

# STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO SLA FM 105.6 MHZ TAKENGON KABUPATEN ACEH TENGAH DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR

Dinda Helsa Novia<sup>2)</sup>, dan Besti Rohana Simbolon<sup>2)</sup>

Universitas Darma Agung, Medan<sup>1,2)</sup>

E-Mail :

prodikomunikasi8@gmail.com<sup>1</sup>rohanasimbolon@gmail.com<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi penyiar dalam meningkatkan minat pendengar. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan pengumpulan dokumen. Lalu data tersebut diklarifikasikan kedalam kategori-kategori tertentu. Objek penelitian menggunakan informan, yaitu key informan, informan biasa dan informan tambahan yaitu 10 orang informan. Empat orang penyiar sebagai Key infroman, dua orang staff sebagai informan biasa, dan empat orang pendengar sebagai informan tambahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyiar menggunakan berbagai strategi komunikasi dalam meningkatkan minat pendengar, yaitu strategi kesesuaian, strategimenggunakan bahasa Persuasif, strategi dayapenarik pendengar, dan strategi pembentuk kebiasaan. Pendengar berminat dan menikmati siaran informasi dan hiburan yang disajikan oleh radio SLA Fm karena penyiar selalu memberikan yang terbaru.

**Kata Kunci :Strategi komunikasi, Penyiar, Radio, SLA FM 105.6 MHZ**

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Effendy (2008 : 107) menyatakan bahwa radio siaran mendapat julukan "kekuasaan kelima" atau the fifth estate, setelah pers yang dianggap sebagai "kekuasaan keempat" (the fourth estate). Ada tiga hal yang mendukung radio dijuluki sebagai kekuasaan kelima, yaitu : (1) radio siaran bersifat langsung; (2) radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan; (3) radio siaran memiliki daya tarik.Siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa tutur. Hal ini karena radio siaran merupakan media massa auditif. Bahasa yang digunakan haruslah bahasa yang nyaman di telinga pendengar, dan selaras dengan target atau segmentasi radionya.

Selain itu, penyiar juga sangat berperan sebagai ujung tombak radio,karena berinteraksi langsung dengan pendengaryang menentukan diminati atau tidak diminatinya siaran dari radio tersebut. Dalam bahasa Inggris, penyiar disebut *announcer*(arti harfiyah: orang yang mengumumkan). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penyiar adalah orang yang

menyiarkan atau penyeru pada radio.Penyiar bertugas menyebarkan (syiar) suatu atau lebih informasi yang terjamin akurasiya dengan menggunakan radio dengan tujuan untuk diketahui oleh pendengarnya, dilaksanakan, dituruti, dan dipahami. (M. Habib Bari).

Di dataran tinggi kota Takengon Kabupaten Aceh Tengah, terdapat beberapa Radio yang masih setia menghibur dan memberikan informasi kepada pendengar. Diantaranya Amanda Fm, Dhien Fm dan SLA Fm. Dari ketiga Radio tersebut yang paling luas jangkauannya adalah SLA Fm yang sudah mencakup 3 kabupaten yaitu Aceh Tengah, Bener Meriah, dan Gayo Lues. Program acara yang disiarkan oleh SLA Fm sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang ada di Takengon, yang menyiarkan lagu-lagu daerah terkini dan lagu-lagu internasional. SLA FM termasuk Radio yang menjaga hubungan sosial yang tinggi, karena sering melakukan kegiatan sosial seperti membantu orang-orang yang terkena musibah, menjalin silaturahmi dengan panti asuhan, dan lain-lain. SLA Fm memiliki rating

pendengar yang tinggi. Hal ini tercapai dari berbagai strategi yang dilakukan penyiar untuk berkomunikasi dengan pendengar sehingga penyiar dapat merangkul pendengarnya sesuai dengan format siaran radio tersebut.

Banyak pendengar di Takengon yang bergabung dan merespon Radio SLA Fm sehingga rating dari setiap program tersebut meingkat. Maka berdasarkan prestasi yang dimiliki oleh Radio SLA Fm, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang penyiar program yang terus menjalin komunikasi dengan pendengar melalui strategi yang diterapkan terutama pada saat siaran. Setiap penyiar mempunyai jadwal masing-masing untuk siaran, dengan jam-jam saat istirahat pada siang hari dan juga pada sore hari dengan tujuan untuk menciptakan keakraban, kehangatan, dan kedekatan sehingga ikatan kebutuhan dan saling ketergantungan menjadi sangat kuat.

Program radio disesuaikan segmentasi yang masuk untuk kategori semua usia mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, baik itu pria dan wanita mulai dari usia 7-60 tahun. Radio SLA Fm mempunyai karakteristik sebagai radio hiburan yang menginformasikan lagu yang diminati oleh para pendengarnya. Dengan program acara ulang yang disesuaikan kategori umur dan minat jenis lagu membantu Radio SLA Fm menghadapi persaingan dari banyaknya stasiun radio yang bermunculan di kota Takengon.

## 1.2. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah ini, dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut **“Bagaimana Strategi Komunikasi Penyiar Radio Sla Fm 105.6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar?”**.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2. 1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Effendy, 2003; 301). Menurut R.

Wayne Pace, Brent D Peterson dan M. Dallas Burnet dalam bukunya *Technique for effective communication*, menyatakan bahwa yang menjadi tujuan sentra strategi komunikasi meliputi *to secure understanding, to acceptance and to motive action*.

Strategi komunikasi oleh Harold Lasswell dapat menerangkan kegiatan komunikasi dengan menjawab pertanyaan *“Who says what in wich channel to whom what with what effect?”*. Artinya bahwa siapakah komunikatornya, pesan apa yang disampaikan, media apa yang digunakan, siapa komunikatornya serta efek apa yang diharapkan juga diperhitungkan. Menurut teori Cutlip dan Center, pesan meliputi berbagai hal yang dikenal dengan *The 7C’s of Comunnication*, yaitu (Rosady, 2007: 122) :

- a. *Credibility* (Kepercayaan) Komunikasi itu dimulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh untuk melayani publiknya yang memiliki keyakinan dan respect.
- b. *Contex* (Konteks) Menyangkut sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial, pesan yang harus disampaikan dengan jelas serta sikap partisipatif.
- c. *Content* (Isi) Pesannya menyangkut kepentingan orang banyak/publik sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat.
- d. *Clarity* (Kejelasan) Pesan harus disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti, serta memiliki pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikan dalam hal maksud, tema dan tujuan semua pihak.
- e. *Continuity and consistency* (Kontinuitas dan Konsistensi) Komunikasi merupakan proses yang tidak pernah berakhir, oleh karena itu dilakukan secara berulang-ulang dengan variasi pesan. Dengan cara demikian untuk mempermudah proses

belajar, membujuk dan tema dari pesan-pesan tersebut harus konsisten.

- f. Channels (Saluran) mempergunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran. Pemakaian saluran media yang berbeda akan berbeda pula efeknya. Dengan demikian seorang komunikator harus dapat memahami perbedaan dan proses penyebaran informasi secara efektif.
- g. Capability of the Audience (Kapabilitas Khalayak) Memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Komunikasi dapat menjadi efektif bagi masyarakat bila berkaitan dengan faktor-faktor yang bermanfaat seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan pengembangan pengetahuan.

## 2. Komunikasi massa

Komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Bittner-1980). Batasan komunikasi massa ini lebih menitikberatkan pada komponen-komponen dari komunikasi massa yang mencakup pesan-pesan, dan media massa (seperti koran, majalah, radio, tv dan film) serta khalayak.

Wilbur Schramm (Komala, dalam Karlinah. 1999) mengatakan bahwa untuk berlangsungnya suatu kegiatan komunikasi, minimal diperlukan tiga komponen yaitu *source*, *message*, *destination*, atau komunikator, pesan, komunikan. Apabila salah satu dari ketiga komponen tersebut tidak ada, maka komunikasi tidak dapat berlangsung.

Komunikasi massa menurut Tan dan Wright dalam Liliwei (1991) merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) alam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh berpencar, sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu.

Menurut Wright (1956) komunikasi massa didefinisikan dalam tiga ciri :

- a. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen dan anonim.
- b. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk mencapai sebanyak mungkin audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
- c. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks dengan biaya yang besar.  
Fungsi komunikasi massa adalah sebagai berikut :
  - a. Penafsiran (*interpretation*). Fungsi penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditunjukkan kepada khalayak, serta dilengkapi perspektif berita
  - b. Pertalian (*linked*). Dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
  - c. Penyebaran nilai-nilai (*transmission of Values*). Dengan cara media massa itu didengar, dan memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa saja yang diharapkan oleh mereka.
  - d. Hiburan (*entertainment*). Televisi dan Radio sudah jelas ada fungsi hiburan. Sedangkan surat kabar, majalah dalam bentuk rubrik-rubrik hiburan selalu ada, misalnya cerita pendek, cerita panjang atau cerita bergambar (Ardianto, 2004:87).
  - e. Fungsi informasi. Media massa berfungsi sebagai penyebar informasi bagi pendengar, pembaca atau pemirsa.
  - f. Fungsi mempengaruhi. Secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel dan sebagainya.
  - g. Fungsi pendidikan dengan melalui pengajaran etika, nilai, serta aturan-aturan yang berlaku bagi pembaca, pendengar atau pemirsa.

- h. Fungsi proses pengembangan mental berkaitan dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia.
- i. Fungsi memanipulasi lingkungan, berusaha untuk mempengaruhi, komunikasi yang digunakan sebagai alat kontrol utama dan pengatur lingkungan.
- j. Fungsi adaptasi lingkungan agar khalayak dapat beradaptasi dengan lingkungannya dengan dibantu oleh media massa, ia bisa lebih mengenal bagaimana keadaan lingkungannya melalui media massa.
- k. Fungsi meyakinkan (*to persuade*).
  - Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang.
  - Mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang.
  - Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu (Effendi, 2003:29).

Karakteristik Komunikasi Massa menurut William R. Rivers dkk :

1. Satu arah.
2. Selalu ada proses seleksi (khalayak).
3. Menjangkau khalayak luas.
4. Membidik sasaran tertentu, segmentasi.
5. Dilakukan oleh institusi sosial (lembaga media/pers); media dan masyarakat saling memberi pengaruh/interaksi.

McQuail menyebut ciri utama komunikasi massa dari segi :

1. Sumber : bukan satu orang, tapi organisasi formal, "sender"-nya seringkali merupakan komunikator profesional.
2. Pesan : beragam, dapat diperkirakan, dan diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak, sebagai produk dan komoditi yang bernilai tukar.
3. Hubungan pengirim-penerima bersifat satu arah, impersonal, bahkan mungkin selalu sering bersifat non-moral dan kalkulatif.
4. Penerima merupakan bagian dari khalayak luas.

5. Mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dengan banyak penerima.

### 3. Radio

Radio merupakan teknologi yang menggunakan cara modulasi dan radiasi gelombang elektromagnetik yang melintas dan juga merambat melalui udara. Dapat merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan sebuah medium pengangkut, seperti molekul udara.

Berbeda dengan media cetak, pembaca bisa mengulang bacaan yang sudah dibaca bahkan untuk beberapa kali. Tetapi radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. (Indah R, dkk; 2014)

Karakteristik Radio :

1. Auditori : Karena untuk didengar, isi siaran bersifat sepiantas lalu dan tidak bisa diulang.
2. Transmisi : proses penyampaian informasi melalui pemancar (transmisi)
3. Mengandung gangguan : Gangguan timbul-tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis seperti *channel noise factor*.
4. Theater of mind : Sifatnya yang auditif, radio mencipta gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara.
5. Identik dengan music : Ada daya *surprise* seketika, karena pendengar biasanya tidak mengetahui lagu apa yang akan di hadirkan.

### 4. Deskripsi Radio SLA FM 105,6 MHz

Radio SLA Fm 101.3 Mhz berdiri didataran tinggi Kota Takengon Kabupaten Aceh Tengah tepatnya dijalan Lebe-Kader Paya Tumpi. Berdiripada tanggal 1 Maret 2008 dengan nama perusahaan PT. Radio Suara Louser Antara dengan penanggung jawab/owner Radio Dafruddin, SH.

Namun dengan seiring berjalannya waktu frequency radio berubah menjadi 105.6 MHz pada tahun 2014 hingga saat ini, Lembaga Penyiaran Swasta Radio SLA FM dibawah management Devi Kamari dan Deddy enesthe (Februari 2014) yang membawa konsep : Media informasi dan hiburan keluarga anda, Radio SLA

Fm setia menemani pendengarnya dengan program acara yang sesuai dengan kebutuhan mereka melalui format musik dan sajian informasi dengan motto Lebih dekat dengan pendengar dan menyuarakan suara Gayo.

### 5. Penyiar

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

Seorang penyiar harus mampu membedakan yang problematis sampai ringan. Tingkat ketajaman analisa dan cara membahas topik, materi kata pembuka/sapaan/penutup, kata-kata yang menjadi ciri khas, serta tingkat keberanian dalam mengungkapkan kebenaran. Tentu saja dalam proses membentuk citra dirinya, seorang penyiar akan sangat dipengaruhi oleh citra stasiun radio tempatnya bekerja, serta segmentasi dan kebutuhan *audiencenya*. Perhatian seorang penyiar mungkin akan tersita pada banyak hal, akan tetapi fokus utamanya saat tampil adalah:

1. Menjaga kontinuitas acara (tanpa *blank/dead-air*).
2. Melakukan interaksi dengan *audience* dan meninggalkan kesan bagus.
3. Menghubungkan antara satu komponen acara dengan komponen lainnya.

4. Mempersembahkan “*show*” sesuai konsep acara atau perusahaan.

5. Mengupayakan agar *audience* tetap setia mendengarkan dan menantikan interaksi berikutnya dengan radio yang bersangkutan. (Junor Audi-Media, 2009).

### 6. Langkah-langkah Strategi (Perencanaan) Radio SLA FM 105.6 MHz

Pimpinan Perusahaan (Owner) dan penyiar serta semua staff pegawai, setiap minggu sekali pada hari Sabtu selalu bertemu untuk membahas kegiatan dalam minggu kalau ada yang kurang baik dan perlu perbaikan dan saran. Selain itu, setiap 6 bulan sekali membuat jadwal (schedule).

#### a. Perencanaan untuk yang akan datang :

- Berita yang terbaru (*Uptodate*)
- Cara menjalin kedekatan dengan pendengar
- Meningkatkan Kerja Penyiar atau staff yang akan bertugas

#### b. Perencanaan yang sedang dilakukan :

- Penyiaran yang baik
- Latihan sebelum on air
- Fokus saat menyiarkan
- Siaran secara uptude

### 7. Pendengar

Dalam penelitian ini yang menjadi khalayak adalah pendengar radio. Pendengar adalah sasaran komunikasi massa melalui media radio siaran. Komunikasi dapat dikatakan efektif, apabila pendengar terpicat perhatiannya, tertarik terus minatnya, mengerti, tergerak hatinya dan melakukan kegiatan apa yang diinginkan si pembicara. Pendengar adalah massa, sejumlah orang yang sangat banyak yang sifatnya heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat; di kota dan di desa, di rumah, pos tentara, asrama, warung kopi, dan sebagainya. Pendengar berbeda jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan taraf kebudayaan.

### 8. Sifat Pendengar Radio

Sifat pendengar radio itu meliputi: kesukaan, kegemaran, kebiasaan, minat dan keinginan (Effendy, 1990, pp. 85-87). Untuk itu ciri-cirinya sebagai berikut:

- a. *Heterogen* : Pendengar tersebar di berbagai tempat dan sangat beragam latar belakangnya. Maka radio mencoba membatasi sasaran pendengarnya agar lebih homogen dengan membuat pembatasan sasaran berdasarkan Geologis : Keadaan daerah; Geografis : Letak daerah; Demografis : Kondisi kehidupan penduduk di daerah tersebut; Psychografi : Menyangkut gaya hidup dan selera masyarakat (Muchtart, 1999). Oleh karena itu penyiar harus mampu memilih gaya bahasa yang disampaikan.
- b. *Personal* : isi pesan akan diterima dan dipahami secara personal (pribadi) sesuai dengan situasi pendengar itu berada dan kondisinya ketika mendengarkan siaran radio.
- c. *Aktif*: Pendengar radio ternyata aktif mendengarkan sesuatu yang menarik, aktif berpikir dan aktif melakukan interpretasi.
- d. *Selektif*: Pendengar akan memilih program radio yang disukainya. Stasiun radio yang tidak memiliki selera pendengar, sudah pasti akan ditinggalkan oleh pendengar.

### 9. Teori Uses And Gratification

Teori *Uses and Gratification Model* merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media untuk memenuhi kebutuhannya yang memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan individu.

Katz, Blumler & Gurevitch menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori *Uses and Gratifications*, yaitu :

1. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak dalam penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak.

3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya.
4. Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

*Uses and Gratifications model* meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Penelitian yang menggunakan *uses and gratifications model* memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan. McQuail (pada Betty-Soemirat, dalam Karlinah, dkk. 1999) mengatakan ada dua hal utama yang mendorong munculnya pendekatan penggunaan ini. Pertama, ada posisi terhadap pandangan deterministik tentang efek media, terutama terjadi pada sosiolog di Amerika. Kedua, ada keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa.

## III. METODE PENELITIAN

### 1. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Nasir (2003;105), sebagai suatu metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu kondisi, suatu pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai yang diteliti dan melakukan hubungan terhadap variabel yang diteliti.

### 2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Radio SLA FM 105.6 Mhz yang beralamat di jalan Lebe Kader, Paya Tumpi, Takengon Kabupaten Aceh Tengah. Waktunya dimulai di bulan Juni sampai September 2017.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara yaitu *Interview*

(wawancara) untuk mendapatkan data informan yang merupakan orang-orang yang terkait langsung dalam penelitian ini dengan harapan dapat memberikan informasi yang akurat.

Wawancara yang digunakan adalah wawancara yang terstruktur, dimana proses wawancara dilakukan secara terencana dengan *interview guide* sebagai panduan. Informan penelitian ini meliputi tiga macam yaitu :

1. Informan kunci (*Key information*), yaitu yang memiliki informasi pokok dalam penelitian ini.
2. Informan biasa, yaitu yang terlibat secara langsung untuk diteliti.
3. Informan tambahan, yaitu yang memberikan informasi namun tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang sedang diteliti.

#### **4. Teknik Sampling**

Penelitian ini menggunakan *Purposive sampling* untuk menentukan informan yang didasarkan pada tujuan dan pertimbangan tertentu yang tetap berhubungan dengan permasalahan penelitian. Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah:

1. **Informan kunci** yaitu 4 orang. Mereka adalah Penyiar pagi hingga malam hari di Radio SLA FM. Yaitu
  - a. Bapak Yasman Solida : Kepala penyiar & penyiar pada malam hari
  - b. Bapak Karmiadi : Penyiar pada malam hari
  - c. Ibu Yuliana : Penyiar pada Pagi atau siang hari
  - d. Ibu Wulan : Penyiar pada pagi hari
2. **Informan biasa** yaitu 2 orang staff Radio SLA FM mempunyai 6 staff , saya hanya meneliti 2 orang staff karena mereka ini yang paling lama bekerja di radio SLA FM kurang lebih selama 4 tahun.
3. Informan tambahan yaitu 4 orang. Mereka adalah Pendengar Radio SLA FM pada saat siang hari maupun malam hari yaitu :
  - a. Yusra wijaya.
  - b. Kevin
  - c. Asrinawati
  - d. Irham sahri

Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan jenis observasi berperan serta yaitu peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. (Margono, 2007:159).

Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan dengan menyimpan data-data yang telah dikumpulkan peneliti terkait dengan penelitian ini. Data hasil dokumentasi yang ada di radio Sla FM dan buku yang terkait. Dokumentasi dengan mempelajari buku yang berhubungan dengan masalah penelitian yang terdahulu atau pola penelitian ulangan, literatur yang berkaitan dengan objek yang diteliti (Nazir, Moh 2003).

#### **5. Analisis Data**

Analisis data kualitatif dimulai dari analisis berbagai data yang berhasil dikumpulkan periset dilapangan. Data tersebut terkumpul baik melalui observasi, wawancara mendalam dan data tersebut diklarifikasikan kedalam kategori-kategori tertentu, pengklarifikasian atau pengkategorian ini harus mempertimbangkan kevalidan dengan memperhatikan kompetensi subjek penelitian.

#### **IV. Hasil Penelitian**

##### **1. Visi, dan Misi Radio SLA FM**

###### **Visi :**

Menjadikan radio penyedia pelayanan informasi, dan hiburan yang efektif dan tepat waktu bagi masyarakat dataran tinggi tanah Gayo dengan semangat kenetralan, kemanusiaan, dan kemandirian.

###### **Misi :**

- Menyebarluaskan dan mengembangkan informasi terpadu yang menjunjung tinggi nilai-nilai adat, kesopanan, dan agama.
- Melaksanakan pelayanan informasi dan hiburan yang bermutu yang meliputi keanekaragaman tanpa menghilangkan nilai-nilai kebudayaan masyarakat.
- Merancang dan melakukan kegiatan sosial, keagamaan, olah raga dan pembangunan sumber daya manusia khususnya Takengon.

- Melakukan konsolidasi, pengorganisasian serta kemitraan dengan pemerintah daerah dan lembaga lainnya guna penjamin informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia..

## 2. Uraian Hasil Wawancara

Penelitian dilakukan dengan mewawancarai secara langsung dan mengamati 10 informan. Para informan yang berhasil di wawancarai yaitu 4 orang penyiar, 2 orang staff pegawai radio dan 4 orang pendengar radio SLA FM 105.6 MHz Takengon.

Wawancara ini dilakukan ditempat yang berbeda-beda, hal ini dikarenakan kesepakatan yang terjadi sebelumnya antara peneliti dengan informan. Waktu wawancara juga disesuaikan dengan waktu yang bisa diluangkan oleh masing-masing informan. Karakteristik dan Identitas keseluruhan bisa dilihat di pada tabel di Halaman berikutnya.

### a. Key Informan (1)

Respon yang pertama saya dapatkan dari Bapak Yasman solida, yang mengatakan bahwa ia menggunakan strategi kesesuaian, yaitu acara yang masuk pada program tersebut sesuai dengan karakter kaula tua, muda dan anak-anak. Kemudian ia membuka sapaan kepada pendengar dalam bahasa gayo yaitu “Serinen” yang artinya Kakak atau Abang sebagai rasa persaudaraan. Agar pendengar tetap setia dan mendengarkan dan menantikan siarannya, ia mengatakan program yang disiarkan harus berubah-ubah dan bervariasi agar pendengar tidak jenuh.

Selain itu ia juga mengatakan jika masalah candaan dari penelepon itu sudah banyak dan sudah biasa, ya tergantung kita bagai mana menyikapinya, yang pasti harus sabar dan harus lebih pintar dari pendengar karena terkadang pendengar hanya mengetes kemampuan penyiar. Dalam Radio ini juga sering mengadakan reuni antara penyiar dan pendengar, untuk terus menjalin silaturahmi yang baik.

### Key Informan 2

Key Informan kedua adalah Bapak Karmiadi, seorang penyiar radio. Ia mengatakan salah satu strategi yang digunakan adalah bahasa persuasif yang bersifat membujuk. Penyiar radio saat menyiarkan harus tidak memiliki beban dan penyiar harus bersifat keremajaan, pembawaan yang tidak terlalu muda dan tidak terlalu tua. Dan ia juga menggunakan bahasa yang tidak terlalu baku terkadang ia menggunakan bahasa daerah gayo untuk lebih dekat dengan pendengar. Kalau

strateginya agar penengar tetap setia menantikan siarannya, maka isi dari yang ia siarkan haruslah up to date. “Sebelum menyiarkan terlebih dahulu ditinjau termasuk lagu-lagu terbaru, jika lagu-lagu daerah akan diputarkan juga namun dikemas lebih menarik lah agar pendengar tidak bosan” ujar Bapak Karmiadi. Ia juga mengatakan jika candaan yang dilontarkan para pendengar melalui telepon negatif tidak lah terlalu direspon dan akan kita alihkan ke pembahasan yang lain. “Di setiap kesempatan kami sering melakukan kopdar dengan para pendengar untuk lebih akrab. Kami sering berkumpul di salah satu warung kopi yang mudah dijangkau oleh siapa saja ataupun diwaktu-waktu tertentu seperti bulan ramadhan kami mengadakan acara buka bersama dengan panti asuhan dan para pendengar yang bersedia ikut bergabung”, katanya.

### Key Informan 3

Key Informan ketiga adalah Ibu Yuliana sebagai penyiar ia mengatakan, bahwa strategi yang ia gunakan adalah strategi daya untuk menarik pendengar, jadi setiap acara memiliki daya tarik yang berbeda, yang konsepnya memenuhi kebutuhan pendengar. baik itu hiburan ataupun informasi. Kemudian ia juga mengatakan bahwa bahasa yang ia gunakan saat siaran harus jelas dan juga tidak terlalu menggunakan bahasa baku. Untuk meninggalkan kesan yang bagus terlebih dahulu ia menyapa pendengar sebagai pembuka dan juga penutup saat siaran akan berakhir, dan jadilah penyiar yang ramah. Sedangkan strateginya agar pendengar terus setia dengan membawakan



program acara yang berbeda-beda dan jika menyikapi candaan dari penelepon dengan positive saja dan untuk menjalin keakraban kami senang reuni dengan pendengar di halaman kompleks radio SLA FM sambil menikmati kopi khas Gayo.

#### **Key Informan 4**

Key informan keempat adalah Ibu Wulan sebagai penyiar, ia mengatakan bahwa ia menggunakan strategi pembentukan kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Pendengar akan mendengarkan atau memperhatikan bagian mana yang akan menjadi bagian favoritnya. Oleh karena itu penyajian setiap program dilakukan secara rutin selalu sama waktunya pada jangka waktu tertentu dan program yang unik dalam menyajikan informasi dan hiburan. Kemudian ia menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pendengar, terlebih ia melakukan latihan sebelum *on air*. Selanjutnya Ibu Wulan mengatakan, agar siarannya berkesan ia harus bersikap ramah pada saat siaran ataupun saat tidak siaran kepada pendengar. Pastinya dengan segment yang berbeda-beda, agar pendengar tidak bosan, dan jika saya menghadapi pendengar yang menelpon dan bercanda saya bersikap lebih sabar dan menyikapinya dengan ceria, untuk lebih dekat dengan pendengar selain mengadakan reuni pihak radio juga ikut terjun kelapangan untuk acara-acara sosial.

#### **b. Informan Biasa (1)**

Informan biasa pertama adalah Bapak Joharsyah sebagai staff Radio SLA Fm, ia mengatakan bahwa setiap penyiar haruslah tepat waktu dan disiplin, karena sebelum *onair* 15 menit harus ada distudio, dan ia juga pernah dilibatkan dalam suatu acara, sedangkan untuk peningkatan rating mereka terus melakukan berbagai terobosan agar terus bersaing dengan radio swasta lainnya, dengan menyuarakan suara Gayo karena masyarakat disini mayoritasnya adalah bersuku Gayo. “Untuk menghadapi masalah cuaca/petir, kami segera mungkin

mengoffairkan siaran setelah itu baru kami melanjutkan kembali” paparPak Joharsyah.

#### **Informan Biasa (2)**

Informan biasa kedua adalah Ibu Ida, ia juga bekerja sebagai staff di radio SLA Fm, ia mengatakan hal yang serupa dengan bapak Joharsyah. Bahwa penyiar haruslah tepat waktu dan disiplin, Kalau untuk meningkatnya rating ia mengatakan salah satu program yang dijalankan yaitu bekerja sama dengan pengiklan, dan program yang menonjol adalah yang bersifat dakwah, informasi seputan daerah dan juga hiburan lagu-lagu yang terbaru. Dan ia juga mengatakan hal yang serupa dengan apa yang dikatan bapak Joharsyah sebagai infroman biasa pertama.

#### **c. Informan Tambahan (Pendengar 1)**

Informan tambahan pertama adalah sebagai pendengar. Yusra mengatakan bahwa strategi penyiar adalah dengan menyiarkan musik terbaru. “saya menikmati strategi yang diberikan Penyiar yang membawakan siaran pada malam hari dengan pembawaannya yang cukup selow, bahasa yang digunakan pun mudah dipahami,” katanya. Menurutnya lagu-lagu yang disiarkan pun cukup *up to date*, begitu juga informasi-informasi yang ia dengar. Menurutnya Radio SLA Fm sendiri radio yang seru, karena lagu-lagu yang disiarkan sesuai dengan karakter anak muda.

#### **Informan Tambahan (Pendengar 2)**

Informan tambahan kedua adalah sebagai pendengar yang bernama Kevin, ia bekerja sebagai pedagang yang sering mendengarkan radio disaat toko nya sedang sepi pelanggan, Menurutnya strategi yang diberikan penyiar sesuai dengan kalangan pendengar tak hanya hiburan tetapi juga informasinya. Penyiar melakukan siaran dengan baik kata-kata yang digunakan mudah dipahami, dan juga sering menggunakan bahasa gayo sehingga kami merasakan kearabannya sebagai orang yang bersuku gayo pula. Demikian pula lagu-lagu dan informasi yang disiarkan selalu terbaru “Ungkap Bapak Kevin”. Ia mengatakan bahwa radio ini bersifat keremajaan cocok didengarkan saat

santai dan beristirahat sehingga ia tertarik mendengarkannya.

### **Informan Tambahan (Pendengar 3)**

Informan tambahan ketiga ialah sebagai pendengar ia mengatakan bahwa radio SLA Fm memberikan informasi dan hiburan yang lengkap dan mudah dimengerti sehingga ia menikmati siaran tersebut saat diperjalanan pulang dari kantor. Strategi yang diberikan penyiar juga seperti Lagu-lagu daerah yang dikemas juga sangat menarik oleh penyiar tersebut. Namun ia mengatakan bahwa pembawaan penyiar kurang dalam siaran karena kurang membawa suasana. Tetapi ia tertarik mendengarkan radio ini karena selalu memberikan hiburan yang menghibur dan informasi yang terkini, "Ungkap Ibu Asri".

### **Informan Tambahan (Pendengar 4)**

Informan tambahan keempat sebagai pendengar adalah Bapak Irham, ia mengatakan bahwa informasi dan hiburan sudahlah tepat, Strategi yang diberikan oleh penyiar seperti lagu terbaru hingga lagu daerah terus disiarkan sehingga saya menikmati ketika jam-jam istirahat, dan informasi yang disiarkan seputar daerah Takengon sekitarnya dan juga berita-berita nasional lainnya. yang membuat ia tertarik mendengarkan radio ini adalah karena radio ini selalu memberikan informasi dan hiburan sehingga saya tidak ketinggalan berita baik dari dalam daerah ataupun luar daerah dan saya sangat menikmati lagu-lagu yang diputar seperti lagu-lagu kenangan juga. "Ungkap Bapak Irham".

### **3. Pembahasan dan Hasil Penelitian**

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen dalam mencapai tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Siaran yang paling disukai pendengar adalah lagu-lagu terbaru baik lagu daerah, nasional dan internasional. Penyiar Radio SLA Fm mendekati diri dengan pendengar dan menggunakan beberapa strategi yaitu, pertama, Strategi kesesuaian yaitu penyiar mampu

menyesuaikan acara pada jam-jam tertentu apakah untuk kalangan orang tua, muda dan anak-anak. kedua, Strategi Persuasif yang dilakukan penyiar di waktu menyiarkan baik pagi hari ataupun malam hari yang bersifat ajakan, nasehat dan saran kepada pendengar. Strategi Daya penarik pendengar, penyiar selalu berusaha membuat daya tarik pendengar dengan pembawaan yang berubah-ubah, dengan berbahasa daerah (gayo), dan juga berbahasa Inggris. Strategi Pembentuk Kebiasaan, penyiar membuat strategi kebiasaan pendengar pada jam-jam terbaik antara lain :

1. Untuk mendengarkan lagu-lagu daerah
2. Untuk mendengarkan siaran berita
3. Untuk mendengarkan lagu-lagu dangdut
4. Untuk mendengarkan berita seputar olahraga, kesehatan dan lain-lain.

Radio SLA FM Radio ini juga menjalin hubungan baik antara pimpinan, penyiar dengan pendengar diluar lapangan. Mereka mengadakan reunion dengan para pendengar di kompleks Radio SLA FM, bertemu dengan penyiar secara langsung dan saat live acara. Pimpinan juga kerap melakukan acara untuk menjalin silaturahmi dengan pendengar 6 bulan sekali ataupun di waktu-waktu tertentu misalnya acara dibulan Ramadhan dan Idul Adha, pimpinan dan penyiar membuat acara buka bersama, dan Berkurban yang dilakukan di kompleks Radio dengan para pendengar dan salah satu panti asuhan yang ada di kota Takengon Kabupaten Aceh Tengah. Maka terjadilah jalinan komunikasi dengan penyiar dengan pendengar karena setiap ada kesempatan ataupun 6 bulan sekali mereka mengadakan Temu Kangen secara langsung.

Radio SLA Fm memiliki dua pilar utama yaitu informasi dan hiburan dengan komposisi yang berimbang. Informasi yang disajikan terutama yang dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat, baik yang sedang dalam perjalanan ataupun tidak, sesuai dengan karakteristik media yang cepat, misalnya suasana lalu lintas, bencana banjir, politik, dan lain-lain.

Berdasarkan informasi yang disampaikan Key Informan, yaitu bapak Yasman Solida sebagai Kepala Penyiar menggunakan strategi kesesuaian, yaitu penyiar menyesuaikan pada jam tertentu dan program tersebut sesuai dengan kebutuhan pendengar untuk orang tua, muda dan anak-anak. Hal ini sesuai dengan teori Uses and gratifications tentang media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya, kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Sehingga program acara yang disiarkan disesuaikan dengan kebutuhan pendengar, selain itu Bapak Yasman juga menyesuaikan kalimatnya ketika sedang menyiarkan acara dengan karakter pendengar, apakah untuk kalangan orang tua, muda, dan anak-anak.

“ Kalau diradio kami menggunakan sapaan dalam menggunakan bahasa Gayo, ‘Serinen’ yang artinya kakak atau abang kepada pendengar sebagai rasa persaudaraan” , kata Bapak Yasman. Hal ini membuktikan bahwa bahasa Gayo masih sangat kuat untuk digunakan sebagai simbol persaudaraan antara penyiar dan pendengar. Pernyataan ini juga didukung oleh Bapak Karmiadi “ Diradio kami menggunakan bahasa tidak terlalu baku, untuk lebih dekat dengan pendengar kami terkadang menggunakan bahasa Gayo, karena Mayoritas yang ada di Takengon adalah masyarakat yang bersuku Gayo dan juga terkadang kami menggunakan bahasa inggris agar tidak terlalu jenuh.

Strategi lain yang digunakan Bapak Yasman adalah program siaran di malam hari menggunakan layanan telepon. Hal ini lebih disukai oleh pendengar karena interaksi antar penyiar dan pendengar lebih akrab karena adanya feedback secara langsung. kemudian program yang disiarkan juga harus berubah-ubah dan bervariasi agar pendengar tidak bosan saat mendengarkan siaran radio ini, dan isi siaran yang dibawakan harus update (terbaru), sebelum siaran kita sudah terlebih dahulu meninjau atau mensurvey dari pendengar program apa saja yang disukai. Begitu juga kata bapak Karmiadi. Namun jika masalah candaan

pada saat pendengar menelpon, sering kami terima jika itu bersifat positive kami akan balas dengan positive juga, tetapi jika candaan itu bersifat negative kami lebih sering mengalihkannya ke topik yang lain “Tutur para penyiar”.

Strategi yang digunakan Ibu Yuliana, yaitu setiap program mempunyai keunikan dan memiliki daya tarik yang berbeda yang konsepnya memenuhi kebutuhan pendengar baik hiburan maupun informasi. Jika untuk meninggalkan siaran yang terkesan, biasanya saya terlebih dahulu menyapa pendengar saat opening dan penutup, itu sangat penting dalam siaran, dan lebih ramah kepada pendengar sehingga pendengar juga senantiasa menantikan siaran yang penyiarnya bersifat ramah. Hal ini juga sesuai dengan teori Uses and gratifications, untuk kepuasan atas kebutuhan seseorang (pendengar) . Sedangkan Ibu Wulan menggunakan strategi “pembentukan kebiasaan berdasarkan adanya penjadwalan program acara secara konsisten, sehingga pendengar akan memperhatikan bagian mana yang akan menjadi bagian favoritnya, dan agar siaran saya mudah dipahami oleh pendengar, bahasa yang lancar dan fokus saat siaran yang saya utamakan. dan terlebih saya akan latihan sebelum onair. Tuturnya”.

Hal yang dikemukakan informan penyiar diatas sama dengan apa yang dikatakan Junor Audi-2009. Perhatian seorang penyiar mungkin akan tersita pada banyak hal, tetapi fokus utamanya saat tampil adalah melakukan interaksi dengan pendengar dan meninggalkan kesan siaran yang bagus dan mengupayakan agar pendengar tetap setia mendengarkan dan menantikan interaksi berikutnya dengan radio yang bersangkutan.

Jika dilihat dari informan biasa yaitu Staff Radio SLA Fm, Bapak Joharsyah mengatakan “ Cara kerja penyiar sudahlah tepat waktu, karena 15 menit sebelum onair harus ada dilokasi, terkadang staff juga di libatkan dalam acara tersebut. Kemudian untuk meningkatkannya rating di radio ini, kan radio ini bersifat

kebudayaan dalam arti kata menyuarakan suara gayo. Dan program-program yang paling menonjol yaitu yang bersifat dakwah, informasi seputar daerah Takengon dan sekitar, dan juga lagu-lagu yang terus update. Ibu Ida juga mengatakan hal yang serupa, Jika kendala yang didapat ketika cuaca sedang buruk (petir) sesegera mungkin kami mengoffair kan siaran sejenak. Kalau untuk meningkatkan kinerja Staff atau penyiar, kami sendiri diberikan kebebasan untuk mencari berita, setiap satu berita akan dibayar dengan harga Rp.50.000, untuk siapa yang berkenan saja tidak dipaksakan. Ya, hitung-hitung untuk uang jajan dan untuk meningkatkan semangat dalam bekerja. “Ujar mereka berdua”.

Sedangkan informan tambahan yaitu Pendengar disaat malam hari. Abang Yusra mengatakan “ Penyiar membawakan siaran dengan santai dan bahasa yang digunakan mudah saya pahami, pembawaannya juga sesuai dengan suasana pada saat jam-jam santai”. Kalau menurut saya “Ungkap Abang Kevin”, Penyiar melakukan siaran dengan baik, terkadang juga menggunakan bahasa gayo, sehingga kami juga merasakan keakraban dari seorang penyiar tersebut. Radio ini bersifat keremajaan, yang selalu memutar lagu-lagu terbaru, informasinya juga sesuai dengan daerah kami. Saya tertarik dengan Radio SLA Fm ini karena radio ini bersifat keremajaan yang menghibur sehingga nyaman untuk didengarkan karena pemilihan lagu-lagu yang tepat dan terbaru. saya menikmati nya saat malam hari saat bersantai sampai ketika akan beristirahat. Tentu hal ini sesuai dengan Fungsi Radio sebagai media massa seperti yang diungkapkan oleh Effendy (1993:137-138), bahwa radio memiliki fungsi sebagai Penerangan dan Hiburan .

Namun berbeda dengan informan tambahan disaat siang hari, Ibu Asrinawati mengatakan, “Bahwa informasi yang diberikan selalu lengkap, informasinya juga sesuai dengan daerah saya dan hiburannya juga tidak kalah terbarunya” sehingga saya tertarik untuk mendengarkan Radio ini. Sama halnya yang diungkapkan oleh Bapak Irham. mereka

mengatakan ada lagu-lagu yang menghibur, baik lagu-terkini dan lagu daerah sendiri. hal ini sesuai dengan sifat pendengar radio yang bersifat aktif mendengarkan sesuatu yang menarik. Penyiar juga membawakan siaran dengan bagus dan bersahabat, meskipun terkadang tidak telalu membawa suasana. Dan menurut Bapak Irham Strategi yang diberikan oleh penyiar seperti lagu terbaru hingga lagu daerah terus disiarkan sehingga saya menikmati ketika jam-jam istirahat, dan informasi yang disiarkan seputar daerah Takengon sekitarnya dan juga berita-berita nasional lainnya.

Pendengar sangat menikmati siaran yang disiarkan oleh penyiar, karena penyiar selalu memberikan yang terbaik, baik dari segi bahasa maupun siaran yang disiarkan mencakup lagu-lagu terbaru, lagu daerah dan informasi seputar daerah sekitar.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Strategi komunikasi yang digunakan dalam penyiaran menggunakan empat strategi yang berbeda-beda, yaitu pertama, strategi kesesuaiannya yaitu acara yang masuk pada program tersebut sesuai dengan kebutuhan pendengar, hal ini sesuai dengan teori Uses and gratifications. Kedua, Strategi persuasif yang bersifat mempengaruhi komunikasi. Ketiga, Strategi daya penarik pendengar yaitu disetiap program-program acara memiliki daya tarik yang berbeda-beda yang konsepnya memenuhi kebutuhan pendengar, baik itu hiburan maupun informasi. Keempat, strategi pembentukan kebiasaan berdasarkan adanya penjadwalan program acara secara konsisten sehingga pendengar akan memperhatikan bagian mana yang akan menjadi favoritnya dari semua program yang terjadwal. Dan agar pendengar lebih mudah memahami isi siaran yang disampaikan oleh penyiar, bahasa yang lancar dan jelas lah yang menjadi fokus utama para

penyiar. Pimpinan , penyiar dengan pendengar juga menjalin silaturahmi diluar lapangan. Mereka mengadakan reunion dengan para pendengar dikompleks Radio SLA FM, bertemu dengan penyiar secara langsung dan saat live acara. Pimpinan juga kerap melakukan acara untuk menjalin silaturahmi dengan pendengar diwaktu-waktu tertentu mislanya acara dibulan Ramadhan dan Idul Adha , pimpinan dan penyiar membuat acara buka bersama, dan Berkurban dengan para pendengar dan panti asuhan yang ada di kota Takengon Kabupaten Aceh Tengah.

## 5.2 Saran

Seharusnya setiap program memiliki strategi-strategi yang lain dan unik agar pendengar lebih tertarik lagi mendengarkan siaran pada program radio tersebut dan melakukan strategi penyiaran dengan benar-benar tepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad S, Adnanputra.1990. *Publik Relation strategi*.pakar Humas dalam naskah workshop.
- Effendy, Onong Ucjhana. 2008. *Dinamika Komunikasi*.Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Junor, Audy. 2009. *Pendengar sebagai Audience*.
- Keith. Michael C. 2000. *stasiun radio manajemen*. Internews Indonesia. Jakarta.
- Kriyanto.Rachmat. 2007. ilmu komunikasi suatu pengantar. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nazir, Moh.2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Nazir, Moh. 2013.*Metode Penelitian, cetakan kedelapan*. Ghalia Indonesia. Bogor
- Nursih Wahyuni. Isti.*Komunikasi massa*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Margono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta. Jakarta
- McQuail.1999 *pada betty-Soemirat, dalam Karlinah, dkk*.
- Mulyana.Deddy 2008.*Ilmu Komunikasi suatu pengantar*.PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Muchtar. 1999. *segmentasi radio*. Laskar aksara.Bekasi, Jawa barat.
- Moleong L. J. A. 1989. *Metode penelitian Kualitatif*. Remaja Rosa Karya. Bandung.
- Rahmawati.Indah.dkk. 2014. *Broadcast televisi dan radio*. Laskar aksara.Bekasi, Jawa barat.
- Rahmawati, indah.Dan Dodoy Rusnandy.*Berkarier didunia broadcasting*.Laskar askara.Bekasi-jawa barat.
- Riswandi. 2009.*Ilmu komunikasi*. Graha Ilmu.Yogyakarta.
- Riswandi. 2009. *Fungsi-Fungsi Komunikasi dalam buku Ilmu Komunikasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sumber Lain:  
<http://pelangiblossoms.blogspot.co.id/2010/11/pendengar-radio-sebagai-audience.html>  
 (diakses pada tanggal 20/06/2017 16:30)  
<https://yearrypanji.wordpress.com/2008/04/15/mathematical-theory-of-shannon-weaver/>. (diakses padda tanggal 21/06/2017 17:00)