia remaja – dewasa pria maupun wanita dengan target usia audien 15 – 44 tahun ke atas. Untuk mengajjar ketertinggalan radio di era digital saat ini, Kiss FM memiliki berbagai akun media sosial seperti KISS FM JEMBER (facebook), @KISSFMJEMBER (twitter), KISS FM JEMBER (pinterest), KISS FM JEMBER (instagram), dan www.kissfmjember.com untuk menarik pendengarnya.⁶

Radio Kiss FM ini terkenal di kalangan masyarakat sebagai radio yang menyajikan beragam program – program hiburan serta radionya anak muda, hal ini terlihat dari program nya seperti Kiss Good Morning, Dangdut Kiss, Rendang Request, Relax music, dan beberapa program lainnya. Sejauh ini Radio Kiss FM Semarang Jember masih mempertahankan karakteristiknya untuk menyiarkan program-program musik dan hiburan. Musik serta hiburan memang selalu dibutuhkan setiap manusia untuk mengobati rasa lelahnya setelah seharian beraktivitas serta mampu merileksasikan pikiran kita.

⁶ Profil radio Kiss FM Jember, <https://www.kissfmjember.com>, diakses pada 9 April 2021

Ditambah lagi radio memiliki sifat yang fleksibel dan bisa didengarkan dimana saja.

Jumlah pendengar merupakan salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan dengan sangat baik oleh sebuah perusahaan radio termasuk Radio Kiss FM Jember, karena hal tersebut akan menentukan masa depan Radio Kiss FM Jember nantinya. Sebagaimana sebuah survei yang dilakukan oleh Nielsen Radio *Audience Measurement* pada tahun 2016 dijelaskan bahwa mayoritas pendengar radio yakni usia 35 – 49 tahun. Namun demikian ada pendengar radio diluar tersebut. Menurutnya menambah dan mempertahankan pendengar menjadi sesuatu yang sangat penting dalam sebuah media radio, karena nantinya hal ini akan menjadi pertimbangan para kolega yang ingin memasang iklan di radio juga menjadi penentu bagi masa depan suatu perusahaan radio.⁷

Dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk melakukan strategi komunikasi yang lancar apabila segala komponen yang ada diperhatikan dengan seksama. Komponen yang dimaksud adalah komponen yang ada dalam proses komunikasi yakni, komunikator, pesan, media komunikasi serta efeknya. Hal ini juga berlaku pada Radio Kiss FM Jember jika ingin mempertahankan serta meningkatkan jumlah pendengarnya maka Radio Kiss FM Jember haruslah memperhatikan unsur – unsur tersebut.

Dari uraian di atas, peneliti sangat tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai bagaimana strategi komunikasi penyiar radio Kiss FM Jember untuk menarik serta mempertahankan jumlah pendengarnya.

⁷ Ade Rendy Chrisari, Muhammad Miftahur Royyan, "Eksistensi Radio Swasta di Jember – Jawa Timur Pada Era Digital," *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis*, (Oktober, 2017): 365-371

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi komunikasi penyiar Radio Kiss FM Jember dalam meningkatkan jumlah pendengar?
2. Bagaimana respon pendengar terhadap penyiar Radio Kiss Fm Jember ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi penyiar Radio Kiss FM dalam meningkatkan jumlah pendengar.
2. Untuk mengetahui respn pendengar terhadap penyiar Radio Kiss FM Jember

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas, maka diharapkan hasil penelitian yang dilakukan ini dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai pembelajaran atau referensi tambahan bagi para akademisi dibidang

Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya dalam bidang reporter atau penyiar dalam mencari strategi yang pas agar mampu mempertahankan eksistensi sebuah instansi radio di era modern ini.

2. Manfaat praktis

Sama halnya dengan manfaat teoretis, secara praktis penelitian ini mampu memberikan manfaat kepada:

a. Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini dapat menjadi pengalaman yang sangat berharga terutama untuk pengaplikasian ilmu pengetahuan yang didapat dibangku kuliah khususnya komunikasi massa. Selain itu, penelitian ini menjadi syarat wajib bagi peneliti sebagai tanda untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) di program studi komunikasi penyiaran dan Islam (KPI) Fakultas Dakwah IAIN Jember.

b. Lembaga UIN KHAS JEMBER

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi kepastakaan maupun mahasiswa UIN KHAS JEMBER, terutama bagi mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam (KPI).

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan luas kepada masyarakat agar mengetahui strategi komunikasi penyiar radio kiss fm Jember dalam upaya mempertahankan jumlah pendengar di Jember.

E. Definisi Istilah

1. Strategi

Strategi dalam kamus Bahasa Indonesia diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Akan tetapi dunia akademik tidak mengenal definisi tunggal tentang strategi. Setiap ahli mendefinisikan strategi sesuai dengan sudut pandangnya masing-masing. Menurut James Brian Quinn, *a strategy is the pattern or*

plan that integrates an organization's major goals, policies, and action sequences into a cohesive whole. (Strategi adalah pola atau rencana yang terintegrasi dengan tujuan utama, kebijakan dan rangkaian tindakan sebuah organisasi hingga keseluruhan secara kompak). Sedangkan menurut Sondang P. Siagian, strategi bagi manajemen organisasi pada umumnya dan organisasi pada khususnya adalah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan sebagai sasaran organisasi yang bersangkutan.⁸

2. Komunikasi

Kata komunikasi merupakan terjemahan dari bahasa Inggris *Communication* yang dikembangkan di Amerika Serikat. Diantara arti komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang – lambang, tanda – tanda atau tingkah laku.⁹ Komunikasi adalah prasyarat kehidupan manusia, dengan demikian sejarah komunikasi sebenarnya sama dengan sejarah peradaban manusia, yakni telah dimulai sejak Allah menciptakan Nabi Adam dan Hawa dimuka bumi ini. Everett M. Rongers menyebutkan bahwa sejarah komunikasi diperkirakan dimulai sejak sekitar 35.000 tahun sebelum Masehi, yang zaman ini disebut Cro-Magnon, diperkirakan bahasa sebagai

⁸ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 7.

⁹ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), hlm. 2

alat berkomunikasi sudah dikenal. Diperkirakan 4.000 tahun sebelum masehi, sejarah komunikasi sudah dapat ditelusuri, bahkan Rogers membagi perkembangannya.¹⁰

Selain itu Deddy Mulyana memberikan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan beberapa pendapat para ahli, yaitu¹¹ :

- a. Theodore M.Newcomb, Komunikasi merupakan setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.
- b. Carl.I.Hovland, Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang komunikator menyampaikan ransangan atau lambang-lambang verbal untuk mengubah perilaku orang lain atau dikatakan sebagai komunikan.
- c. Gerald R.Miller, Komunikasi terjadi ketika seseorang suatu sumber menyampaikan suatu pesan penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.
- d. Everett M.Rongers, Komunikasi adalah proses dimana suatu ide diahlikan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka
- e. Raymond S.Ross, Komunikasi (internasional) adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirim simbol-simbol sedemikian rupa

¹⁰ Roudhonah, Ilmu Komunikasi, (Depok, PT Raja Grafindo Persada, 2019), Hlm 19

¹¹ Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, (Bandung, PT.Remaja Rosdakarya,2010), Hlm 68-69

sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksud komunikator.

- f. Mary B.Cassata dan Molefi K.Asante, Komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak.
- g. Harold Laswell, Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : *who ay what and with channel to whom with whatt effect ?* atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.

Dalam bahasa arab komunikasi sering menggunakan istilah tawassul dan ittishal. Sebagai contoh Dr. Halah Abdul ‘Al al – Jamal ketika menulis tentang seni komunikasi dalam islam beliau memberi judul bukunya dengan Fann al – tawashul fi al – islam (Seni Komunikasi dalam Islam).

3. Penyiar

Dalam bahasa inggris, penyiar disebut announcer (arti harafiah: orang yang mengumumkan). Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), penyiar adalah orang yang menyiarkan atau menyeru pada radio. Menurut M. Habib sebagaimana dikutip oleh Harley Prayudha dalam bukunya yang berjudul Radio (Penyiar It’s Not Just A Talk) memberikan pengertian bahwa penyiar adalah: Seseorang yang bertugas menyebarkan (syiar) suatu atau lebih informasi yang terjamin akuransinya dengan menggunakan radio dengan tujuan untuk diketahui oleh pendengarnya,

dilaksanakan, dituruti, dan dipahami.¹² Selain melakukan siaran, penyiar juga disebut DJ (Disk Jockey), yakni perangkai lagu, karena ia menyajikan lagu-lagu dan “bersuara” sebagai “lirik” atau perangkai antar lagu. Suara dan pembicaraan penyiar jika “pas” dengan lagu-lagu yang diputarkan akan menambah kenikmatan pendengar dalam mendengarkan lagu.¹³ Pada umumnya penyiar adalah juru bicara stasiun radio siaran. Bahkan, penyiar adalah “ujung tombak” stasiun radio, sukses tidaknya sebuah acara ditentukan oleh penyiarnya. Penyiar adalah seorang penampil yang melakukan pekerjaan penyiaran, menyajikan produk komersial, menyiarkan berita/informasi, kting sebagai pembawa acara atau pelawak, menangani olahraga, pewawancara, diskusi, kuis dan narasi.³⁴ Seorang penyiar profesional dituntut untuk mengetahui banyak hal, sebagai tolak ukur kualitas dan daya tarik dirinya, tetapi bukan untuk menggurui.

Apalagi untuk hal yang sedang hangat dibicarakan orang (hot issues) mulai dari infotainment (informasi tentang selebritis, musik, film, dan lain-lain), olahraga, ekonomi (kenaikan BBM, kurs mata uang), sampai hal yang terjadi disekitar kita (lokal). Kelebihan media radio dibandingkan dengan media lainnya adalah informasi yang disampaikan secara cepat dan sifat lokalnya (local content) yang menjadi kekuatan media radio. Pendengar radio (listener) tidak hanya mendengar komentar dari seorang penyiar, tetapi mereka juga memuji, mengkritik, maupun

¹² Harley Prayudha, Radio: *Penyiar It's Not Just A Talk*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2006),h. 9-10

¹³ Irawanti Said, Irawanti Said, Fungsi Sosial Siaran Radio (Cet: Pertamaa, Alauddin University Press, 2012),h. 140 (Cet: Pertamaa, Alauddin University Press, 2012),h. 140

menghujat kualitas penyiar. Pendengar secara tidak langsung dapat menegur dan bereaksi seandainya kualitas penyiarnya jelek. Mereka akan mengejek, gemas, marah, dan efeknya akan menggerakkan tangan mereka memindah gelombang (frekuensi) lain yang sesuai dengan keinginan mereka. Ada juga yang lebih parah bereaksi dengan menelpon penyiar dengan marah dan mengumpat penyiar yang bersangkutan dengan kalimat pedas. Untuk mengantisipasi hal-hal tersebut, seorang penyiar harus memperhatikan kualitas diri untuk menjadi seorang penyiar profesional. Dalam menyampaikan siarannya, penyiar harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan familiar. Selain itu, penyiar juga diharapkan memiliki kesedaran menyangkut hal-hal yang bersifat fisik, tetap jaga dalam hal penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaan dan dalam upaya mengkomunikasikannya. Kesedaran seringkali menunjukkan keaslian dan kemurnian sikap. Ketika siaran, penyiar harus menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, langsung ke pokok masalah (straight to the point), dan tidak berbelit-belit atau bertele-tele. Agar komunikasi tepat sasaran, gaya bicara dan pesan yang disampaikan hendaklah disesuaikan dengan kadar intelektualitas komunikan dan menggunakan bahasa yang dimengerti oleh mereka.

Bila bicara dengan anak-anak dia harus berkata sesuai dengan pikiran mereka, bila dengan remaja dia harus mengerti dunia mereka. Jangan sampai seorang penyiar berbicara tentang hal-hal yang sulit buat

dipahami sedangkan jam siarannya berada di waktu sore hari ketika para pendengar kebanyakan merasa lelah ketika beraktivitas seharian tentu sangat tidak tepat sasaran, malah membuat mereka semakin bingung. Gaya bicara dan pilihan kata dalam berkomunikasi dengan orang awam tentu harus dibedakan dengan saat berkomunikasi dengan kalangan cendekiawan. Berbicara di depan anak TK tentu harus tidak sama dengan saat berbicara di depan mahasiswa. Dalam konteks akademis, kita dituntut menggunakan bahasa akademis. Saat berkomunikasi di media massa, gunakanlah bahasa jurnalistik sebagai bahasa komunikasi massa (language of mass communication).

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan yang sangat besar. Perubahan yang terjadi mampu merubah cara berpikir, bertingkah laku, dan sikap seseorang. Dengan demikian, dakwah diperlukan untuk menyelesaikan persoalan dan menjadi petunjuk. Sebagaimana yang Allah telah perintahkan untuk mengajak umat manusia ke jalan-Nya, terdapat dalam Alqur'an surat An-Nahl (16):125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ



Artinya : “Serulah manusia kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya dan Dialah yang mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya dan

*Dialah orang yang mengetahui orang yang mendapat petunjuk.
(QS. An Nahl (16): 125)“..*

4. Radio

Menurut ensisklopedia Indonesia radio merupakan alat penyampai informasi yang memanfaatkan gelombang elektromagnetik bebas yang memiliki gelombang frekuensi 300 GHz. Radio merupakan salah satu media massa yang digunakan masyarakat untuk mengakses informasi. Menurut Masduki radio merupakan suara. Suara ialah modal pertama untuk memberikan informasi, kepada khalayak dan menjadi karakteristik radio yang membedakan dengan media massa lainnya. Radio merupakan media informasi menggunakan lambang komunikasi berbunyi atau suara. Pemancar radio tidak akan membawa apa – apa kepada audiens jika tidak dimuati oleh sesuatu entah itu kata – kata terucapkan maupun nada, atau sesuatu yang berirama.¹⁴

Radio sebagai media massa memiliki kekuatan ataupun karakteristik tersendiri, yaitu:¹⁵

- a. Informasi tercepat, artinya informasi yang diberikan sangat cepat dengan biaya yang murah.
- b. Menjaga mobilitas, radio berusaha agar mobilitas pendengar tetap tinggi. Dapat di dengarkan dengan di berbagai aktifitas, ruang dan keberadaannya tidak mengganggu siapapun.

¹⁴ Vanessa Agusta Gogali dan Muhammad Tsabit, *Eksistensi Radio Dalam Program Podcast di Era Digital Konten. Universitas Bina Sarana Informatika. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol 3, No 21. hal 64*

¹⁵ Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio. (Bandung: Nuansa Cendika 2017). Hal 15.*

- c. Auditif, ialah komunikasi yang hanya mengandalkan suara mempunyai kelebihan dalam pendekatannya dengan pendengar. Dengan sifatnya yang auditif ini mendorong masyarakat untuk menyukai radio dengan kemudahan tanpa perlu pengoperasian yang sulit.
- d. Menciptakan *thread of mine*, ialah menciptakan imajinasi dengan perkataan, sehingga pendengar dapat membayangkan dan menangkap maksud dari informasi yang diberikan oleh penyiar.
- e. Komunikasi personal, yaitu tercipta kedekatan antara pendengar dan penyiar.
- f. Murah, artinya pendengar tidak perlu membayar untuk mendengarkan radio.

F. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini agar lebih mudah bagi para pembaca untuk memahaminya, terbagi kedalam lima bab dengan penjelasan sebagai berikut:

BAB I berisi tentang pendahuluan. Pada bab ini akan mengurai tentang gambaran singkat keseluruhan pembahasan yang kemudian dituangkan dalam bab-bab selanjutnya. Bab ini terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

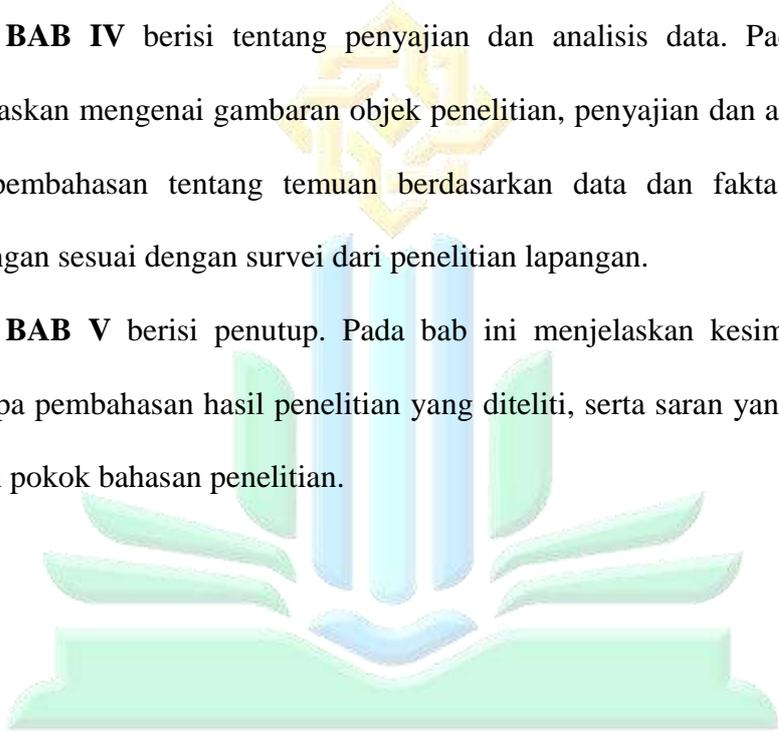
BAB II berisi tentang kajian kepustakaan. Pada bab ini dibahas mengenai penelitian terdahulu yang didalamnya dicantumkan berbagai hasil

penelitian dan kajian teori yang terkait dengan “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss FM Dalam Upaya Mempertahankan Jumlah Pendengar Di Jember”

BAB III berisi tentang metode penelitian. Pada bab ini akan mengurai tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV berisi tentang penyajian dan analisis data. Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran objek penelitian, penyajian dan analisis data serta pembahasan tentang temuan berdasarkan data dan fakta yang ada dilapangan sesuai dengan survei dari penelitian lapangan.

BAB V berisi penutup. Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dari beberapa pembahasan hasil penelitian yang diteliti, serta saran yang berkaitan dengan pokok bahasan penelitian.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian – penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti sebagai bantuan referensi ialah :

1. Skripsi milik Rhyryn Riflyana Tirsyad yang berjudul *STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR I-RADIO MAKASSAR DALAM PROGRAM SORELAM*. Pada penelitian tersebut, peneliti memfokuskan terkait strategi penelitiannya bagaimana penerapan strategi komunikasi penyiar yang dilakukan oleh I-Radio FM Makassar agar tercapai komunikasi yang efektif terutama dalam program SORELAM. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti memfokuskan bagaimana caranya menerapkan strategi komunikasi penyiar radio terhadap pendengar agar apa yang disampaikan bisa dipahami dengan mudah dan jelas, serta hal tersebut mampu membuat jumlah pendengar radionya semakin meningkat.
2. Skripsi milik Ahmad Gozali yang berjudul *STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO REPUBLIK INDONESIA(RRI) DI BANDAR LAMPUNG*. Pada penelitian tersebut, peneliti lebih memfokuskan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) di Bandar Lampung, sedangkan pada penelitian ini, peneliti memfokuskan bagaimana caranya agar strategi komunikasi yang digunakan oleh penyiar radio dalam membawakan suatu program mampu menarik perhatian pendengar.

3. Skripsi milik Safa'atun dengan judul penelitian "Strategi Komunikasi Radio Dais 107.9 FM Semarang Dalam Siaran *Streaming*", (2015).

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana menerapkan strategi komunikasi Radio Dais dengan terlebih dahulu mengenal khalayak sasaran (pendengar). Tujuannya untuk penyusunan materi, pesan, dan untuk mengetahui tema apa yang sedang aktual dan dapat disiarkan, serta bagaimana memanfaatkan jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter* sehingga dapat menjangkau pendengar yang berada diluar jangkauan. Secara konteks memiliki keterkaitan dengan penelitian yang sedang penulis kaji. Dilihat juga dari segi strategi komunikasi yang digunakan. Namun yang menjadi pembeda dari penelitian ini adalah penelitian Syafatun lebih fokus pada teknologi sedangkan penelitian ini lebih fokus pada strategi komunikasi penyiarannya.

Tabel 1
Tabel Penelitian

No	Nama dan Judul Skripsi (Tahun)	Persamaan	Perbedaan
1	Rhyrhyn Riflyana Tirsyad dengan Judul <i>STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR I-RADIO MAKASSAR DALAM PROGRAM SORELAM</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini meneliti tentang strategi komunikasi radio • Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif 	Peneliti yang dilakukan berfokus pada bagaimana caranya menerapkan strategi komunikasi penyiar radio terhadap pendengar agar apa yang disampaikan bisa dipahami dengan mudah dan jelas, serta hal tersebut mampu membuat jumlah pendengar radionya semakin meningkat.
2	Ahmad Gozali yang berjudul <i>STRATEGI</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini meneliti 	Peneliti memfokuskan bagaimana caranya agar

	<i>KOMUNIKASI PENYIAR RADIO REPUBLIK INDONESIA (RRI) DI BANDAR LAMPUNG</i>	tentang strategi komunikasi penyiar radio <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif 	strategi komunikasi yang digunakan oleh penyiar radio dalam membawakan suatu program yang menarik perhatian pendengar.
3	Safa'atun dengan judul penelitian "Strategi	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini menggunakan metode penelitian 	penelitian Syafa'atun lebih fokus pada teknologi sedangkan penelitian ini lebih fokus pada strategi komunikasi penyiarannya.

B. Kajian Teori

Dalam penelitian yang akan dilakukan, peneliti menggunakan teori yang berkaitan dengan fokus masalah yang akan diteliti sebagai landasan. Teori-teori yang digunakan dapat mengembangkan ilmu dan pengetahuan sesuai pengamatan yang dilakukan. Berikut merupakan teori yang digunakan dalam penelitian "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss FM Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Jember.

1. Teori Strategi

Strategi merupakan istilah yang sering diidentikkan dengan "taktik", sedangkan secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai suatu sasaran dalam tujuan.¹⁶ Strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia

¹⁶ Endang Rismawati, Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM LA Nugraha Lampung pada Program Siraman Rohani (Bandar Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2018), 22

dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.¹⁷

Ahmad S. Adnanputra, M.A., M.S., pakar Humas dalam naskah workshop berjudul PR Strategy, mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (plan), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (planning), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.¹⁸

Sehingga penulis dapat simpulkan bahwa strategi sangat digunakan oleh semua perusahaan atau organisasi dan bahkan individu dalam mencapai tujuan, karena dengan adanya strategi yang telah direncanakan itu dapat mudah untuk mencapai sasaran atau tujuan yang direncanakan.

Menurut Mintzberg strategi adalah sebuah rencana baik mampu menyusun dan mengatur sumber-sumber organisasi dalam hasil yang unik dan mampu bertahan dalam jangka waktu lama, mengantisipasi perubahan dan tindakan yang dilakukan rival/lawan. Mintzberg berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan lima hal, yaitu :

- a. *Strategy as a plan*. Strategi merupakan suatu rencana yang menjadi pedoman bagi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.
- b. *Strategy as a pattern*. Strategi merupakan pola tindakan konsisten yang dijalankan organisasi dalam jangka waktu lama.

¹⁷Hafied Cangara, Perencanaan dan Strategi Komunikasi (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 61

¹⁸Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 133.

- c. *Strategy as a position*. Strategi merupakan cara organisasi dalam menempatkan atau mengalokasi sesuatu pada posisi yang tepat.
- d. *Strategy as a perspective*. Strategi merupakan cara pandang organisasi dalam menjalankan kebijakan. Cara pandang ini berkaitan dengan visi dan budaya organisasi.
- e. *Strategy as a play*. Strategi merupakan cara bermain yang dilakukan organisasi dengan tujuan untuk mengalahkan rival atau kompetitor.

Strategi komunikasi menurut Anwar Arifin dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan yaitu:¹⁹

a. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif. Sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling berhubungan, tetapi juga saling mempengaruhi.

b. Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak langkah selanjutnya ialah menyusun pesan, yaitu dengan menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian ialah pengamatan terpusat, karena

¹⁹ Safa'atun, Skripsi: "Strategi Komunikasi Radio Dais 107.9 Fm Semarang Dalam Siaran Streaming", (Semarang: UIN WALISONGO Semarang, 2015), hlm 16-18.

itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

c. Menetapkan Metode

Dalam hal ini metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek, yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode *redundancy (repetition)* dan *analizing*. Menurut bentuk isinya dikenal metode *informatif*, *persuasif*, dan *edukatif*.

- 1) Metode *informatif*, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya.
- 2) Metode *persuasif*, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya.

- 3) Metode *edukatif*, memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggung jawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan terencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.

d. Pemilihan Media Komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat menggabungkan salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat.

Oleh karena itu, pemanfaatan media radio sebagai alternatif strategi komunikasi memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor di atas agar memperoleh hasil yang optimal.

2. Teori Uses and Gratifications

Teori ini dipopulerkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (1972) yang berpendapat bahwa media dan penggunaannya memiliki peran dan aktif dalam memuaskan kebutuhannya. Pencarian media memenuhi kebutuhan dasar. Misal, kebutuhan akan interaksi oleh individu. Ada keaktifan di sana antara pihak satu dengan pihak lainnya, individu tersebut berharap memenuhi sebagian kebutuhannya. Kajian dari uses and gratification menyentuh pada tingkat keragaman yang meliputi beberapa hal antara lain:

- a. Alokasi waktu pada media yang berbeda.
- b. Hubungan antara penggunaan media dengan penggunaan waktu untuk kegiatan yang lain.

- c. Hubungan antara penggunaan media dengan penyesuaian diri dan hubungan sosial.
- d. Fungsi media, isi dan tema media yang berbeda.
- e. Berbagai alasan pemilihan dan penggunaan media massa.

Dalam teori uses and gratification memiliki perbedaan dengan konsep teori media massa lainnya karena pada teori ini memberikan kekuasaan pada khalayak untuk memutuskan media mana yang akan dipilih dan dikonsumsi. Teori ini berasumsi bahwa khalayak aktif menggunakan media untuk mencapai suatu kepuasan tertentu. Menurut Jay G. Blumler yang dimaksud dengan khalayak yang aktif dalam pendekatan uses and gratification adalah aktif dalam:

- a. *Utility* atau penggunaan. Media digunakan oleh khalayak dan khalayak dapat menempatkan media ke dalam fungsi penggunaan.
- b. *Intentionally* atau kesengajaan yakni tentang motivasi utama khalayak dalam mengkonsumsi isi media.
- c. *Selectivity* atau selektivitas yakni penggunaan media oleh anggota khalayak merefleksikan adanya minat preferensi.
- d. *Imperviousness to influence* atau ketahanan terhadap pengaruh adalah anggota khalayak membentuk arti sendiri terhadap isi yang kemudian mempengaruhi apa yang mereka pikirkan dan lakukan.

Mereka dapat menghindari berbagai macam pengaruh media. Selanjutnya dalam teori ini juga memiliki asumsi jika kepuasannya telah terpenuhi maka individu akan mengulang pemilihan media tersebut.

Dalam teori uses and gratification juga dijelaskan bahwa khalayak memiliki motif-motif tertentu saat menggunakan media massa.

Perbedaan ini nantinya akan berpengaruh pada perbedaan pola terpaan media serta efek yang ditimbulkannya. William J. Mc Guire menyebutkan dua motif utama tentang motivasi seseorang menggunakan media yakni; Motif kognitif adalah motif yang menitikberatkan pada kebutuhan manusia akan informasi dan mencapai tingkat rasional tertentu. Selanjutnya adalah motif afektif adalah yang menitikberatkan pada aspek perasaan dan kebutuhan untuk mencapai tingkat emosional tertentu.

3. Strategi Memperoleh Pendengar

Menurut Susan Tyler strategi memperoleh pendengar yang digunakan dalam penyiaran untuk mendapatkan pendengar antara lain;

- a. Strategi kesesuaian Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program dan pokok masalah terhadap kebutuhan pendengar.
- b. Strategi pembentukan kebiasaan Strategi Pembentukan kebiasaan yang dimaksud adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara. Karenanya penyajian suatu program harus dilakukan secara rutin dengan durasi yang sama setiap waktunya.
- c. Strategi pengontrolan arus pendengar Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan pendengar mengalir dari satu program ke program lainnya dan meminimalkan pendengar berpindah ke saluran lainnya.

Untuk melakukannya stasiun radio perlu menghadirkan program yang berbeda dengan radio lainnya.

- d. Strategi penyimpanan sumber-sumber program
Penyimpanan sumber program ini berguna ketika suatu saat program akan dipakai lagi, tentunya dengan menambahkan hal yang sedikit berbeda. Ketersediaan sumber daya dalam sebuah program harus benar-benar diperhitungkan oleh stasiun penyiaran.

- e. Strategi daya penarik massa

Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan, karena stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara memaksimalkan jumlah massa. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menghadirkan program yang menarik dan memenuhi kebutuhan pendengar. Perbedaan minat merupakan hal harus diperhatikan oleh stasiun radio agar semua dapat diakomodir dalam program yang disajikan.

Menurut Effendy karakteristik dari radio tidak hanya timbul karena sifat radio itu sendiri, namun sifat dari pendengar juga dapat membawa pengaruh bagi karakteristik radio, sifat pendengar itu meliputi beberapa hal antara lain ; kesukaan, minat, dan usia. Maka dari itu Effendy menjelaskan ciri-ciri dari sifat pendengar radio antara lain;

- 1) Heterogen

Pendengar radio sangatlah beragam, hal itu yang membuat radio terkadang membatasi target pendengar agar lebih homogen. Agar

sasaran pendengar lebih fokus maka dapat dibuat pembatasan sasaran berdasarkan faktor antara lain; Demografis, geografis dan psikografis. Hal tersebut dilakukan agar materi atau informasi yang disiarkan dapat dipahami oleh sasaran yang dituju.

2) Personal

Penyampaian pesan atau informasi melalui penyiar yang bersifat seorangan, menyesuaikan dengan kondisi dan situasi pendengar radio.

3) Aktif

Dalam teori *Uses and Gratification* disebutkan bahwa khalayak penikmat media, merupakan komponen yang aktif baik dalam memilih atau merespon informasi yang dihadirkan oleh media. Sehingga radio harus mampu menghadirkan program yang dapat diperhitungkan oleh khalayak agar dipilih untuk didengarkan.

4) Selektif

Pendengar cenderung akan memilih program radio, baik itu informasi atau hiburan yang sesuai dengan keadannya dan kebutuhannya saat ini. Hal ini bias disebabkan karena kondisi psikis ataupun lingkungan sosialnya. Teori *Uses and Gratification* juga menyebutkan hal itu, dimana manusia cenderung memilih sebuah tayangan untuk memenuhi kebutuhannya.

4. Teori *Individual Difference*

Teori yang dicetuskan oleh Melvin D. Defleur ini merupakan pengembangan dari teori S-O-R yang menganggap bahwa khalayak merupakan individu pasif dalam menerima pesan media massa. Anggapan dalam teori ini adalah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi.

Manusia yang dibesarkan dalam lingkungan yang berbeda akan menghadapi titik yang berbeda pula Melvin De Fleur menjelaskan teori perbedaan individu dengan asumsi bahwa masing-masing individu memiliki motivasi dan pengalaman yang berbeda. Dari hal tersebut dapat mempengaruhi cara mereka dalam bersikap dan memandang sesuatu.

Teori ini juga menjelaskan bahwa sebagai anggota khalayak sasaran media massa secara selektif menaruh perhatian kepada informasi yang diterimanya berkaitan dengan kepentingannya. Dari penjelasan di atas bisa dikatakan bahwa meskipun stimulus berupa pesan atau informasi yang sama diberikan kepada *audience* namun respon yang didapatkan akan beragam.

Respon dari *audience* digolongkan berdasarkan beberapa hal antara lain; perbedaan kepentingan, penghasilan, umur, pendidikan dan beberapa hal lainnya. Teori *Individual Differences* mencoba melihat perbedaan di antara individu sebagai sasaran media massa, ketika menerima informasi sehingga menimbulkan efek yang berbeda. Pemilihan dan pemberian mana informasinya biasanya ditentukan oleh tingkat kedekatan *audience*

terhadap topik informasi yang disajikan. Dengan menggunakan teori perbedaan individual ini, maka khalayak dapat mempersepsikan sebuah tayangan media serta dapat menyerap pesan-pesan yang disampaikan oleh media itu. dalam mempersepsikan sebuah tayangan akan melalui beberapa proses diantaranya mulai dari penerimaan informasi, menafsirkan isi pesan, melihat kejadian-kejadian menariknya dan pesan yang terkandung di dalamnya. Pada teori ini kesimpulannya adalah bahwa khalayak dalam menerima rangsangan yang disampaikan oleh media walaupun pesan yang disampaikan sama.

5. Tahapan – tahapan strategi

Didalam sebuah strategi, ada diperlukan adanya tahap-tahap strategi. Menurut Wheelen dan Hunger tahapan-tahapan strategi terdiri dari 4 tahapan:

a. Tahap *environmental scanning*

Suatu kegiatan monitoring, pengevaluasian, serta penyebaran informasi yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal perusahaan kepada personil kunci didalam perusahaan. Lingkungan eksternal yang dimaksud adalah perusahaan yang mempengaruhi industri secara umum, bukan hanya industri yang spesifik sehingga akan menentukan arah perusahaan dalam jangka panjang dan lingkungan internal yang dimaksud adalah perusahaan itu sendiri yang bertujuan untuk menyesuaikan sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh perusahaan dengan perubahan lingkungan yang terjadi

sehingga sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki perusahaan akan dapat menunjang implementasi strategi perusahaan.

Maka secara singkat tahapan environ mental scanning adalah tahapan penyebaran informasi yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal.

b. Tahap *Strategy formulation* (Perumusan Strategi)

Pada tahap ini perusahaan secara berkala mengkaji kembali misi dan tujuan perusahaan serta merumuskan strategi yang sesuai dengan misi dan tujuan perusahaan. Misi dan tujuan perusahaan dapat mengalami perubahan sesuai dengan strategi yang dipilih oleh perusahaan. Perubahan misi dan tujuan perusahaan yang dimaksud disini untuk membuat perusahaan semakin maju lagi dengan inovasi terbarunya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa perumusan strategi itu sebelum merumuskan suatu hal maka yang harus diperhatikan adalah bagaimana mengembangkan visi dan misi yang merupakan pernyataan jangka panjang setelah mengembangkan visi dan misi cari peluang dan ancaman seperti peristiwa, tren, dan persaingan yang menguntungkan maupun merugikan setelah mengidentifikasinya kita dapat menemukan kelebihan dan kelemahan yang dilakukan sangat baik atau buruk untuk menetapkan tujuan jangka panjang sebagai hasil yang dicapai. Setelah itu melakukan

strategi alternatif untuk menuju posisi yang dicita-citakan di masa depan dengan memilih strategi tertentu untuk digunakan.

c. Tahap *Strategy Implementation* (Implementasi Strategi)

Tujuan dan strategi perusahaan yang telah dibuat akan dapat diimplementasikan dengan baik apabila tujuan dan strategi tersebut dituangkan ke dalam rangkaian kegiatan dalam bentuk program yang terjadwal dengan jelas serta memperoleh alokasi sumber daya yang memadai yang telah dituangkan dalam bentuk anggaran (budget) yang akan mendukung setiap program.

d. Tahap *Evaluation and Control*

Pada tahap evaluasi, perusahaan akan membandingkan kinerja aktual (actual performance) yang dicapai perusahaan dengan standar kinerja. Hasil evaluasi akan dijadikan dasar bagi perusahaan dalam melakukan pengendalian.²⁰

1) Jenis-jenis strategi

Banyak organisasi menggunakan dua strategi atau bahkan lebih secara bersamaan. Tetapi, strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika digunakan terlalu jauh. Di perusahaan yang besar dan terderivikasi, strategi gabungan biasanya dijalankan ketika divisi-divisi yang berlainan menggunakan strategi yang berbeda. Dan, organisasi yang berusaha untuk tetap hidup mungkin menjalankan gabungan dari sejumlah strategi defensif, diventasi, likuidasi, dan

²⁰ Ismail solihin, Pengantar Manajemen, (Bandung: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), 83

rasionalisasi biaya secara bersamaan. Jenis-jenis strateginya adalah sebagai berikut:

a) Strategi Integrasi

Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal terkadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan bisa mengendalikan para distributor, pemasok serta pesaing.

b) Strategi Intensif

Penetrasi pasar serta pengembangan produk di katakan sebagai strategi intensif. Karena, segalanya membutuhkan usahadan perjuangan intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak di tingkatkan.

c) Strategi Diversifikasi

Ada tiga jenis strategi diversifikasi, yakni diversifikasi konsentrik, horizontal, serta konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, tetapi masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait bagi pelanggan yang telah ada dikatakan diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak dikatakan diversifikasi.

d) Strategi Umum Michael Porter

Terdapat tiga landasan strategi yang bisa membantu organisasi mendapatkan keunggulan kompetitif yakni keunggulan biaya,

diferensiasi dan juga fokus. Merupakan strategi dengan tujuan membuat produk dan menyiapkan data yang dianggap unik di segala industri. Dan ditujukan terhadap konsumen yang relatif tidak begitu peduli terhadap perubahan harga. Fokus ialah membuat produk dan menyiapkan data yang mencukupi kebutuhan sejumlah kelompok kecil konsumen.²¹

2) Tinjauan tentang Radio

Radio merupakan teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas serta merambat lewat udara dan biasa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak membutuhkan medium pengangkut (seperti molekul udara). Radio sebagai media elektronik, dimasukkan kepada komunikasi massa karena ada berita yang disiarkan secara luas dan bisa didengar oleh orang banyak.²²

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

²¹ Hadari Nawawi, Manajemen Strategi, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press 2005), 53.

²² Mafri Amir "Etika Komunikasi Massa" (Jakarta: Logos, 2011), 28

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif adalah penelitian dimana peneliti ditempatkan sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara penggabungan dan analisis data bersifat induktif.²³

Penelitian deskriptif merupakan prosedur penelitian berdasarkan data deskriptif, yaitu berupa lisan atau kata tertulis dari seorang objek yang telah diamati dan memiliki karakteristik bahwa data yang diberikan merupakan data asli yang tidak di ubah serta menggunakan cara sistematis dan dapat dipertanggung jawaban kebenarannya.²⁴

Deskripsi yang dimaksud adalah mengungkapkan atau memaparkan data yang telah diperoleh peneliti yang berkaitan dengan komunikasi penyiar radio Kiss Fm. Dalam penelitian ini, peneliti mengungkapkan atau memaparkan secara keseluruhan mengenai data tentang dengan komunikasi penyiar radio Kiss Fm.

Penelitian kualitatif berkenaan dengan data yang bukan angka, mengumpulkan dan menganalisis data yang bersifat naratif. Metode penelitian kualitatif terutama digunakan untuk memperoleh data yang kaya, informasi yang mendalam tentang isu atau masalah yang akan

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 9.

²⁴Sugiyono, 15.

dipecahkan.²⁵ Penelitian ini juga dapat digolongkan sebagai penelitian deskriptif yaitu menggambarkan dan menyajikan fakta secara sistematis tentang keadaan objek sebenarnya yakni bagaimana “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss Fm Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Jember”. Jenis penelitian ini dipilih karena data yang diperoleh peneliti bersifat mengamati kondisi atau keadaan, dan peneliti dapat melakukan wawancara kepada pihak terkait secara langsung. Selain itu, peneliti juga perlu memahami interaksi antara pihak radio dan pendengar.

Sesuai dengan permasalahan menjadi fokus dalam penelitian yaitu gambaran deskriptif mengenai perubahan, peneliti berusaha mendeskripsikan data atau kejadian yang menjadi pusat perhatian terkait strategi komunikasi penyiar Radio Kiss FM dalam upaya meningkatkan jumlah pendengar. Sehingga hasil penelitian ini benar-benar sesuai dengan kondisi lapangan yang ada.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berdasarkan perspektif interaksionis simbolik bersifat induktif. Berangkat dari kasus-kasus bersifat khusus berdasarkan pengalaman nyata untuk kemudian dirumuskan menjadi model, konsep, teori, prinsip, proposisi, atau definisi yang bersifat umum.²⁶

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm 3.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 156.

misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²⁷

Berdasarkan definisi diatas penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung yang mana peneliti mengamati langsung fenomena yang terjadi di lapangan dan juga dideskripsikan dalam bentuk uraian kata.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah mendeskripsikan situasi tertentu dalam bentuk kata-kata secara sistematis faktual dan aktual mengenai fakta-fakta peristiwa yang diteliti.²⁸

Penelitian ini dilakukan di Radio Kiss FM Jember. Alasan peneliti menggunakan jenis lapangan di Radio Kiss FM Jember karena peneliti menemukan keunikan dalam meningkatkan jumlah pendengar diwilayah Jember.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukan. Lokasi penelitian ini merupakan tempat yang diharapkan mampu memberikan informasi yang peneliti butuhkan terkait topik penelitian yang diangkat. Adapun lokasi penelitian ini yaitu di Radio Kiss Fm Jember yang beralamatt di Jl. Kartini No.25 Jember sebelah barat Polres Jember.

²⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2012)

²⁸Lexy J. Moleong, 4

C. Subjek Penelitian

Penentuan subyek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*, agar kriteria informan yang diperoleh sesuai dengan tujuan peneliti. *purposive sampling* adalah teknik pengambilan informan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Misalnya, orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang diharap oleh peneliti, sehingga akan memudahkan peneliti untuk menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.²⁹

Peneliti menentukan informan sebagai sumber data, dan sumber data dalam penelitian ini ada 2:

1. Suber Data

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama.³⁰ Data yang diperoleh oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan riset atau penelitian tentang strategi kounikasi penyiar radio kiss Fm dalam upaya meningkatkan jumlah pendengar di jember.

Data primer ini diperoleh melalui observasi dan wawancara yang merupakan hasil usaha gabungan yang menjadi sumber data dari penelitian yaitu :

a. Direktur umum radio kiss FM Jember

b. Penyiar

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti bahwa yang menarik dalam penyiaran radio Fm adalah karna penyiar yang sangat enerjik dan sangat bagus dalam melantunkan antonasi pelafalan dalam berbicara.

²⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 53.

³⁰ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI-Press, 1986), 12.

D. Tehnik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.³¹ Pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi atau pengamatan merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan. Metode observasi merupakan cara yang sangat baik untuk mengawasi perilaku subjek penelitian seperti perilaku dalam lingkungan atau ruang, waktu, dan keadaan tertentu.³²

Observasi yang digunakan adalah non partisipan, maksud dari observasi tersebut adalah untuk mendapatkan kemungkinan-kemungkinan baru yang tidak terdapat dalam pustaka, dokumentasi atau dari hasil wawancara, dan untuk memperkuat metode pengumpulan data lainnya.

Hal-hal yang harus diperhatikan oleh peneliti yang menggunakan metode observasi, yaitu ruang atau tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda atau alat-alat, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan. Adapun data yang diperoleh menggunakan teknik observasi ini antara lain:

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Pendekatan Kuantitatif, dan R&D), (Bandung: Alfabeta, 2015), 308.

³² Ida Bagus Mantra, *Filsafat Penelitian & Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 79.

- a. Situasi dan kondisi di Radio Kiss Fm Djember
 - b. Direktur umum Radio Kiss FM Jember
 - c. Penyiar
 - d. Jangkauan Radio Kiss Fm Jember
 - e. Segmentasi data dan Analisis
2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.³³

Dalam teknis pelaksanaannya peneliti menggunakan wawancara tidak berstruktur, artinya wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.³⁴ Sehubungan dengan adanya pandemi Covid-19 saat ini, beberapa wawancara dilakukan secara *online* guna mematuhi peraturan pemerintah dalam pemutusan rantai Covid-19. Wawancara dengan beberapa narasumber dilakukan melalui media telpon maupun aplikasi *WhatsApp*.

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm 114.

³⁴ *Ibid*, hlm 116.

Dalam wawancara ini peneliti melibatkan beberapa informan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, di antaranya; Manajer radio Kiss FM, Penyiar Radio Kiss FM, Ketua Lembaga dan pendengar Radio Kiss FM. Adapun data yang ingin didapatkan dari wawancara ini adalah:

- a. Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss FM meningkatkan jumlah pendengar.
- b. Respon pendengar terhadap Penyiar Radio Kiss FM
- c. Profil Radio Kiss FM Jember.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, serita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Jadi dokumen diperlukan oleh peneliti sebagai catatan baik tulisan atau gambar sesuai kebutuhan sebagai pendukung hasil penelitian dari observasi dan wawancara.³⁵

Adapun data yang diperoleh menggunakan teknik dokumentasi antara lain :

- a. Struktur Organisas Radio Kiss Fm Jember
- b. Data susunan segmentasi Radio

³⁵Sugiyono, 82.

- c. Peyiar
- d. Jangkaun rasio Kiss Fm

E. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Metode analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis data model Miles dan Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah analisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan langsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification*.³⁶

1. Data Collection (Pengumpulan Data)

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm 132-133.

umum terhadap situasi sosial/obyek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

4. *Conclusion Drawing/verification*

Langkah ke empat dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori.

F. Keabsahan Data

Untuk mengetahui keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti memakai triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti pengumpulan data dari berbagai sumber yang saling berbeda dengan menggunakan suatu metode yang sama. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini ada dua cara, yaitu yang pertama menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan perolehan data pada teknik yang berbeda dalam fenomena yang sama. Kedua menggunakan triangulasi dengan metode, yaitu membandingkan perolehan data yang sama dengan sumber yang berbeda. Berdasarkan pengertian di atas, triangulasi data dibagi menjadi 6 aspek, diantaranya:

1. Triangulasi dalam aspek waktu, memiliki pengaruh dalam pengecekan data. Triangulasi waktu yaitu pengecekan data dari waktu ke waktu, hari

ke hari atau minggu ke minggu apakah data tersebut berubah atau tidak. Perlu ada pengecekan berulang-ulang.

2. Triangulasi dalam aspek metode, pada aspek ini tujuannya untuk membandingkan data yang diperoleh dengan metode-metode yang lainnya. Data yang diperoleh akan membawa ke kesimpulan yang baik dan benar. Metode yang dapat diujikan antara lain: observasi, wawancara, dokumentasi, studi dokumen dan metode lainnya.
3. Triangulasi dalam aspek tempat, pada aspek ini perlu mengamati beberapa tempat sebelum mengambil beberapa tempat sebagai objeknya. Dalam aspek ini bisa dijadikan perbandingan sebelum akhirnya menarik kesimpulan.
4. Triangulasi dalam aspek teori, dalam hal ini hasil dari penelitian dibandingkan kembali dengan teori-teori yang relevan untuk menghindari kesenjangan pada penelitian yang dilakukan.
5. Triangulasi dalam aspek peneliti, pada penelitian ini dapat berarti kolaborasi dengan peneliti-peneliti lainnya. Oleh karena itu temuan dalam suatu data yang diperoleh masing-masing perlu dikaji lebih lanjut. Kajian data yang diperoleh dari berbagai peneliti merupakan keragaman informasi yang memperkaya sumber penelitian yang sedang dilaksanakan.
6. Triangulasi dalam aspek sumber, pada aspek ini perlu melakukan pengamatan pada sumber data yang lain. Sumber yang berbeda bisa memungkinkan memiliki informasi yang berbeda.

Dengan begitu bisa melakukan kajian lebih lanjut untuk bisa memperoleh hasil yang benar. Triangulasi Sumber berarti membandingkan dan mengecek data yang bersumber dari informan yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda data dicari melalui narasumber yaitu yang dijadikan sebagai sarana mendapatkan informasi dan data.

Triangulasi sumber adalah untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Peneliti menggunakan triangulasi sumber yang mana ketika tiga sumber berbeda memberikan pernyataan yang sama, maka data tersebut adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi selama penelitian yang akan peneliti sajikan di BAB IV.

G. Tahap – Tahap Penelitian

Untuk mengetahui proses yang dilakukan peneliti hingga akhir maka perlu diuraikan tahap-tahap penelitian. Tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam proses penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

a. Menyusun Rencana Penelitian

Tahap ini peneliti membuat rancangan terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul, penyusunan matrik, penelitian selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing dan dilanjutkan penyusunan proposal penelitian secara sistematis dan tertta rapi hingga presentasi selesai.

b. Memilih Lokasi Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus terlebih dahulu memilih lapangan penelitian, agar dalam penelitian memiliki kesamaan dalam keadaan maupun tempat yang diberlakukannya observasi. Lapangan penelitian yang dipilih peneliti adalah Observasi awal lokasi penelitian Radio Kiss Fm Jember.

Sebelum diizinkan meneliti, peneliti mulai melakukan observasi awal dilokasi penelitian untuk lebih mengetahui latar belakang objek penelitian. Hal ini dilakukan agar memudahkan peneliti dalam menggali data.

c. Menentukan Informan

Tahap ini peneliti mulai memilih dan menentukan informan untuk mendapatkan informasi terkait judul yang dijadikan penelitian. Informan yang dipilih adalah bagian dari penyiar radio Kiss Jember atau staff yang diwawancarai.

d. Menyiapkan mental diri dan perlengkapan penelitian

Setelah semua selesai, dimulai dari rancangan penelitian hingga menentukan informan, maka peneliti menyiapkan mental dan perlengkapan penelitian sebelum terjun kelapangan. Seperti halnya mental yang sehat dan melengkapi peralatan untuk wawancara dengan narasumber atau dengan subjek yang sudah di tetapkan.

e. Memilih dan Memanfaatkan Informan

Tahap penelitian ini mulai mengadakan kunjungan langsung ke lokasi penelitian untuk mengumpulkan data-data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Namun disamping itu, peneliti sudah mempersiapkan diri dan memahami bagaimana etika dalam penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

a. Tahap pengumpulan data

- 1) Melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang menjadi subyek penelitian.
- 2) Mentranskrip hasil wawancara dengan para narasumber
- 3) Mencari bukti dengan melakukan observasi dilapangan
- 4) Mendokumentasikan hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan peneliti dalam penelitian

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti bahwa radio kiss Jember lebih banyak tertarik pada cara penyiar menyampaikan karena lebih bersifat menarik.

b. Mengidentifikasi data

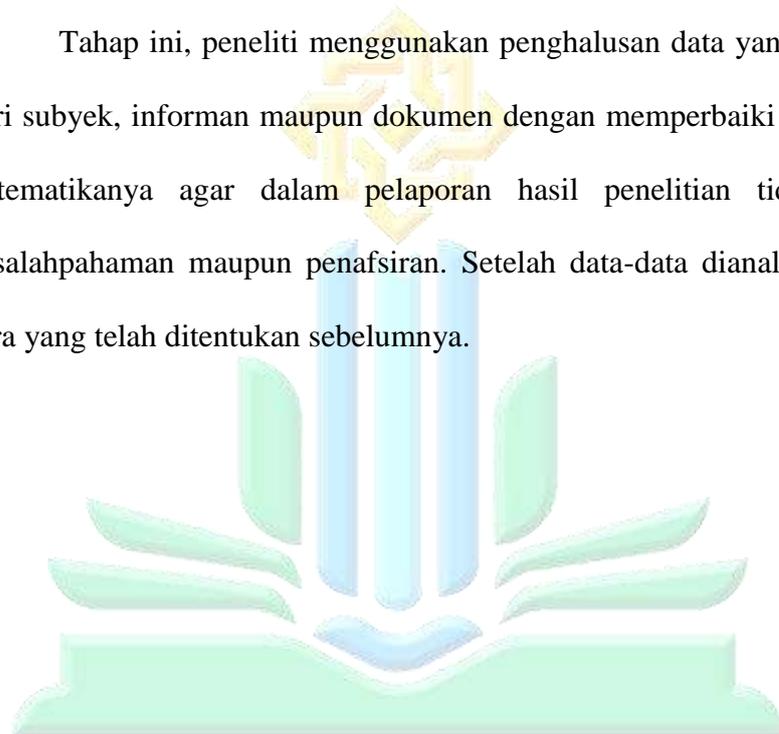
- 1) Mengolah hasil data wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai dengan metode analisis data Miles dan Huberman.
- 2) Dalam menganalisa hasil data tersebut peneliti juga sebisa mungkin untuk menyesuaikan dengan referensi data.

c. Tahap Akhir Penelitian

Setelah melakukan analisa penelitian merumuskan hasil data tersebut sesuai dengan sistem penulisan skripsi UIN Kh Achmad Siddiq Jember.

3. Tahap Penyusunan Laporan

Tahap ini, peneliti menggunakan penghalusan data yang diperoleh dari subyek, informan maupun dokumen dengan memperbaiki bahasa dan sistematikanya agar dalam pelaporan hasil penelitian tidak terjadi kesalahpahaman maupun penafsiran. Setelah data-data dianalisis dengan cara yang telah ditentukan sebelumnya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Skripsi ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan berupa deskripsi mengenai Strategi Penyiar Radio dalam meningkatkan jumlah pendengar saat siaran serta gaya penyiar – penyiar radio Kiss Fm dalam menyapa pendengarnya.

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Radio Kiss Fm Jember

Radio Kiss FM adalah radio swasta yang berdiri di bahu PT.KIRANA SENTRASVARA, bertempat di Jl.Kartini No.25b,Jember, berjarak beberapa meter dengan Kantor Polres Jember. Saluran radio Kiss FM berada di gelombang 96.2 FM yang sebutan pendengarnya adalah Kawan Kiss dan slogan andalan mereka “The Real Interactive Radio”. Kiss Fm mempunyai target market di rentang usia remaja – dewasa pria maupun wanita dengan target audien 15 – 44 tahun. Untuk usia 45 tahun keatas sebagai target audien kedua dengan presentase wanita 45% sedangkan pria 45%.

Untuk mengejar ketertinggalan kedudukan radio di zaman modern saat ini, Kiss FM memiliki beberapa akun media sosial seperti KISS FM JEMBER (Facebook), @KISSFMJEMBER (Twitter), KISS FM JEMBER (Pinterest), KISS FM JEMBER (Instagram), dan www.kissfmjember.com . untuk pemasang iklan sendiri Radio Kiss Fm memiliki tarif yang berbeda – beda, antara lain : Tarif iklan yang di pasang Kiss FM untuk

SPOT/ADLB 01-30 berkisar Rp. 75.000, 31-60 berkisar Rp. 150.000, Time Signal (01-60) berkisar Rp. 200.000. sedangkan untuk blocking time 45 menit dengan 1x siar berkisar 2.500.000, 1 bulan Rp. 10.000.000, insert quiz 5-10 berkisar Rp. 700.000.

2. Kondisi Sarana dan Prasarana

Berikut adalah penjelasan mengenai fasilitas yang ada di kantor Radio Kiss Fm seperti properti yang mengisi setiap ruangan, di dalam kantor tersebut terdapat beberapa ruangan seperti :

- a. Ruang Tamu. Ruangan ini sangat multifungsi, karena disediakan untuk para tamu yang berkunjung dan serta dijadikan ruang tunggu untuk yang berkeperluan. Di dalam ruangan tersebut terdapat kursi dipojok yang memanjang dan satu buah meja berada di pojok depannya.
- b. Ruang Pimpinan, yang didukung dengan fasilitas meja kerja, lemari, dan 3 buah kursi.
- c. Ruang siaran. Di ruangan ini terdapat terdapat 3 buah kursi, 2 komputer, 3 buah microphone serta alat – alat yang dibutuhkan untuk siaran.
- d. Ruang Rekaman. Dalam ruangan ini terdapat 3 buah kursi, 1 buah meja dan satu microphone serta 1 buah komputer.
- e. Ruang Karyawan. Ruangan ini berbentuk kotak dengan dibatasi sekat – sekat, serta di dalam ruangan terebut disediakan untuk wartawan, broadcaster, dan sekretaris pimpinan. Dan ruangan ini disediakan beberapa 3 komputer dan 5 kursi.

- f. Kamar mandi dan Parkiran, Digunakan untuk memfasilitasi para pegawai yang letaknya dibelakang kantor. Semua fasilitas yang ada di kantor Radio Kiss FM tersebut kondisinya bagus dan tentunya masih layak untuk digunakan.

3. Penyiar Radio

Radio Kiss FM Jember memiliki 6 (enam) penyiar yang masih aktif sampai saat ini. Para penyiar tersebut siap membawakan siaran program pagi yang dimulai dari jam 06.00 WIB sampai jam 21.00 WIB. Penyiar menyesuaikan program siaran sesuai dengan karakter dan cara pembawaan mereka masing – masing. Contohnya, program Kiss Good Morning yang mana penyiar harus memandu acara tersebut dengan sapaan ceria dan penuh semangat di pagi hari agar para pendengar lebih semangat lagi melakukan aktivitasnya.

4. Visi Dan Misi Radio Kiss Fm

a. Visi

Menjadi Radio yang mampu menginspirasi serta memberikan informasi yang terkini, teraktual dan terpercaya seiring perkembangan teknologi.

b. Misi

- 1) Menumbuh kembangkan minat masyarakat dalam mencintai radio sebagai pilihan utama untuk mendapatkan hiburan dan informasi yang akurat.

- 2) Mewujudkan pendengar yang smart dalam mengelola informasi serta beropini di ranah media radio.
- 3) Menjalin sinegritas dengan pemerintah untuk menciptakan *good goverment* dengan mendorong proses transparansi, akuntabilitas, partisipasi publik dan penegakan hukum.
- 4) Menjalin kemitraan dengan perusahaan dan masyarakat umum, untuk mendorong semangat kewirausahaan demi menciptakan masyarakat yang berprestasi, inovatif dan mandiri.

5. Tujuan

Berdirinya Radio Kiss FM dilatar belakangi salah satunya agar masyarakat bisa terhibur serta terus update mengenai perkembangan lagu – lagu baru dan bisa mendengarkan lagu era 60 – an hingga 90 – an. Kiss FM juga bisa dijadikan sebagai media untuk saling bercerita atau sharing – sharing karena di Kiss FM juga tersedia program Heart To Heart. Radio Kiss FM memiliki tujuan untuk selalu menghibur masyarakat Jember dan sekitarnya dengan program – program andalan mereka dan radio Kiss Fm ini terkenal sebagai radionya anak muda.

Dimana dalam hal ini Radio Kiss FM memanglah Radio anak muda zaman sekarang bukan hanya teknologi yang semakin maju melainkan perkembangan juga semakin berkembang

6. Temuan Penelitian

Pada pembahasan ini, peneliti memilih informan yang sesuai dengan fokus penelitian sebagai sumber data penelitian. Adapun nama – nama informannya sebagai berikut :

1) Direktur umum Radio Kiss Fm Jember

Bapak Agus Suratno adalah Direkutr Operasional Radio Kiss Fm Jember. Direktur Operasional bertugas memastikan acara siaran berjalan dengan lancar dan menjaga agar program yang ada berjalan dengan konsisten. Selain menjadi Direktur Operasional beliau terkadang ikut menjadi penyiar. Biasanya beliau memandu program acara berita seputar Jember, tidak hanya di Radio Kiss Fm saja, namun beliau juga sebagai pengisi acara dalam berita di Radio Prosalina Jember.

2) Penyiar

a) Deni

Beliau merupakan salah satu penyiar radio Kiss Fm yang sudah lama berkecimpung di dunia penyiaran. Bidang penyiaran sudah digelutinya selama 7 (tujuh) tahun dimulai dari tahun 2015, sebelumnya beliau pernah belajar di Universitas Negeri Jember jurusan Ekonomi. Mas Deni adalah panggilan sehari – harinya.

Motivasi awal beliau menyukai dunia public speaking adalah saat masih duduk dibangku sekolah menengah pertama. Setelah mempelajari, mencoba dan akhirnya menjadi profesinya

sampai saat ini. Awalnya beliau adalah orang yang tidak percaya diri ketika tampil di depan umum. Pernah suatu ketika beliau ditunjuk untuk mewakili sekolahnya di ajang salah satu lomba. Dari situlah beliau diberi wejangan oleh gurunya dan tertarik untuk terus memperdalam pengetahuannya tentang bidang komunikasi atau penyiaran.

b) Devi

Devi Wulandari yang akrab disapa Kak Devi merupakan salah satu penyiar Radio Kiss Fm Jember. Beliau juga pernah belajar di jurusan Ekonomi Universitas Negeri Jember dan lulus pada tahun 2014. Beliau menjadi penyiar di Kiss Fm kurang lebih 9 (sembilan) tahun, dimulai dengan ikut ajang pencarian penyiar muda yang diadakan oleh Kiss Fm yang biasa disebut dengan DJ (Disc Jockey) Junior. Dari hal iseng pada akhirnya menjadi sebuah profesi tetap untuk Kak Devi. Menurutnya, sebuah jurusan kuliah

tidak menentukan profesi apa yang akan dijalannya kemudian hari setelah lulus kuliah, tetapi ketika seseorang memiliki sebuah passion dan skill dari situlah kita bisa menentukan profesi apa yang cocok untuk kita tekuni. Beliau memang bukan anak komunikasi dan penyiaran, tapi untuk soal skill dan kemampuan yang dimiliki patut diapresiasi.

c) Fitrah

Penyiar yang seumuran dengan saya ini kerap disapa dengan sebutan Teh Fitrah sudah menggeluti dunia penyiaran sejak tahun 2017 sampai sekarang. Beliau mengikuti jejak Kak Eva mengikuti ajang pencarian bakat penyiar muda DJ Junior yang sering diadakan oleh Radio Kiss Fm. Dari situlah beliau menggeluti profesinya sebagai penyiar tetap di Radio Kiss Fm Jember. Wajahnya yang anggun menunjukkan bahwa beliau memiliki ciri khas suara yang ceria serta lemah lembut. Meski terbilang paling muda diantara teman – teman penyiar lainnya, semangatnya tetap tidak kalah tinggi dengan para penyiar lainnya.

d) Raka

Profesi sebagai penyiar tetap di Radio Kiss Fm Jember sudah beliau jalani selama 8 (delapan) tahun yang lalu hingga sekarang. Meskipun bukan dari latar belakang jurusan public speaking, namun beliau berkeyakinan bahwa semua orang bisa menjadi penyiar meskipun bukan lulusan jurusan komunikasi. Beliau adalah rekan duet Kak Deni dalam mengisi program siaran pagi di Radio Kiss Fm Jember. Suaranya yang ceria dalam menyapa pendengarnya sangat cocok sekali ketika berduet membawakan program acara bersama Kak Deni yang memiliki ciri khas energik dan ceria.

e) Ilham

Sudah 5 (lima) tahun hingga sekarang beliau menjadi penyiar tetap di Radio Kiss Fm Jember. Penyiar satu ini akrab dengan panggilan Bang Ilham memulai karirnya menjadi penyiar di Radio Kiss Fm setelah lolos mengikuti seleksi DJ Junior tahun 2017 lalu. Awalnya hanya coba – coba mencari keberuntungan dan ternyata memang nasib baik saat itu berpihak kepada beliau. Sebelumnya beliau pernah belajar di Jurusan Sastra Universitas Negeri Jember, dan mengikuti ekstrakurikuler public speaking yang diadakan oleh fakultasnya. Tidak heran apabila beliau terpilih dalam seleksi ajang tersebut. Karena kemampuan dan keterampilan yang beliau asah sebelumnya sudah membuktikan bahwa beliau layak menjadi pemenangnya.

f) Nathania Calista

Perempuan asli Pasuruan yang akrab disapa Tanya ini merupakan salah satu penyiar radio di Kiss Fm Jember dan termasuk salah satu penyiar muda di Radio Kiss Fm Jember. Pengalaman menjadi penyiar sudah digelutinya saat masih duduk di bangku SMA. Namun untuk bisa sampai pada penyiaran ia hanya ikut-ikutan dan diajak temannya, lalu kemudian ia belajar secara outodidak. Karena terbiasa mengisi acara dan memandu acara, bukan hal baru bagi dia untuk merasakan pengalaman di depan orang banyak.

Fokus pada penelitian ini adalah pada strategi komunikasi yang digunakan oleh penyiar Radio Kiss Fm Jember dalam upaya meningkatkan jumlah pendengarnya. Fokus tersebut diambil peneliti dikarenakan keingintahuan peneliti terhadap apa dan bagaimana strategi komunikasi penyiar Radio Kiss Fm untuk memperkenalkan lebih luas lagi tentang Radio Kiss Fm ini kepada masyarakat Jember dan sekitarnya bahwa Radio Kiss Fm adalah Radio Milenial.

Membahas tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh penyiar untuk meningkatkan jumlah pendengar memanglah tidak lepas dari bagaimana gaya dan teknik yang dipakai oleh penyiar saat siaran. Karena gaya, teknik ataupun ciri khas tersebut harus dimiliki oleh setiap penyiar, meskipun terkadang penyiar harus menyesuaikan program acara yang dibawakan. penyiar Radio Kiss Fm Jember harus mengembangkan kemampuan yang dimiliki agar pendengar baru maupun pendengar lama merasa nyaman dan tidak jenuh saat mendengarkan siaran radio.

Setelah melakukan penelitian dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi berikut hasil wawancara dan observasi yang telah didapatkan strategi komunikasi penyiar Radio Kiss Fm Jember dalam meningkatkan jumlah pendengar di Jember tahun 2020. Ada beberapa media sosial yang digunakan oleh Radio Kiss Fm Jember untuk mengundang dan menyampaikan siaran yang

ada di Radio Kiss Fm yaitu : Facebook (KISS FM JEMBER) dan Instagram (kissfmjember).

Sosial media sendiri seperti Instagram atau Facebook mendapat perhatian masyarakat serta pengikutnya cukup banyak. Untuk Instagram sendiri memiliki pengikut 9,995 dan 6,718 unggahan di halaman instagramnya. Sedangkan di akun facebook sendiri sampai tanggal 27 Agustus 2021 masih update berita terbaru yang viral di Jember.. Di kedua sosial media tersebut, Radio Kiss Fm Jember sering membagikan atau memposting jadwal siaran dimana itu bertujuan untuk memberikan informasi terkait siaran.

Dari hasil penelitian melalui metode wawancara, Radio Kiss Fm Jember melaksanakan konvergensi media dengan menggunakan media sosial seperti yang disebutkan diatas serta melakukan radio streaming dan juga memiliki chanel youtube. Hal ini dilakukan bertujuan untuk mendukung industri radio.

Radio Kiss Fm Jember sendiri memiliki 19 program utama yang disiarkan selama satu minggu. Mulai dari kalangan remaja hingga dewasa bisa mendengarkan dan menikmati program siaran yang disajikan Radio Kiss Fm Jember. *"...Ditujukan untuk kalangan remaja hingga dewasa mulai dari usia 15 – 45 tahun ke atas..."* , ujar Deni (25) salah satu penyiar Radio Kiss Fm saat diwawancara. Karena Radio Kiss Fm Jember dikenal dengan nama radionya anak milenial yang notabene program siarannya lebih banyak hiburan, maka para

penyiar Radio KiSS Fm Jember dituntut harus selalu ceria, energik dan bersemangat dalam membawakan program siaran mereka.

Program – program siaran yang ada di Radio Kiss Fm Jember menekankan pada siarannya agar bisa dnikmati semua kalangan. Adapun unsur – unsur yang ada di program siaran Radio Kiss Fm Jember sebagai berikut :

a) Hiburan

Di Jember sendiri banyak Radio yang penggemarnya tidak kalah banyak dari Kiss Fm Jember. Namun, Radio Kiss Fm Jember tidak kehilangan akal untuk selalu menarik perhatian masyarakat Jember supaya bisa mendengarkan Radio Kiss Fm Jember dan menikmatinya hingga menjadikan Radio Kiss Fm Jember sebagai Radio favorit mereka. Unsur hiburan di Radio Kiss Fm Jember sendiri memiliki porsi yang paling banyak dari program siaran lainnya. Mengingat akan kebutuhan hiburan masyarakat Jember sangatlah diperlukan untuk menemani kegiatan sehari – hari serta mengurangi rasa lelah dan stress.

Dan juga hiburan ini masih bisa di degarkan oleh orang tua atau yang sudah lansia, uniknya dalam Radio Kiss FM ini memiliki keunikan dari setiap penyiarannya, jdi secata otomatis juga dapat memberikan nilai possiuh slsmduliilsj

b) Pendidikan

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa siaran sebenarnya keseluruhannya berisi unsur pendidikan. Pendidikan yang mencakup formal ataupun informal semua bisa kita dapatkan dari berbagai sumber termasuk salah satunya di Radio Kiss Fm

c) Informasi

selanjutnya yaitu unsur informasi dimana unsur ini memuat tentang berbagai macam informasi yang disiarkan baik siaran lokal maupun siaran nasional yang mana informasi tersebut dibutuhkan oleh masyarakat.

Menu Acara Radio Kiss Fm Jember

DAILY	WEEKLY
1. KISS GOOD MORNING (05.30 – 09.00)	1. KISS GOOD MORNING (06.30-09.00) SATURDAY
2. DANGDUT KISS (09.00-10.00)	2. DANGDUT KISS (09.00-10.00)
3. RENDANG REQUEST (10.00-12.00)	3. RENDANG REQUEST (10.00-12.00)
4. RELAX MUSIC (12.00-14.00)	4. RnB BLASTER (14.00-15.30)
5. GALERI (14.00-15.45)	5. SEPUTAR JEMBER (15.45-16.45)
6. SEPUTAR JEMBER (15.45-16.45)	6. KISS NON STOP HITS (16.45-18.00)
7. KISS RADIO MIX (16.15-18.00)	7. FRESH HITS MUSIC (18.00 – 19.00)
8. CHANNEL (19.00-21.00)	8. KISS SENSATION (19.00-22.00)
9. KISS 911 (21.00 – 23.00)	9. KISS RADIO MIX ON THE WEEKEND (22.00-01.00)
10. KISS MEMORIES (23.00 – 01.00)	
	MINGGU
	10. SUNDAY MORNING (06.00 – 09.00)
	11. 25 INDOHITS (09.00-11.00)
	12. KISS 40 CUTDOWN (11.00-

	14.00) 13. DJ JUNIOR (14.00-16.00) 14. KISS INDONESIA (16.00-18.00) 15. INDIE LAPAN (18.00-20.00) 16. KISS NINETIES (20.00-22.00) HEART2HEART (22.00-01.00)
	17.

3) Jangkauan Radio Kiss Fm Jember

a) Utara

Meliputi Arjasa, Sukowono dan sebagian wilayah Bondowoso.

b) Selatan

Balung, Puger, Kencong dan sekitarnya.

c) Barat

Rambipuji, Bangsal Sari, Jati Roto dan sebagian wilayah Lumajang.

d) Timur dan tengah

Jember kota, Garahan dan sebagian wilayah Banyuwangi.

4) Segmentasi Pendengar radio Mutiara FM

Khalayak atau pendengar radio Mutiara FM dilihat dari segmentasi demografis meliputi :

a) Usia : 14 s/d 25 Tahun : 25%

: 25 s/d 50 Tahun : 50%

: 50 Tahun keatas : 25%

b) Jenis kelamin : Laki-laki 50% dan Perempuan 50%

c) Pekerjaan : Pelajar atau Mahasiswa : 35%

: Karyawan : 35%

:Ibu Rumah Tangga : 10%

: Buruh : 10%

d) Pendidikan : SLTP : 20%

:SLTA : 50%

: Perguruan Tinggi : 30%

B. Penyajian Data dan Analisis

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah peneliti mengumpulkan data dari hasil penelitian yang diperoleh, maka selanjutnya peneliti akan melakukan analisis data untuk penjelasan lebih lanjut dari penelitian. Dari hasil serangkaian penelitian yang telah dilakukan di lapangan, diperoleh tentang data-data yang berkaitan dengan strategi komunikasi penyiar Radio Kiss Fm Jember. Adapun hasil penelitiannya sebagai berikut :

1. Gaya Penyiar Radio Kiss Fm Dalam Menyapa Pendengarnya

Sebelum memasuki pembahasan inti dari penelitian ini yaitu Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss Fm dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar, peneliti akan membahas tentang bagaimana gaya dan tehnik masing – masing penyiar Radio Kiss Fm dalam menyapa pendengarnya.

Suatu proses komunikasi dapat dianggap berhasil ketika komunikan menerima dan memahami pesan sebagaimana yang dimaksud oleh komunikator. Harold D. Laswell mengatakan bahwa komunikasi itu

meliputi siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya.³⁷ Setiap karakter yang dibentuk penyiar itulah yang nantinya akan menjadi juru kunci mereka untuk dikenal masyarakat, karena Radio bersifat audio, jadi yang paling berpengaruh disini adalah suara penyiar. Strategi dan suara merupakan kedua hal yang sangat penting sekali bagi penyiar. Penyiar yang bisa mengolah suaranya dengan baik agar terkesan menarik tetapi tidak mempunyai strategi yang pas, maka hal itu tidak memicu ketertarikan para pendengar. Mereka hanya akan menganggap bahwa sang penyiar hanya memiliki suara yang enak untuk didengarkan saja.

Berdasarkan temuan dan hasil wawancara yang dipaparkan di atas, mengenai gaya penyiar Radio Kiss Fm Jember. Para penyiar memiliki gaya siaran yang berbeda-beda. Terkadang penyiar hanya sebagai pengiring lagu yang akan diputar, selain itu juga membawakan talkshow, serta membawakan berita seputar peristiwa yang terjadi di Jember dan sekitarnya. Karena Radio Kiss Fm merupakan Radio keluarga dan programnya notabene lebih kepada hiburan atau musik, maka dominan program lebih kepada pemutaran lagu – lagu.

Setiap penyiar pasti memiliki karakter masing-masing dalam menyapa pendengar. Perbedaan itulah yang menjadi ciri khas dan tanda bagi pendengar untuk mengetahui siapa yang sedang siaran. Sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya, bahwasanya Radio merupakan bentuk

³⁷ Nabila Kusuma Vardhani, Agnes Siwi Purwaning Tyas, *Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing*, Jurnal Societa Volume 2, Nomor 1, Mei 2018

komunikasi audio. Jadi pendengar tidak bisa melihat siapa yang sedang bicara. Penyiar menyapa pendengar sesuai dengan waktu aktivitas, misal saat jam kerja, penyiar akan menyapa dengan *“Selamat pagi, selamat beraktivitas, yang lagi di pasar, di kantor, di dapur”*, atau mungkin saat sore hari saat bersantai menyapa dengan *“yang lagi dijalan pulang kerja ini, atau yang lagi dirumah ngumpul bareng keluarga”*, dan lain sebagainya.

Semua penyiar yang ada di Radio Kiss Fm dalam menyapa pendengarnya pada saat opening program menggunakan kalimat yang sama yaitu *“Asalamu’alaiku Warahmatullahi Wabarakatuhu SahabatRadio Kiss Fm”*. Pada semua program semua penyiar Radio diwajibkan mengucapkan kalimat salam tersebut. Tentang mengucapkan salam terlebih dahulu ketika menyapa seperti yang Rasulullah Ajarkan, karena salam juga doa bagi yang mengucapkan maupun yang mendengarkannya. Hal itu sudah jelas tertera di dalam Al – Qur’an :

فَإِذَا دَخَلْتُمْ بُيُوتًا فَسَلِّمُوا عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ ۖ

Artinya : *“...Maka apabila kamu memasuki (suatu rumah) hendaklah kamu memberi salam kepada (penghuninya), yang artinya juga memberi salam kepada dirimu sendiri...” (QS an-Nur [24]: 61).*

Hal yang membuat berbeda, terletak pada bagaimana intonasi atau pengucapan kalimat itu oleh penyiar. Ada yang menyapa dengan powerfull, lemah lembut, formal, atau bersemangat. Semua itu tergantung bagaimana karakter suara dan program yang dibawakan oleh penyiar.

Disini peneliti sudah melakukan wawancara bersama empat penyiar yang ada di Radio Kiss Fm Jember, empat diantara mereka yaitu Kak Deni, Kak Devi, Kak Fitriah, dan Kak Tanya. Dari ketiga penyiar ini memiliki gaya yang berbeda untuk menyapa para pendengar dan menarik perhatian para pendengar. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Deni selaku penyiar acara pagi berikut ini :

“kalo aku memang kebagian program acara pagi kayak Kiss Good Morning sama Dangdut Kiss, yang mana akutuh harus bisa membawakan suasana yang ceria riang gembira di pagi hari, karena kan aktivitas kita pada saat pagi itu baru dimulai. Jadi aku harus punya gaya pembawaan yang unik ini biar mereka terhibur plus mereka bisa mengenali aku melalui suara dan gaya pembawaanku ketika menyapa pendengar dimanapun mereka berada. Gaya pembawaanku juga bisa dibilang lebay plus centil gitu ya, tapi hal itu memang sengaja aku lakukan supaya ada ciri khas tersendiri ini dari aku. Contohnya ini pas pembukaan acara *“hallo selamat pagi semuanya, pagi – pagi begindang gak cucok meong ini ya wak kalo kalian – kalian semua belum dengerin suara manjalitah ulala membahenol dari aku”*.³⁸ Meskipun aku orangnya gampang berubah suasana hatinya,tapi aku harus profesional supaya nantinya hal itu tidak mempengaruhi suara dan gaya pembawaanku. Aku harus tetap energik dan ceria seperti biasanya dalam menyapa pendengar.

Hal yang berbeda juga disampaikan oleh Kak Devi yang juga memiliki gaya pembawaan untuk menyapa pendengarnya. Hasil wawancaranya berikut ini :

“Saya sendiri membawakan program pagi juga setelah acaranya Deni yaitu Rendang Request dimana program ini tentang membacakan serta memutar lagu – lagu request dari pendengar. Disini, bisa dikatakan bahwa pembawaan saya itu lebih ke manja dan centil ya, contohnya nih ya, panas – panas gini enakya memang dengerin lagu – lagu yang bikin suasana hati kamu syahdu ya beb, kalo lagu bisa bikin kamu syahdu, kalo aku bisa bikin kamu candu. Silahkan yang mau request lagu boleh, request

³⁸ Deni, Wawancara Online, Jember 2 Juni 2021

aku untuk mendampingimu juga boleh ya beb, sebisa mungkin akutuh kalau lagi siaran berusaha gimana caranya nih mereka yang dengerin suara aku di radio berasa kayak lagi telfonan aja giiu, jadi bikin suasana biar ngalir atau se santai mungkin itu aku harus olah suara aku sedemikian rupa, contohnya nih hal kecil sebelum siaran aku harus enakin mood aku dulu, aku harus bahagia dulu baru aku bisa bawain programku senyaman mungkin”.

*Sebelum siaran agar saya juga bisa membangkitkan rasa semangat dala diri saya, saya selalu melakukan hal – hal kecil yang menjadi kebiasaan saya yaitu nyanyi – nyanyi dikit lah ya biar nantinya kalo pas siaran ngalir begitu saja sih pembawaannya. Kan kalo kita sendiri lagi keadaan baik, pasti nanti apa yang kita lakuin hasilnya juga bakal baik begitu”.*³⁹

Begitu juga hasil wawancara dengan Kak Fitrah sebagai berikut :

*“ Kalo Deni dan Devi gaya pembawaannya lebih ke manja, lebay, dan centil, aku lebih tepatnya sih gaya pembawaanku itu manja plus kalem – kalem bagaimana begitu, lemah lembut lah lebih tepatnya. Kalo mereka berdua kan energik ya, kalo aku nggak, karena sesuai sama program yang aku bawainn juga yaitu Relax Music. Sesuai nama programnya, jadi aku harus menyapa pendengar tentunya dengan lemah lembut dan sedikit manja. Contohnya gini”assalamualaikum ketemu lagi ini sama Fitrah ya sayang, kali ini Fitrah bawakan lagu – lagu spesial buat kalian semua, agar kalian selalu ingat Fitrah dimanapun kalian berada ya. Tak kenal maka kenalan, tak sayang mau dong di sayang – sayang. kalau aku lagi streaming acara nih, kan enggak semua pendengar radio kiss fm itu bahasa kesehariannya bahasa indo ya, jadi aku akalin deh pake bahasa jawa atau bahasa madura gitu. Jadi pendengar radio kiss fm bisa paham dengan apa yang aku sampaikan ke mereka, karena satu hal kalau kita tidak memahami mereka terlebih dahulu, dan kita siaran semauanya kita, yah otomatis mereka gabakal tertarik dengan kita lagi dong, istilahnya gini, ambil dulu hatinya baru deh nanti setelah dapat, kita langsung gas aja apa yang ingin kita sampaikan”.*⁴⁰

³⁹ Devi, Wawancara Online, 2 Juni 2021

⁴⁰ Fitrah, Wawancara Offline, 3 Juni 2021

Berbeda lagi dengan yang disampaikan Kak Tanya ketika diwawancara oleh peneliti, beliau menuturkan kurang lebihnya sebagai berikut :

“Aku siaran dibagian berita – berita atau lagu korea nih yang lagi hits saat ini lebih tepatnya di program Kiss Radio Mix, kebetulan juga aku itu anak K-pop ya, jadi pendengar radio Kiss Fm yang utamanya menyukai korea juga, waib banget dan enggak boleh ketinggalan buat selalu dengerin berita atau lagu update yang aku bawain buat mereka. Jadi pas mulai siaran nih, aku sapa mereka dengan bahasa korea kayak “an-nyeong haseyo?(Apa Kabar?)”. Sebenarnya enggak susah banget ya buat ngebawain program yang satu ini, karena memang K-popers di Jember ini juga banyak gitu. Dari sini, aku harus berusaha lebih keras lagi untuk menggali berita atau lagu dari negara BTS itu ya, selain itu nih, aku juga harus menjadi temen bagi mereka yang ingin berbagi cerita sama aku. Kayak pas lagi bahas sesuatu ketika live streaming, ketika pendengar berbicara, aku semaksimal mungkin mendengarkan dan memahami mereka, karena bagiku orang yang mau cerita dan terbuka sama kita itu, mereka itu hanya ingin didengarkan saja, jadi dari sini sebelum aku memberikan solusi atau apalah ya terkait curhatan mereka, yang utama aku harus jadi pendengar yang baik dulu. Karena percuma saja kita ngasih solusi kalau solusi kita itu enggak tepat, yang ada pendengar kita bukannya plong malah bingung nantinya”⁴¹

Dari keempat hasil wawancara diatas, para penyiar satu sama lain tentunya memiliki gaya dan karakter pembawaan yang berbeda – beda. Untuk mengetahui apa yang pendengar mereka inginkan, mereka uga mempersilahkan pendengar menghubungi mereka melalui akun sosial media mereka masing – masing. Jadi, ketika mereka telah selesai membawakan program acaranya, mereka selalu mengecek akun mereka apakah ada pesan masuk mengenai kritik dan saran untuk mereka. Karena hal ini sangat mereka perlukan untuk evaluasi mereka kedepannya, dan

⁴¹ Nathania Calista, Wawancara Online

menjadi pembelajaran juga buat mereka agar apa yang disampaikan pendengar terhadap mereka, mereka pahami dan diterapkan untuk selanjutnya. Karena sejatinya, bagi penyiar Radio Kiss Fm, kritik serta saran dari pendengar adalah suntikan vitamin bagi mereka. Penyiar Radio Kiss Fm selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk para pendengar setianya.

Tapi dari hal itu semua, mereka berempat memiliki tujuan yang sama yaitu ingin menarik perhatian para pendengar dan membuat Radio Kiss Fm lebih banyak disukai oleh masyarakat Jember dan sekitarnya. Tentunya mereka juga menggunakan teori – teori strategi komunikasi saat menentukan gaya apa yang pantas mereka gunakan saat membawakan sebuah program acara siaran Radio ini. Meskipun dengan pembawaan yang santai, mereka juga pastinya melakukan pemilihan dan penataan bahasa agar mudah dipahami oleh pendengarnya.

Dari hasil wawancara dengan penyiar, dapat dikatakan bahwa penyusunan pesan tidak hanya diperhatikan oleh penyiar saja, namun minat dari pendengar juga menempati posisi penting dalam hal ini. Karena kesuksesan seorang penyiar bisa dilihat dari bagaimana respon para pendengar.

C. Pembahasan Temuan

Beberaa para ahli mejelaskan tentang temuan salah satunya dari ahli Harold D. Lasswell yang mengatakan bahwa dalam menjalankan suatu proses komunikasi maka kita harus memperhatikan beberapa unsur di dalamnya

yakni komunikator, pesan, komunikan, media dan efek. Jika unsur-unsur tersebut diperhatikan dengan baik maka tujuan dari proses komunikasi dapat tercapai secara efektif.⁴²

1. Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss Fm Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar

Dalam konteks komunikasi, strategi diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar mampu mengguguli semua kekuatan pesan yang ada, khususnya dalam menciptakan efektifitas komunikasi. Menurut Mulyana komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi).

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) komunikasi dan manajemen (management) komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi komunikasi merupakan suatu rencana yang memiliki tujuan untuk dicapai. Agar bisa sampai pada tujuan tersebut diperlukan rangkaian

⁴² Effendy, *Ilmu Komunikasi*, 243.

rencana yang sesuai dan terarah. Jika diaplikasikan dalam strategi komunikasi penyiar Radio Kiss Fm dalam meningkatkan jumlah pendengar, maka tujuan utama penyiar adalah membuat pendengar nyaman dan tidak jenuh dengan siaran yang dibawakan.

Berkaitan dengan strategi komunikasi penyiar dalam meningkatkan jumlah pendengar, maka harus didukung dengan teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman empiris yang sudah diuji kebenarannya.

Dalam hal ini, menurut Harold D. Lasswell menyatakan cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan "*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*". Untuk memantapkan strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban dari pertanyaan dari rumusan Lasswell tersebut.

Kemudian hal tersebut didasarkan pada temuan dan hasil wawancara dengan informan mengenai strategi komunikasi penyiar Radio Kiss Fm Jember dalam meningkatkan jumlah pendengar diantaranya:

a. *Who* (Siapa)

Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, bahwa unsur *who* ini berperan sebagai sumber dari komunikasi. Dengan begitu, kedudukan unsur ini ditempati oleh penyiar. Pada unsur ini kepentingan untuk menyampaikan suatu pesan dalam komunikasi. Penyiar juga yang akan membawa arah pembicaraan. Selain itu juga sebagai penyiar harus

memperhatikan bagaimana karakteristik atau pembawaan.

Strategi komunikasi yang digunakan oleh penyiar Radio Kiss Fm pada unsur ini dengan lebih memperhatikan bagaimana karakteristik atau pembawaan.

Tentu saja karakteristik penyiar dalam membawakan program siaran juga pasti berbeda dengan siaran radio pada umumnya. Karena ini masuk dalam kategori radio hiburan, maka karakteristik pembawaan harus sesuai dengan karakteristik menghibur yang ceria dan energik tentunya dengan bahasa yang sopan lemah lembut.

b. *Says What* (Pesan Apa)

Unsur selanjutnya adalah *says what* atau pesan. Seorang komunikator dikatakan berkomunikasi jika menyampaikan atau mengungkapkan sesuatu kepada komunikan. Menurut Toto Tasmara (1997) sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa buah pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap disebut dengan Pesan. Strategi Komunikasi yang diterapkan pada unsur komunikasi oleh penyiar Radio Kiss Fm Jember adalah cara supaya pesan yang disampaikan bisa dimengerti dan dipahami oleh pendengar. Selain itu, untuk menarik perhatian pendengar supaya mendengar, penyiar Radio Kiss Fm Jember harus menambahkan inovasi – inovasi pembawaan yang ciri khas yang mudah dikenali oleh masyarakat.

Sedangkan untuk isi pesannya sendiri, seperti yang sudah dijelaskan diawal bahwa Radio Kiss Fm merupakan Radio yang seluruh siarannya adalah musik, jadi secara langsung semua pesan yang disampaikan oleh penyiar adalah mengenai genre lagu – lagu.

c. *In Which Channel* (Media Apa yang Digunakan)

Unsur *channel* atau media menjadi penting bahkan harus ada dalam komunikasi penyiar. Menurut Trenholm dan Jensen (1996) dalam komunikasi bisa menggunakan segala jenis media. Sebagaimana yang kami ketahui bahwa di dalam ruangan siaran ada seperangkat alat yang digunakan penyiar agar siaran bisa sampai pada pendengar.

“...Radio Kiss Fm kini juga sudah memiliki aplikasi jadi bisa digunakan oleh siapapun bahkan bagi daerah yang tidak terjangkau sinyal frekuensi Radio, selain aplikasi juga ada siaran langsung karena sekarang kan zamannya teknologi internet, ya makanya harus punya kuota untuk bisa akses siaran langsung dan aplikasi”

Selain diartikan sebagai alat, media juga bisa diartikan saluran.

Radio Kiss Fm selain menggunakan alat-alat siaran tradisional kini juga sudah menggunakan media elektronik dengan bantuan internet untuk mempublikasikan.

2. Respon pendengar terhadap Penyiar Radio Kiss Fm

Dalam teorinya di *Individual Differences* Melvin De Fleur menjelaskan bahwa setiap individu memiliki asumsi dan pengalaman yang berbeda terhadap suatu hal. Inilah yang kemudian membuat setiap individu menaruh perhatian secara selektif terhadap pesan yang diterimanya dari media massa, sehingga respon yang diperlihatkan juga berbeda-beda

Dari data hasil wawancara ditemukan bahwa khalayak aktif dalam menggunakan media dengan kriteria yang dijelaskan oleh teori *Uses and Gratification*. *Utility* yakni pendengar Radio Mutiara FM dapat menempatkan media ke dalam berbagai fungsi penggunaannya diantaranya adalah edukasi, hiburan dan informasi.

Berbicara mengenai strategi komunikasi dalam sebuah program radio untuk meningkatkan jumlah pendengar maka hal yang juga harus dilihat adalah respon dari pendengar radio tersebut, karena pendengar juga merupakan unsur yang penting dalam kelanjutan sebuah media radio.

Dengan memperhatikan beberapa hal dalam penerapan strategi komunikasi penyiar dalam programnya, Radio Kiss Fm memandang bahwa radio akan bertahan apabila mendapatkan respon yang baik dari masyarakat. tentunya untuk mendapatkan respon baik maka harus dihadirkan sebuah inovasi yang menarik juga tidak hanya programnya saja tetapi bagi penyiarinya juga. Dalam mengetahui respon pendengar, banyak cara untuk mengetahuinya salah satunya yaitu dengan menggunakan bantuan media sosial. Seperti yang disampaikan oleh Deni sebagai berikut :

”Alhamdulillah untuk respon dari pendengar sendiri secara keseluruhan cukup baik. Ini terlihat dari pesan yang masuk melalui instagram pribadi saya. Mereka mengirim pesan ketika saya memposting insta story tentang saya seputar Radio Kiss Fm. Mereka mengatakan bahwa tiap penyiar yang ada di Radio Kiss Fm memiliki karakter yang unik dan pembawaan yang nyaman membuat mereka selalu menunggu siaran program favorit mereka beserta penyiar yang mereka tunggu untuk membawakannya”. Hal ini berdasarkan apa yang disampaikan oleh pendengar. Adanya responn baik dari pendengar ini tentunya mempunyai dampak yang

besar bagi masa depan Radio Kiss Fm Jember. Respon baik dari pendengar juga dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pemasangan iklan yang bekerja sama dengan Radio Kiss Fm Jember serta para pendengar lagu yang setiap harinya selalu bertambah ketika meminta request lagu yang mereka inginkan. Peneliti juga menghadirkan wawancara dengan beberapa pendengar Radio Kiss Fm. Berikut hasil wawancaranya :

Wawancara dengan pendengar pertama Dewi Aristiani warga
Bangsalsari Jember

“Sebelumnya saya tidak pernah mendengarkan Radio Kiss Fm Jember ini, namun pada saat itu saya tidak sengaja mendengarkannya ketika saya sedang istirahat di kantin sekolah. Ternyata setelah saya mendengarkannya sendiri dirumah, pemikiran saya tentang Radio yang membuat jenuh langsung berubah, itu karena penyiarnya yang bagus dan enak pembawannya, juga program – program siaran mereka cocok banget buat kaum milenial.”⁴³ Alasan – alasan yang senada juga disampaikan oleh pendengar selanjutnya.

Wawancara dengan penyiar kedua Qomariyah warga Tanggul
Jember

“saya suka mendengarkan Radio Kiss Fm ini karena awalnya diberitahu saudara saya, sejak itu saya ketika beraktivitas sebagai Ibu rumah tangga selalu mendengarkan Radio Kiss Fm ini untuk menemani kegiatan saya.”⁴⁴

Wawancara pendengar ketiga Erna Wati warga Jatiroto Lumajang

“saya suka mendengarkan Radio Kiss Fm karena penyiarnya ada yang lucu, selain itu saya suka juga programnya yang memutar musik era 90-an, bernostalgia dengan masa lalu rasanya.”⁴⁵

Hasil wawancara pendengar keempat Vayla Sufah Selma Madura

“kalau mau cari Radio yang milenial Radio Kiss Fm memang cocok untuk rekomendasi, gaya penyiarnya yang anak muda banget

⁴³ Dewi Aristiani, Wawancara Offline, 9 Juli 2021

⁴⁴ Qomariyah, Wawancara Offline, 10 Juli 2021

⁴⁵ Erna Wati, Wawancara Offline, 12 Juli 2021

plus programnya yang menghibur dijamin bisa membuat pikiran kalian tentang radio yang monoton bisa berubah.”⁴⁶

Hal yang serupa juga disampaikan oleh pendengar yang berprofesi sebagai mahasiswa, adanya kebutuhan tertentu membuatnya tertarik untuk mendengarkan radio Kiss Fm Jember

Wawancara dengan pendengar kelima Binti Nurhayati mahasiswa Fakultas Tarbiyah UIN KHAS Jember

“saya orang yang lebih suka mendengarkan daripada membaca ya, saya juga menyukai musik atau lagu – lagu lama, dan kebetulan teman saya merekomendasikan Radio Kiss Fm ini karena di dalamnya terdapat program musik era 90-an. Satu hal lagi yang bikin saya tertarik adalah pembawaan dari salah satu penyiar yaitu Kak Devi, yang mana suara beliau itu memiliki ciri khas tersendiri sehingga membuat saya suka mendengarkan kalau dia lagi siaran”

Dalam hasil wawancara dengan pendengar telah didapatkan data tentang beberapa hal yang menjadi alasan bagi pendengar untuk mendengarkan atau tidak mendengarkan program di Radio Kiss Fm Jember. Respon yang beragam ini ditentukan oleh banyak hal seperti, pemilihan waktu siar, pemilihan materi, kebutuhan dan latar belakang masyarakat. Selain hal tersebut, kualitas radio juga menentukan pemilihan yang dilakukan oleh pendengar Radio Kiss Fm.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴⁶ *Vayla Sufah Selma, Wawancara Offline, 20 Juli 2021*

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang bersumber dari data hasil observasi, wawancara dan komunikasi tentang “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss Fm Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Jember” maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gaya siaran yang dibawakan oleh Penyiar Radio Kiss Fm Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Jember telah memperhatikan apa yang seperti dikatakan oleh Harold D. Laswell yakni apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya. Kendala yang ditemukan dalam penerapan gaya ini adalah mengatur emosi yang ada pada diri sendiri. Karena ketika suasana hati penyiar sedang tidak baik – baik saja, hal itu dapat mempengaruhi cara pembawaan acara siaran sehingga kurang maksimal. Secara keseluruhan Gaya Pembawaan Penyiar Radio Kiss Fm yang diterapkan saat melakukan siaran untuk meningkatkan jumlah pendengar telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan para penyiar.
2. Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss Fm Jember Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Jember

With What Effect (efek apa yang diharapkan) Efek adalah sesuatu yang timbul pada saat berkomunikasi atau setelah terjadinya komunikasi.

Efek yang diharapkan dalam penerapan strategi komunikasi ini merupakan tujuan dari strategi komunikasi.

Perkembangan teknologi membuat media mudah sekali masuk diantara tengah-tengah masyarakat dan juga sangat mudah mempengaruhi masyarakat. Hal ini bisa menjadi peluang tersendiri bagi penyiar Radio Dais Semarang yang menggunakan media sebagai tempat menyapa dan juga sebagai tempat promosi pada khalayak seperti di Facebook, dan instagram.

3. Respon pendengar Terhadap Penyiar dan Program siaran di Radio Kiss Fm cukup beragam, hal tersebut ditentukan oleh latar belakang, kebutuhan serta kepuasan dari pendengar. respon pendengar Radio Kiss Fm cukup beragam namun secara keseluruhan dapat dikatakan cukup baik.

B. SARAN – SARAN

1. Kepada Radio Mutiara FM hendaknya lebih meningkatkan lagi untuk kualitas suara dan frekuensi dari radio, karena hal ini sangat menentukan ketertarikan pendengar untuk mendengarkan radio.
2. Kepada para Penyiar Radio Kiss Fm Jember agar tetap berpegang teguh dengan prinsip – prinsip Gaya pembawaan serta Strategi Komunikasinya agar tetap bisa mempertahankan eksistensi Radio Kiss Fm Jember

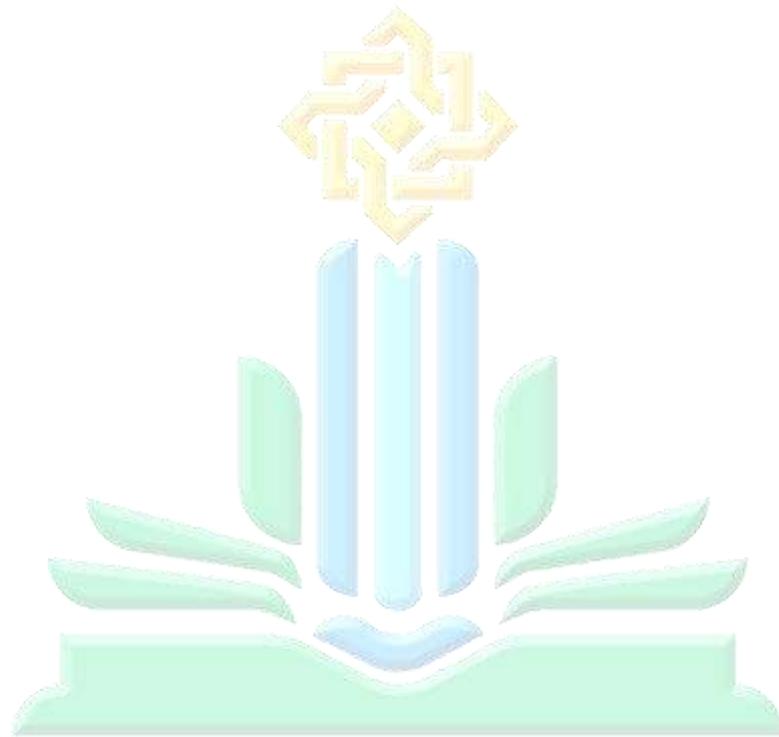
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Rendy Chrisari, Muhammad Miftahur Royyan, "Eksistensi Radio Swasta di Jember – Jawa Timur Pada Era Digital," *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis*, (Oktober, 2017): 365-371
- Asep Syamsul M. Romli, *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*. (Bandung: Nuansa Cendika 2017). Hal 15.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm 68-69
- Elvinaro, Ardianto, dan Lukiaty, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h.7
- Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), hlm. 2
- Harley Prayudha, *Radio: Penyiar It's Not Just A Talk*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2006) h. 9-10
- Irawanti Said, Irawanti Said, *Fungsi Sosial Siaran Radio* (Cet: Pertama, Alauddin University Press, 2012), h. 140 (Cet: Pertama, Alauddin University Press, 2012), h. 140
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012), hlm 184
- Masduki, *Jurnalisme Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar* (Yogyakarta: LkiS, 2001), h.99.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada 2014), hlm 2.
- Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Cet, IV; Bandung: Penerbit Alumni, 1986) h. 107
- Profil radio Kiss FM Jember, <https://www.kissfmjember.com>, diakses pada 9 April 2021
- Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Depok, PT Raja Grafindo Persada, 2019), Hlm 19
- Safa'atun, Skripsi: "Strategi Komunikasi Radio Dais 107.9 Fm Semarang Dalam Siaran Streaming", (Semarang: UIN WALISONGO Semarang, 2015), hlm 16-18.
- Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 7.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm 3.

Vanessa Agusta Gogali dan Muhammad Tsabit, *Eksistensi Radio Dalam Program Podcast di Era Digital Konten*. Universitas Bina Sarana Informatika. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol 3, No 21. hal 64



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Ika Fitri Nurwati

NIM : D20171012

Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwh

Institusi : Universitas KH. Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian /karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 6 April 2022

Saya menyatakan



Ika Fitri Nurwati
NIM. D20171012

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

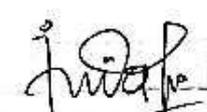
Nama : Ika Fitri Nurwati
Nim : D20171012
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Instansi : UIN KHAS Jember

Telah selesai melakukan pengambilan data dan penelitian di K Radio Jember dengan judul "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss Fm Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Jember

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Jember, 12 Desember 2021

Station Manager

a/n 

J E M B E R
(INDAH HARHANTI)

DOKUMENTASI





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HADDIQQ



BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : IKA FITRI NURWATI
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 15 Januari 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Dsn. Pucu'an Ds. Sidomulyo Rt 002 Rw 001
Kecamatan Semboro Kabupaten Jember

Riwayat Pendidikan

1. SD : SDN Sidomulyo 01
2. SMP : SMP Negeri 01 Tanggul
3. SMA : SMAU BPPT Darius Sholah Jember
4. Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R