

# STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RAU FM DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR



## SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh:**

**USWATUN HASANAH  
NIM. 17 301 00019**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH  
ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2023**

# STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RAU FM DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR

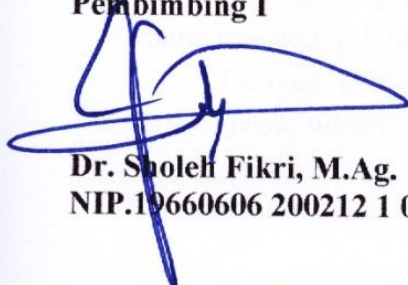


## SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh:**  
**USWATUN HASANAH**  
**NIM. 17 301 00019**

**Pembimbing I**



**Dr. Sholeh Fikri, M.Ag.**  
**NIP.19660606 200212 1 003**

**Pembimbing II**



**Barkah Hadamean Hrp, M.I.Kom.**  
**NIP.19790805 200604 1 004**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
**2023**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**  
**PADANGSIDIMPUAN**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

JalanTengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Skripsi  
an. **Uswatun Hasanah**  
lampiran : 6 (Enam) Exemplar

Padangsidimpuan, November 2023  
Kepada Yth:  
Ibu Dekan FDIK  
UIN SYAHADA Padangsidimpuan  
Di:  
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

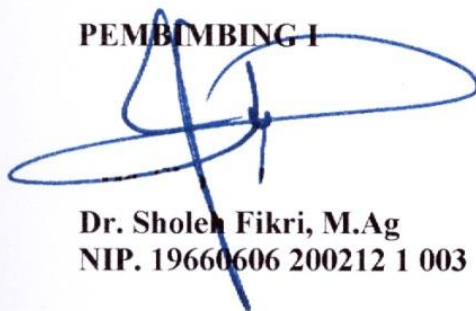
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **Uswatun Hasanah** yang berjudul: "**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RAU FM DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR**" maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang ilmu Komunikasi Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SYAHADA Padangsidimpuan .

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

**PEMBIMBING I**



**Dr. Sholeh Fikri, M.Ag**  
**NIP. 19660606 200212 1 003**

**PEMBIMBING II**



**Barkah Hadamean Hrp, M.I.Kom**  
**NIP. 19790805 200604 1 004**

## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Uswatun Hasanah  
NIM : 17 301 00019  
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Penyiar RAU FM Dalam Menarik Minat Pendengar

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan pasal 14 ayat 2 Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat 4 Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Padangsidimpuan, 21 November 2023  
Pembuat Pernyataan



**USWATUN HASANAH**  
**NIM: 17 301 00019**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Uswatun Hasanah  
NIM : 17 301 00019  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive*) *Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RAU FM DALAM MENARIK MINAT PENYIAR”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Tanggal : 21 November 2023  
Yang menyatakan,



**USWATUN HASANAH**  
**NIM. 17 301 00019**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Ditulis Oleh : Uswatun Hasanah  
Nim : 1730100019  
Fakultas/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RAU FM DALAM  
MENARIK MINAT PENDENGAR**

**Ketua**



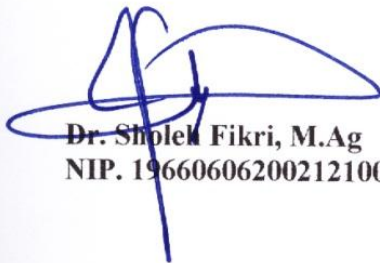
**Dr. Sholeh Fikri, M.Ag  
NIP. 196606062002121003**

**Sekretaris**

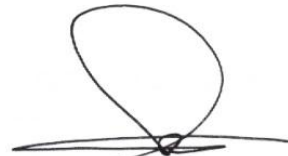


**Ali Amran, M.Si  
NIP. 197601132009011005**

**Anggota**



**Dr. Sholeh Fikri, M.Ag  
NIP. 196606062002121003**



**Ali Amran, M.Si  
NIP. 197601132009011005**



**Barkah Hadamean Harahap, M.I.Kom  
NIP. 197908052006041004**



**Dr. Mohd. Rafiq, S.Ag., M.A  
NIP. 196806111999031002**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Jum'at, 28 September 2023  
Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai  
Hasil/Nilai : Lulus / 76,25 (B)  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,71  
Predikat : Pujian**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**PENGESAHAN**

Nomor: 1276 /Un.28/F.4c/PP.00.9/11/2023

**Ditulis Oleh : Uswatun Hasanah**  
**Nim : 1730100019**  
**Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam**  
**Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RAU FM DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas  
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar  
**Sarjana Sosial (S.Sos)**

Padangsidempuan, 27 November 2023  
Dekan,



**Agdalena, M.Ag.**  
NIP 197403192000032001

## ABSTRAK

**Nama** : Uswatun Hasanah  
**NIM** : 1730100019  
**Judul Skripsi** : **Strategi Komunikasi Penyiar RAU FM Dalam Menarik Minat Pendengar**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi penyiar RAU FM dalam menarik minat pendengar karena penyiar RAU FM sering sekali berganti setidaknya sekali dalam 3 bulan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja program acara RAU FM dan strategi penyiar RAU FM.

Jenis penelitian ini yaitu jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan menggunakan teori AIDDA yaitu *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (keinginan), *Decesion* (keputusan), dan *Action* (tindakan). Penelitian ini berlokasi di RAU FM Padangsidempuan yang beralamat di Jln Sudirman Ex Merdeka no 219 Kota Padangsidempuan. Informan penelitian ini adalah penyiar, pimpinan, admin RAU FM, dan pendengar RAU FM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program acara RAU FM terdiri dari Selamat Pagi Sidempuan pukul 07.00-12.00 WIB, Duta (Dunia Kita) pukul 10.00-12.00 WIB, RAU Memory 12.00-14.00, Ketabo Tu Sidempuan : Senin-Jum'at pukul 14.00-16.00, RAU Slow Down : setiap pukul 16.00-20.00, Program Anak-anak pukul 09:00-10:00 WIB, Kita dan Budaya, 10.00-12.00 WIB, Program Religius pukul 00:00-11.00 WIB, Request Weekend pukul 14.00-16.00 WIB, Night With Us pukul 20.00-24.00 WIB, Karaoke Malam Minggu pukul 20.00-22.00 WIB, Berbalas Pantun pukul 20.00-22.00 WIB, dan Jum'at Berkah setiap hari Jum'at pagi. Strategi komunikasi penyiar yang digunakan dalam menarik minat pendengar yaitu, Strategi Perhatian (*Attention*), selalu menanyakan kabar dan minat pendengar setiap kali siaran. Strategi Ketertarikan (*Interest*), dengan menyusun skrip siaran dan menggunakan kalimat ajakan seperti yuk request lagu kesayangan kamu, sudah tahukah anda manfaat meminum air lemon?. Strategi Keinginan (*Desire*), dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi yang digandrungi saat ini seperti Instagram dan Tiktok. Strategi Keputusan (*Decision*), membuat jadwal masuk penyiar dan SOP penyiaran. Strategi Tindakan (*Action*) dengan membuat live report, bekerja sama dengan medi-media lain seperti KBR Jakarta, Voice of America, label musik seperti Nagaswara dan AFE Record, survey pendengar dan evaluasi penyiar.

Kata kunci : Radio, Strategi Komunikasi, *AIDDA*



## ABSTRAC

**Nama** : Uswatun Hasanah  
**NIM** : 1730100019  
**Judul Skripsi** : **RAU FM Broadcaster's Communication Strategy in Attracting Listener Interest**

The problem in this research is how the RAU FM broadcaster's strategy is to attract listeners' interest because the RAU FM announcer often changes at least once every 3 months. The aim of this research is to find out what RAU FM programs are and the strategies of RAU FM broadcasters.

This type of research is a type of qualitative research with a descriptive approach using the AIDDA theory, namely Attention (attention), Interest (interest), Desire (desire), Decesion (decision), and Action (action). This research is located at RAU FM Padangsidimpuan which is located at Jln Sudirman Ex Merdeka no 219 Padangsidimpuan City. The informants for this research were broadcasters, leaders, RAU FM admins, and RAU FM listeners.

The research results show that the RAU FM program consists of Selamat Pagi Sidimpuan at 07.00-12.00 AM, Duta (Dunia Kita) at 10.00-12.00 AM, RAU Memory 12.00-14.00 PM, Ketabo Tu Sidimpuan: at 14.00-16.0 PM, RAU Slow Down at 16.00-20.00 PM, Program Anak-anak 09:00-10:00 AM, Kita dan Budaya 10.00-12.00 AM, Religious Program 00:00-11.00 AM, Request Weekend 14.00-16.00 PM , Night With Us at 20.00-24.00 PM, Karoke Malam Minggu at 20.00-22.00 PM, Baerbalas Pantun at 20.00-22.00 PM, and Jum'at Berkah every Friday morning. The broadcaster's communication strategy used to attract listeners' interest is the Attention Strategy, always asking about listeners' news and interests every time they broadcast. Interest Strategy, by compiling a broadcast script and using invitation sentences such as let's request your favorite song. Do you know the benefits of drinking lemon water? Desire Strategy, by utilizing social media and applications that are popular today such as Instagram and Tiktok. Decision Strategy (Decision), making broadcaster entry schedules and broadcasting SOPs. Action Strategy (Action)m by making live reports, collaborating with other media such as KBR Jakarta, Voice of America, music labels such as Nagaswara and AFE Record, listener surveys and broadcaster evaluations.

**Keywords:** Radio, Communication Strategy, *AIDDA*

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan waktu dan kesehatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan menuangkannya dalam skripsi ini. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw yang telah menuntun umatnya kejalan yang benar.

Skripsi yang berjudul **"Strategi Komunikasi Penyiar RAU FM Dalam Menarik Minat Pendengar"** ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Peneliti sadar betul penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan-kekurangan dan masih jauh dari sempurna, serta banyak hambatan yang dihadapi diakibatkan keterbatasan ilmu pengetahuan. Namun berkat bimbingan dan saran-saran pembimbing akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Kerjasama dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Kemahasiswaan dan Kerjasama dan seluruh civitas akademik UIN Syekh Ali

Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

2. Ibu Dr. Magdalena, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Bapak Drs. Agus Salim Lubis, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nurfitriani M. Siregar M.Kom.I selaku ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Bapak Mhd. Latip Kahpi, M.Kom.I selaku Sekretaris Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.
4. Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag. selaku dosen Pembimbing I dan Bapak Barkah Hadamean Hrp, M.I.Kom. selaku dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberikan semangat kepada penulis dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Sukerman, S.Ag selaku Kasubbag Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi beserta stafnya yang telah memberikan pelayanan akademik yang baik demi kesuksesan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi.
6. Bapak Yusri Fahmi, S.A.g, M.Hum., selaku kepala perpustakaan dan seluruh pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah membantu penulisan dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.



7. Para Dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
8. Bapak T. Faisal Laksamana, S.E, M.H. selaku direktur PT. Radio Adi Utama Laksamana FM (105 RAU FM) dan seluruh staf di radio RAU FM Padangsidempuan yang telah membantu penulis mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Ungkapan terimakasih yang paling Istimewa kepada Ayahanda (alm Suherli) dan Ibunda (Painah) tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membimbing serta memberikan motivasi, wejangannya serta berkontribusi kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan sampai ke Perguruan Tinggi.
10. Ungkapan terimakasih teruntuk ketiga saudara saya tercinta, yang Bernama Riskon Sakinah, Rizki Aminah dan Gontar Amin yang telah mendukung, menyemangati, serta berkontribusi kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan sampai ke Perguruan Tinggi.
11. Ungkapan terimakasih kepada keluarga IMM Se-UIN Syahada Padangsidempuan yang telah mendukung, menyemangati, dan berkontribusi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Bang Mujahidun Hapisni Pane, S.E., M.E., yang dengan semangat *men-support* dan membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Kepada Rekan-rekan seperjuangan sepembimbing yang telah memberikan dukungan serta semangatnya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Kepada rekan-rekan kerja yang tiada hentinya memotivasi penulis untuk

menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis. Amin yaa robbal ‘alamin.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri penulis. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, 14 Mei 2023  
Penulis

**Uswatun Hasanah**  
**NIM. 17 301 000**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENULIS SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Batasan Istilah .....	6
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	11
1. Komunikasi.....	11
2. Komunikasi Massa .....	13
3. Strategi Komunikasi dan Landasan Teori .....	16
4. <b>Landasan Teori</b> .....	<b>18</b>
5. Radio.....	28
B. Penelitian Terdahulu .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
B. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	36
C. Sumber Data .....	37
D. Teknik Pengumpulan Data .....	38
E. Teknik Pengolahan dan Analisa Data .....	40
F. Teknik Uji Keabsahan Data .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>A. Temuan Umum .....</b>	<b>43</b>
1. Letak Geografis RAU FM.....	43
2. Sejarah Singkat FM .....	44
3. Maksud dan Tujuan RAU FM .....	45
4. Tujuan Didirikan RAU FM .....	45
5. Visi dan Misi RAU FM .....	46
6. Semboyan dan Slogan RAU FM .....	46



7. Segmentasi Pendengar .....	47
8. Stuktur Kepengurusan RAU FM .....	48
9. Sarana dan Prasarana RAU FM .....	48
<b>B. Temuan Khusus .....</b>	<b>50</b>
1. Program Acara RAU FM .....	50
2. Strategi Komukasi Penyiar RAU FM Dalam Menarik Minat Pendengar .....	54
<b>C. Analisis Pembahasan .....</b>	<b>64</b>

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	68

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Radio merupakan media komunikasi tertua serta sangat sering di dengar di penjuru dunia. Di tengah banyaknya media-media baru yang muncul salah satunya internet saat ini, radio masih terus bertahan dan berkembang pesat serta masih dipercaya sebagai media data serta komunikasi yang digemari warga sebab memiliki kedudukan penting dalam penyebaran data yang seimbang untuk masyarakat, mempunyai kebebasan serta tanggung jawab dalam melaksanakan fungsinya selaku media yaitu: informasi, pembelajaran, hiburan, control dan perekat sosial yang menyebabkan radio menemukan julukan kekuatan kelima ataupun *the fifth estate*.<sup>1</sup>

Radio di Indonesia juga memiliki dasar hukum yaitu UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Radio dan Televisi dan UU No. 36 tahun 1999 tentang telekomunikasi.<sup>2</sup> Informasi dalam bentuk suara umum dan terbuka serta dalam bentuk program reguler dan berkesinambungan. Apalagi radio mampu memberikan informasi yang cepat, nyata dan terpercaya sehingga selalu digemari masyarakat.

Dalam konsep komunikasi, radio berperan sebagai *channel* atau perantara. Radio digunakan sebagai sarana transmisi informasi dari sumber ke penerima.

---

<sup>1</sup> Elvinaro, Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007) hal.7

<sup>2</sup> Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002.

perannya sebagai saluran menuntut radio untuk memainkan peran dan fungsi yang efektif dalam mengirimkan informasi kepada penerima.<sup>3</sup>

Radio *makes pictures*, radio menciptakan gambar. Penyiaran adalah satu-satunya media modern yang memiliki kemampuan khusus untuk menciptakan “gambaran” atau fiksi dalam imajinasi pendengar, sangat terkesan oleh pendengar yang menggunakan telinganya untuk membuat emosi lebih mudah terangsang. Selain itu, cerita didukung oleh efek suara (*background*).

Selain itu, penyiaran masih tetap eksis hingga saat ini karena informasi yang diberikan oleh penyiaran adalah untuk kepentingan masyarakat itu sendiri, baik itu hiburan, bisnis atau informasi penting lainnya.

Penyiar adalah juru bicara stasiun radio. Di balik layar, penyiar juga memiliki pekerjaan dan tugas lain, tergantung pada keahliannya. Kemampuan atau kegagalannya akan mempengaruhi citra publik terhadap stasiun tempatnya bekerja. Penyiar harus mampu menyampaikan informasi secara efektif. Program yang dapat menyampaikan informasi secara efektif akan menarik lebih banyak pendengar dan secara langsung menguntungkan stasiun-stasiun yang menyediakan layanan program kepada penyiar tersebut.<sup>4</sup> Semakin baik kinerja penyiar, semakin indah pula pengelolaan, kolaborasi, dan standarisasi siaran yang ditetapkan oleh penyiar. Dalam hal ini, tujuan penyiar adalah mendengarkan, mengikuti, atau sering disebut sebagai

---

<sup>3</sup> Rendy Anwar, “ *Peran dan Perkembangan Radio dalam Komunikasi*”. <http://komunikasi.us/index.php/course/perkembangan-teknologi-komunikasi/158-peran-dan-perkembangan-radio-dalam-komunikasi> (16 Oktober 2015)

<sup>4</sup> Masduki, *Jurnalisme Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar* (Yogyakarta: LkiS, 2001), hal.99



komunikator atau penerima pesan yang merupakan sejumlah besar khalayak yang dinamis dan heterogen. Apakah penyiar dapat berhasil dalam kegiatan komunikasi yang efektif sebagian besar tergantung pada penentuan strategi komunikasi. Di sisi lain, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin berdampak negatif.

Pemahaman terhadap karakteristik media radio merupakan pengetahuan awal bagi praktisi penyiaran radio yang sangat diperlukan untuk mendukung kemampuan dalam menyampaikan pesan-pesan kepada pendengar sesuai dengan kaidah-kaidah siaran di media tersebut.<sup>5</sup> Penyiar minimal harus memiliki suara yang bagus, bisa mengoperasikan peralatan yang digunakan selama siaran, serta harus memiliki kemampuan menulis, khususnya bahan yang akan digunakan selama mengudara.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut; strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya.<sup>6</sup>

Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen

---

<sup>5</sup> Masduki, *Jurnalisme Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, (Yogyakarta: LKiS, 2006), hal. 9.

<sup>6</sup> Effendy, O, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004) hal. 301

komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktik harus dilakukan. Dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung situasi dan kondisi seperti halnya dengan kondisi.

Radio Adi Utama (RAU) 105 FM adalah salah satu stasiun radio swasta yang ada di Kota Padangsidempuan beralamat di Jalan Jenderal Sudirman No.219 tepatnya di seberang SMA Negeri 1 Padangsidempuan. Radio ini merupakan radio FM pertama di Kota Padangsidempuan dan berdiri sejak tahun 1994. Radio ini sangat memperhatikan para penyiar, pendengar serta komunikasi penyiar dengan para pendengar. Terbukti eksistensi RAU 105 FM sampai saat ini masih bersinar di hati masyarakat sekitar Tabagsel maupun yang berada di luar Tabagsel.

Program-program yang ada di RAU 105 FM dibawakan oleh para penyiar professional yang dilatih dan dipoles dengan sebaik mungkin. Sasaran (segmen pasarnya) adalah pendengar yang berusia remaja hingga yang sampai lanjut usia. Dimana setiap segmen dalam programnya selalu mengutamakan selera pendengar namun tetap pada aturan yang berlaku dalam dunia penyiaran. Dengan tagline "*Your Life Style*" membuat para penyiar lebih dekat dengan pendengar. Tak heran jika penyiar-penyiar RAU 105 FM terdengar lebih mengikuti perkembangan zaman dibandingkan dengan radio lain di Kota Padangsidempuan, mulai dari music, berita, informasi bahkan komunikasi dengan pendengar.

Musik yang disiarkan juga beragam mulai dari Pop Indonesia, Pop Barat (Full English dan Half English), Batak, Tapsel dan Dangdut serta lagu-lagu lawas. Tujuannya adalah untuk menarik dan mengikuti minat pendengar yang usianya tidak terbatas pada usia tertentu, melestarikan kebudayaan setempat serta menjadi lebih dekat dengan pendengar.

Yang menjadi perhatian penulis adalah penyiar RAU FM sering sekali berganti, bisa dalam sekali 2 bulan atau 3 bulan RAU FM menerima penyiar baru sedangkan penyiar yang sebelumnya sudah dikenalkan kepada pendengar mengundurkan diri dengan berbagai alasan mulai dari waktu yang tidak bisa disesuaikan, tidak ingin berproses sampai pada masalah pendapatan.

Dengan begitu penulis tertarik untuk membahas bagaimana setiap penyiar RAU FM bisa menarik minat pendengar dalam kurun waktu yang bisa dibilang singkat. Bahkan bisa sangat akrab dengan pendengar. Karena pada dasarnya semua kegiatan on air yang ada di RAU 105 FM tentunya tidak lepas dari keahlian dan kemahiran para penyiar. Agar penyiar menjadi lebih menarik dan mampu menarik minat pendengar, maka dibutuhkan strategi penyiar dalam mengolah siaran dan program-programnya sehingga terdengar menarik dan mendapatkan hasil siaran yang berkualitas serta mampu mempertahankan bahkan menarik lebih banyak pendengar.

Berdasarkan uraian di atas, maka hal yang menarik untuk dikaji dan diteliti adalah untuk mengetahui strategi komunikasi seperti apa yang digunakan para penyiar Radio Adi Utama 105 FM, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi tersebut dalam



penelitian yang berjudul dengan “*Strategi Komunikasi Penyiar Radio Rau 105 Fm Dalam Menarik Minat Pendengar* (Studi Kasus Radio Adi Utama 105 FM Padangsidimpun)”

### **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan maka telah ditetapkan batasan masalah ini sebagai berikut:

1. Apa saja yang menjadi strategi komunikasi penyiar radio RAU 105 FM dalam menarik minat pendengar?

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah yang akan diungkap oleh peneliti yaitu:

1. Apa saja program acara siaran RAU FM?
2. Bagaimana strategi komunikasi penyiar yang diterapkan oleh Radio Adi Utama 105 FM Padangsidimpun dalam menarik minat pendengar?

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui program acara apa saja yang ada di RAU FM
2. Untuk mengetahui strategi komunikasi penyiar yang diterapkan oleh Radio Adi Utama 105 FM Padangsidimpun dalam menarik minat pendengar.

### **E. Batasan Istilah**

Batasan istilah adalah bagian-bagian yang menjelaskan tentang istilah yang terdapat pada judul penelitian. Penelitian ini dibatasi pada strategi komunikasi penyiar dalam menarik minat pendengar.

### 1. Strategi

Strategi diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus, atau sebagai rencana tentang serangkaian *maneuver*, yang mencakup seluruh elemen, untuk menjamin keberhasilan mencapai tujuan.

### 2. Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi kepada orang lain yang memiliki kesamaan makna.

### 3. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan dalam penyampaian pesan melalui unsur komunikasi seperti frekuensi, formalitas dalam saluran komunikasi pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku yang sesuai dengan tujuan komunikasi.

Dalam Strategi Komunikasi terdapat faktor yang perlu untuk diperhatikan oleh komunikator untuk mencapai tujuannya, yaitu pemilihan metode. Pada pemilihan metode, terdapat dua aspek yang dapat diperhatikan. Yang pertama adalah pada aspek pelaksanaan dan kedua adalah aspek bentuk isinya.

Dalam aspek pelaksanaan, terdapat dua metode yaitu :

1. Metode *Repetition*, Adalah metode dengan cara mengulang pesan berulang kali kepada komunikan.

## 2. Metode *Canalizing*

Adalah metode dengan cara mempengaruhi komunikasi untuk menerima pesan, lalu secara perlahan mengubah pola pikir mereka ke arah yang dikehendaki.

Sedangkan dalam aspek bentuk isinya terdapat empat metode, yaitu :

- a) Metode Informatif Metode ini disampaikan berupa berita, keterangan, penerangan, pernyataan, dan lain sebagainya.
- b) Metode Persuasif Metode ini disampaikan berupa pesan yang membujuk, atau mempengaruhi para khalayak.
- c) Metode Edukatif Metode ini disampaikan berupa pesan yang mendidik berdasarkan fakta, pendapat, serta pengalaman yang telah terjadi dan dapat dipertanggung jawabkan.
- d) Metode Kursif Metode ini disampaikan berupa pesan yang memaksa, tanpa memberikan kesempatan para komunikasi untuk berpikir. Pesan ini berupa peraturan, perintah, dan intimidasi.

## 3. Penyiar

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.

## 4. Pendengar

Pendengar adalah orang-orang yang menjadi tujuan komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu

tempatmaupun dalam keadaan terpencar-pencar, tetapi sama-sama tertarik perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa.

#### 5. Minat

Minat yaitu rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu kegiatan tanpa ada yang mempengaruhi atau suruhan.

#### 6. RAU FM

RAU FM merupakan radio swasta yang telah berdiri sejak tahun 1994, dan berada dibawah naungan perusahaan PT. Radio Adi Utama 105 FM Padangsidimpuan menyajikan format music, berita, hiburan dan informasi.

### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

#### 1. Aspek Teori

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi para peneliti khususnya di jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.
- b. Hasil penelitian ini untuk menambah khazanah kajian dalam bidang ilmu komunikasi khususnya tentang strategi komunikasi.
- c. Dapat menambah referensi mengenai strategi komunikasi penyiar RAU FM dalam menarik minat pendengar dan memberikan sumbangan pemikiran kepada yang ingin melakukan penelitian serupa.

#### 2. Aspek Praktis

- a. Penelitian ini sebagai bahan informasi bagi khalayak.



- b. Penelitian ini sebagai bahan masukan kepada pihak manajemen RAU FM.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan bagi para pembaca khususnya dalam bidang strategi komunikasi penyiar.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Agar penelitian ini lebih sistematis, maka sistematika pembahasan terdiri dari beberapa BAB yaitu:

BAB I adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II adalah tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori dan penelitian terdahulu.

BAB III adalah metodologi penelitian yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, unit analisis, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta teknik uji keabsahan data.

BAB IV adalah pembahasan tentang hasil penelitian terdiri dari temuan umum dan temuan khusus. Temuan umum adalah sejarah Radio Adi Utama FM. Sedangkan temuan khusus adalah berupa startegi komunikasi penyiar RAU 105 FM dalam menarik minat pendengar.

BAB V adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang didasarkan pada temuan peneliti.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari kata “*communication*”, dalam bahasa Latin *communicatus*, dan kata ini bersumber pada kata *communis*. Kata *communis* ini memiliki arti “berbagi” atau “menjadi milik bersama” yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Berdasarkan pengertian ini yang menjalankan komunikasi adalah manusia.

Komunikasi adalah kegiatan memahami suatu pesan yang didengar secara bersamaan, antara pengirim pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan) melalui media. Banyak ahli berpendapat bahwa komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat mendasar bagi manusia dalam kehidupan sosial Wilbur Schram menyatakan bahwa: Komunikasi dan masyarakat adalah dua kata yang tidak dapat dibentuk, memang tanpa masyarakat tidak mungkin manusia mengembangkan komunikasi.<sup>7</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana satu orang atau lebih, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, menggunakan informasi yang berhubungan dengan lingkungan dan orang lain.

---

<sup>7</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 168

Ada beberapa komponen dalam komunikasi, yaitu:

- a. Komunikator, yaitu orang yang menyampaikan pesan
- b. Pesan, yaitu apa yang disampaikan oleh komunikator
- c. Komunikan, yaitu penerima pesan
- d. Media, yaitu sarana, alat yang mendukung pesan apabila penerima pesan jauh dan dalam jumlah banyak
- e. Efek, yaitu dampak yang dirasakan komunikan sebagai pengaruh dari pesan;<sup>8</sup>

Adapun unsur dan fungsi komunikasi sebagai berikut:

- |             |                             |
|-------------|-----------------------------|
| 1) Sumber   | 5) Pengaruh.                |
| 2) Pesan    | 6) Umpan Balik              |
| 3) Media    | 7) Lingkungan. <sup>9</sup> |
| 4) Penerima |                             |

Secara umum ragam tingkatan komunikasi sebagai berikut:

- a) Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) yaitu komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang yang berupa proses pengolahan informasi melalui panca indera dan sistem syaraf manusia.
- b) Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yaitu komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain dengan corak komunikasinya lebih bersifat pribadi dan sampai pada tataran prediksi

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, hal. 169

<sup>9</sup> Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 32

hasil komunikasinya pada tingkatan psikologis yang memandang pribadi sebagai unik.

- c) Komunikasi kelompok (*group communication*) yaitu komunikasi yang berlangsung di antara anggota kelompok.
- d) Komunikasi organisasi (*organization communication*) yaitu pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi
- e) Komunikasi massa (*mass communication*). Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah orang yang heterogen, anonim dan dimana saja melalui media massa cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan cepat.<sup>10</sup>

## 2. Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa, media merupakan alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima, dimana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarkannya.

Salah satu tokoh penting dalam sejarah awal ilmu komunikasi di Amerika adalah Harold Lasswell. Untuk memahami makna komunikasi agar dapat berkomunikasi secara efektif, model komunikasi Harold Laswell dapat dikutip dalam bukunya *The Structure and Function of*

---

<sup>10</sup> Onong Uchjana Efendi, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:Grasindo.Rosdakarya, 2002), hal. 201.

*Communication in Society* ia mengemukakan bahwa cara terbaik untuk menjelaskan proses komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa). Berdasarkan paradigma Laswell tersebut di atas, komunikasi mengacu pada proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikator melalui media komunikasi tertentu untuk menghasilkan efek tertentu.<sup>11</sup>

Model Laswell dengan jelas membagi elemen dasar komunikasi menjadi lima elemen yang tidak dapat dipisahkan. Model komunikasi Lasswell sangat populer di kalangan ilmuwan komunikasi, dan mahasiswa komunikasi akan dihadapkan pada model ini ketika mempelajari ilmu komunikasi untuk yang pertama kalinya.

Dalam perkembangannya, Charles Wright menambahkan fungsi keempat yaitu hiburan. Komunikasi massa diyakini mampu menghibur khalayak dengan bantuan produser. Model Laswell telah menjadi kajian legenda dalam teori komunikasi massa dimana model Laswell banyak dipakai sebagai kerangka analisis dalam penelitian komunikasi massa.

---

<sup>11</sup> *Ibid*, hal. 406

Ciri-ciri dan karakteristik komunikasi massa meliputi sifat dan unsur yang tercakup di dalamnya yaitu:<sup>12</sup>

- a. Sifat Komunikan, komunikasi massa yang ditujukan kepada khalayak yang jumlahnya relatif besar, heterogen, dan anonim. Jumlah yang begitu besar hanya cocok untuk waktu yang singkat dan tidak dapat diukur sepenuhnya. Bersifat heterogen berarti khalayak berasal dari latar belakang dan pendidikan, usia, ras, agama, dan pekerjaan. Oleh karena itu, faktor yang menyatukan khalayak yang heterogen ini adalah minat dan minat yang sama. Anonim berarti bahwa komunikator tidak mengetahui siapa audiensnya, apa pekerjaannya, usianya dan lain sebagainya.
- b. Sifat Media Massa, yaitu serempak dan cepat. Ini juga berarti bahwa ada begitu banyak kontak serempak antara komunikator dan komunikan. Pada saat yang sama, media massa dapat membuat khalayak memperhatikan informasi yang disampaikan oleh komunikator pada saat yang bersamaan. Selain itu, sifat media massa adalah cepat, artinya dapat menyampaikan informasi kepada banyak orang dalam waktu yang singkat. Informasi yang disampaikan melalui media massa bersifat

---

<sup>12</sup> Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006), Karmila. "STRATEGI RADIO CEMPAKA ASRI BULUKUMBA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PENYIAR" Skripsi S1 Jurusan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Alauddin Makassar, 2018, hal.32



universal. Media massa merupakan sarana penyampaian informasi kepada khalayak bukan kelompok tertentu.

- c. Sifat Pesan, pesan yang disampaikan di media massa bersifat umum (*public*). Media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada orang banyak, bukan untuk kelompok tertentu. Karena pesan komunikasi melalui media massa sifatnya umum, sehingga lingkungannya menjadi universal tentang segala hal, dan dari berbagai tempat di seluruh dunia. Sifat lain dari pesan melalui media massa adalah sejenak (*transient*), hanya pada saat itu saja.
- d. Sifat Komunikator, media massa merupakan lembaga organisasi, maka komunikator dalam komunikasi massa, seperti wartawan, sutradara, penyiar, pembawa acara, adalah komunikator yang terlembagakan. Media massa merupakan organisasi yang rumit, pesa-pesan yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil kerja kolektif.

### **3. Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada dasarnya adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi adalah tahapan konkret dalam rangkaian aktifitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan

komunikasi, adapun teknik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>13</sup>

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>14</sup>

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media) penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi juga adalah satu konsep yang mengacu pada satu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian, memori, persepsi, dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pemikiran umum. Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, tak-tik dan cara yang dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radiodan Televisi*, (Bandung: Kencana Pranada Media Group, 2008), hal. 126.

<sup>14</sup> Onong Udjana Effendy. "Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi." Dalam Melisa Nursodiyanti. "Strategi Dakwah Radio Wadi 102 FM dalam meningkatkan Program Siaran Radio." Skripsi S1 Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010, hal.22

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm. 127

Dalam konteks komunikasi, strategi diperlukan untuk mendukung kekuatan pesan agar mampu mengungguli semua kekuatan pesan yang ada, khususnya dalam menciptakan efektifitas komunikasi.

Berdasarkan defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan salah satu langkah yang mana untuk mencapai tujuan komunikasi menjadi lebih efektif dan tepat sasaran, serta apa yang diterima oleh komunikan sesuai apa yang diharapkan oleh komunikator.

#### **4. Landasan Teori**

Banyak teori komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli, tetapi untuk strategi komunikasi barangkai yang memadai baiknya untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell, yaitu *Who Says What In What Channel To Whom With What Effect*.

Dalam merumuskan strategi komunikasi, Anwar Arifin berpendapat bahwa ada lima faktor yang harus diperhatikan yaitu:

##### **a. Pengenalan 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 dengan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi.

Sebelum melancarkan komunikasi perlu mempelajari siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Semua itu tergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif), atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (dengan metode persuasif atau instruktif). Apapun tujuannya, metode dan banyaknya sasaran pada diri komunikasi perlu diperhatikan faktor kerangka referensi dan faktor situasi dan kondisi.

Informasi yang dikomunikasikan harus sesuai dengan kerangka acuan. Kerangka acuan seseorang terbentuk di bawah bimbingan pengalamannya, pendidikan, gaya hidup, standar hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya. Mengenai kerangka acuan, lebih sulit untuk mengidentifikasi kerangka acuan komunikator dalam komunikasi massa. Karena heterogenitas komunikasi massa, informasi yang disampaikan kepada khalayak sasaran melalui media massa hanya bersifat informatif dan umum. bahwa jika disampaikan kepada audiens pesan bersifat persuasif, lebih efektif membagi audiens menjadi kelompok-kelompok khusus dan kemudian berkomunikasi dengan mereka dalam kelompok-kelompok kecil. Dalam konteks dan faktor kondisional, konteks mengacu pada situasi komunikasi ketika komunikator akan menerima informasi yang disampaikan oleh komunikator. Situasi yang menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya atau dapat datang secara tiba-tiba pada saat

komunikasi sedang berlangsung. Dan yang dimaksud dengan kondisi adalah keadaan psikis dan fisik komunikan pada saat ia menerima pesan.<sup>16</sup>

b. Penyusunan Pesan

Menyusun pesan berarti menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian adalah pengamatan terpusat, karena 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.

Berkaitan dengan pesan, kriteria yang dapat mendukung suksesnya sebuah pesan dalam komunikasi adalah:

- 1) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat mempengaruhi sasaran yang dimaksud.
- 2) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama dapat dimengerti.

---

<sup>16</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), Dalam Irvan Azizi" STRATEGI KOMUNIKASI RADIO SONGGOLANGIT FM PONOROGO (TELAH PROGRAM BERITA SONGGOLANGIT HARI INI)" Skripsi S1 Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, IAIN Ponorogo, 2020, hal. 32-33

- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- 4) Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberi tanggapan yang dikehendaki.<sup>17</sup>

c. Menetapkan Media

Metode untuk mencapai efektifitas dari suatu komunikasi, selain dari kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan.

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian itu dapat dilihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode *redundancy (repetition)* dan *canalizing*.

1. Metode *redundancy*, adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak. Dengan penggunaan metode ini, banyak manfaat yang dapat diambil darinya. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan yang

---

<sup>17</sup> Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: PT Amrico, 1989), Dalam Irvan Azizi" STRATEGI KOMUNIKASI RADIO SONGGOLANGIT FM PONOROGO (TELAAH PROGRAM BERITA SONGGOLANGIT HARI INI)" Skripsi S1 Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, IAIN Ponorogo, 2020, hal. 34



disampaikan komunikator. Hal ini karena justru kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan mengikat perhatian.

2. Metode *canalizing*, mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang kita kehendaki. Proses *canalizing* ini juga adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak, tentunya bisa kita lakukan dengan memenuhi nilai-nilai standar kelompok atau masyarakat.

Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, kursif.

- a. Metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Dalam dunia publistik atau komunikasi massa dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan memberi penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat yang benar pula.
- b. Metode persuasif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun

perasaannya. Dengan demikian metode persuasif merupakan suatu cara untuk mempengaruhi komunikan, dengan tidak terlalu banyak berfikir kritis, bahkan kalau dapat khalayak itu dapat dipengaruhi secara tidak sadar dengan cara komunikator terlebih dahulu menciptakan situasi yang mudah kena sugesti.

- c. Metode edukatif, memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggung jawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang di inginkan.
- d. Metode kursif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir untuk menerima gagasan-gagasan yang dilontarkan, dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, intimidasi dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tangguh. Menyusun suatu pernyataan umum yang bersifat kursif ini tidaklah sefleksibel pernyataan umum yang lainnya, dan apabila memang ada kekuatan yang mendukungnya, tentu efeknya akan lebih besar.<sup>18</sup>

#### d. Penetapan Media

Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media memiliki peran penting. Menurut Jalaluddin Rahmat yang mengutip

---

<sup>18</sup> *Ibid*, hal. 35-37

pandangan Elizabeth Noell Neuman bahwa ada empat ciri pokok dalam berkomunikasi melalui media. Terutama bagi media massa.

- 1) Bersifat tidak langsung, artinya bahwa harus melewati media teknis.
- 2) Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara satu peserta komunikasi.
- 3) Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang terbatas dan anonim.
- 4) Mempunya publik yang secara secara geografis tersebar.<sup>19</sup>

Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting, itulah sebabnya strategi komunikasi harus luwes supaya komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan bila dalam pelaksanaan menemui hambatan. Salah satu upaya untuk melancarkan komunikasi yang lebih baik mempergunakan pendekatan *A-A Procedure (from Attention to Action Procedure)* dengan lima langkah yang disingkat AIDDA. A *Attention* (perhatian) I *Interest* (minat) D *Desire* (hasrat) D *Decision* (keputusan) A *Action* (tindakan/kegiatan).

*Attention*, yang berarti kesadaran merupakan tahap atau langkah awal yang harus dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, yaitu membangun kesadaran sang komunikan terhadap pesan yang akan di sampaikan oleh sang komunikator. *Attention* adalah langkah perkenalan mengenai apa yang ingin

---

<sup>19</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 189.

disampaikan. Sang komunikator harus mampu memperkenalkan dan menunjukkan pesan kepada sang komunikan agar komunikan dapat mendapat kesadaran terhadap pesan yang akan disampaikan.

*Interest*, yang berarti perhatian adalah tahap lanjutan dari *attention*. Setelah komunikan mendapatkan kesadaran dan sudah mengenali pesan yang disampaikan oleh komunikator, maka komunikan akan mulai untuk menaruh perhatian kepada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Hal ini biasanya disebabkan karena komunikator dapat mengenalkan pesan kepada komunikan dengan sangat baik, sehingga membuat komunikan meluangkan perhatiannya kepada pesan yang disampaikan, dapat dilihat sebagaimana menariknya pesan dikemas, atau bahkan pesan tersebut merupakan sesuatu hal yang baru, dan menarik bagi komunikan.

*Desire*, berarti keinginan. Merupakan tahap yang timbul setelah komunikan telah meluangkan perhatian kepada pesan yang disampaikan. Dalam tahap ini, komunikan memiliki keinginan akan mengikuti pesan sesuai dengan apa yang disampaikan atau tidak. Pada tahap inilah penentu apakah komunikasi akan terus berlanjut atau tidak.

*Decision*, berarti keputusan. Pada tahap ini, keputusan telah diambil oleh sang komunikan dalam bentuk eksekusi, apakah mengikuti pesan yang disampaikan, atau menolak pesan tersebut. Tahap ini tentu sudah sadar dilakukan oleh komunikan setelah melewati tahap sebelumnya.

*Action*, berarti tindakan adalah tahap terakhir yang merupakan perlakuan yang dilakukan oleh komunikan setelah melakukan keputusan yang diambil. Dalam hal ini, merupakan hasil dari tahap tahap sebelumnya, yaitu mengikuti pesan dari sang komunikator.

Teori AIDDA Dalam komunikasi adalah, peran komunikator sebagai penyampai pesan berperan penting. Strategi komunikasi yang dilakukan harus luwes sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila ada suatu faktor yang mempengaruhi. Suatu pengaruh yang menghambat komunikasi bisa datang sewaktu-waktu, lebih lagi jika komunikasi dilangsungkan melalui media massa. Faktor-faktor yang berpengaruh bisa terdapat pada komponen komunikan, sehingga efek yang diharapkan tak kunjung tercapai. AIDDA merupakan akronim dari *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (keinginan), *Decesion* (keputusan), dan *action* (tindakan). AIDDA digunakan agar terjadi efektivitas penyampaian pesan dengan cara menarik perhatian komunikan hingga memutuskan untuk melakukan tindakan yang diinginkan oleh komunikator. Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya atau pihak komunikan merasa adanya kesamaan antara komunikator dengannya, sehingga dengan demikian komunikan bersedia untuk taat pada pesan yang

dikomunikasikan oleh komunikator. Sikap komunikator yang berusaha menyamakan diri dengan komunikan ini akan menimbulkan simpati komunikan pada komunikator.

Proses pentahapan komunikasi ini mengandung maksud bahwa komunikasi sendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*) sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*), yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*), yakni keputusan untuk melakukan tindakan (*action*) sebagaimana diharapkan komunikator.

Inti dari model AIDDA adalah rangkaian proses menyusun penyampaian pesan yang mampu membangkitkan, menggugah rasa tertarik khalayak sehingga timbul keinginan untuk membeli hingga tindakan mengikuti. Formula AIDDA dirumuskan untuk memudahkan mengarahkan suatu tujuan komunikasi yang dilakukan. Dalam hal ini, sebuah pesan komunikasi harus dapat menimbulkan daya tarik tersendiri sehingga dapat memancing perhatian komunikannya.

AIDDA digunakan agar terjadi efektivitas penyampaian pesan dengan cara menarik perhatian komunikan. Kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki, dengan memperhatikan :

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sehingga menarik.
- b. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman antara komunikator dan komunikan, sehingga dimengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan.
- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan komunikan.

Konsep AIDDA atau *A-A Procedure* milik Wilbur merupakan sebuah gambaran atau proses dari suatu Strategi Komunikasi berjalan, dimana setiap proses dibutuhkan strategi atau rencana yang perlu untuk dilakukan agar pesan dari sang komunikator dapat tersampaikan kepada sang penerima pesan.

## **5. Radio**

Radio merupakan kegiatan pemancar luasan siaran melalui sarana pemancaran atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran, yang dilakukan secara teratur dan berkesinambungan yang diterima oleh masyarakat dengan



perangkat penerima siaran, yang dilakukan secara teratur dan berkesinambungan.

Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). Radio siaran adalah pemancar radio yang langsung ditujukan kepada umum dalam bentuk suara dan mempergunakan gelombang radio sebagai media.<sup>20</sup>

Sejarah radio diawali dengan penemuan-penemuan di bidang Fisika pada Abad 19 M. Sejumlah nama yang bisa dikatakan sebagai pelaku sejarah radio. Mereka yang secara langsung dan tidak langsung menjadi *founding father* atau bapak-bapak pendiri atau penemu radio ini antara lain Michael Faraday, James Clerk Maxwell, Heinrich Hertz, Guglielmo Marconi, Nikola Tesla, David Sarnoff, Lee de Forest, Frank Conrad, dan Edwin Howard Armstrong.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Asep Syamsul & M. Romli, *Dasar-dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009), hlm. 12

<sup>21</sup> Asep Syamsul M. Ramli, *Dasar-Dasar Siaran Radio: Basic Announcing*, (Cet. I: Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2004) Dalam Karmila "STRATEGI RADIO CEMPAKA ASRI BULUKUMBA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PENYIAR" Skripsi S1 Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Alauddin Makassar, 2018, hal. 35

Radio di Indonesia ketika didirikan berfungsi sebagai sarana hiburan, sarana penerangan, sarana pendidikan, sarana menanamkan kebudayaan dan menjalin hubungan batin antara warga Hindia Belanda yang berdiam di berbagai kota di Indonesia untuk kepentingan propaganda Koloni Hindia Belanda.

Sejarah mencatat, pada tahun 1937 telah lahir Perikatan Perkumpulan Radio Ketimuran (PPRK) yang dipimpin oleh Sootardjo Kartohadi Koesoemo, bersama angkasawan pribumi lainnya mengemban misi, memajukan kesenian dan kebudayaan nusantara melalui penyelenggaraan siaran, meskipun masih dibawa pengaruh kekuasaan Hindia Belanda. Sejak tahun 1942, radio tersebut jatuh ke tangan Koloni Jepang dan merevitalisasi perangkat peralatannya untuk kepentingan propaganda kekuasaan Dai Nippon.

Radio juga menciptakan imajinasi (*tere of the mind*) dan mudah bergaul dengan penontonnya. Ciri-ciri siaran antara lain: auditory (mendengarkan), isi yang di transmisikan bersifat dangkal dan tidak dapat diulang, identik dengan musik, mengandung fading dan gangguan teknis. akrab dan hangat, suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar. Ciri-ciri radio adalah: heterogen, personal, aktif, reflektif, interpretatif, kritis dan selektif dalam pemilihan gelombang transmisi sesuai selera.

Radio juga merupakan media auditori (hanya dapat didengar), tetapi murah, populer, dan dapat dibawa atau didengarkan dimana saja.

Komunikasi. setengah dari imajinasi, karena seperti setengah buta, radio memutilasi banyak suara dan mencoba memvisualisasikan suara penyiar.<sup>22</sup>

Kemudian radio mempunyai beberapa karakteristik diantaranya: dapat didengar ketika siaran, dapat didengar kembali bila siaran ulang, daya pengaruh kurang atau rendah, pengolahan secara elektronik, biaya operasional relatif murah, daya jangkau populasi luas.<sup>23</sup>

Media radio dilihat dari kelebihan dan kelemahannya yaitu:

#### Kelebihan Radio

- a) Langsung.
- b) Cepat. Dari segi penyampaian pesan, radio memiliki kecepatan yang sulit ditandingi oleh media lain.
- c) Menciptakan gambar dalam ruang imajinasi pendengar.
- d) Tanpa batas. Radio tidak dibatasi oleh batas geografis maupun demografis.
- e) Tidak banyak pernik. Dibandingkan media lain, pada peliputan berita radionya cukup satu orang dengan membawa kelengkapan berupa microphone dan sebuah handphone untuk melaporkan sesuatu secara langsung.
- f) Hangat dan dekat.
- g) Mendidik. Radio sangat efektif dipakai sebagai media pendidikan.

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 13

<sup>23</sup> Hidajanto Djamil dan Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Penyiaran* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hal. 59.

- h) Memberi manfaat bagi individu dan masyarakat.<sup>24</sup>

#### Kelemahan Radio

1. Durasi program terbatas.
2. Sifat radio adalah audiotori,
3. Mengandung gangguan.
4. Non visual.

### **B. Penelitian Terdahulu**

Pembahasan strategi komunikasi penyiar radio dalam menarik minat pendengar belum banyak dibahas sebagai karya ilmiah yang mendalam khususnya di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, atas dasar ini dirasa perlu untuk menulis penelitian sebelumnya. Dan yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Skripsi karya Ulya Afifiyati, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga 2019 dengan judul “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar” yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif, menghasilkan kesimpulan gaya penyiar dalam menyapa pendengar dan strategi komunikasi penyiar dalam meningkatkan pendengar mengacu pada 5 teori Harold D. Lasswell yaitu *Who* (siapa atau komunikator), *Says What* (pesan apa), *In Which Channel* (media apa yang digunakan), *To Whom* (pada siapa atau komunikan), *With What Effect* (efek apa yang diharapkan). Sedangkan penulis membahas strategi

---

<sup>24</sup> Tommy Suprpto, *Berkarir di Dunia Broadcasting*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006), hal. 145

komunikasi penyiar radio dalam menarik minat pendengar berdasarkan ketentuan yang ada di RAU 105 FM

2. Skripsi karya Muammar, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan 2021 dengan judul “Strategi Radio Start FM Panyabungan Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Lembaga Siaran Radio Yang Diminati Masyarakat” yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif menghasilkan kesimpulan program-program Radio Start FM dan strategi penyiar ada 4 yaitu:
  - a. Strategi Kesesuaian: Strategi yang dilakukan di radio Start Fm pada program siaran meliputi penjadwalan dan tipe program yang cocok untuk para pendengar dan untuk mempertahankan minat pendengar.
  - b. Strategi Pembentukan Kebiasaan: Dalam menjalankan strategi kebiasaan yaitu konten, program, penyiar dan lagu harus dibuatkan semenarik mungkin.
  - c. Strategi pengontrolan arus ini yaitu agar pendengar tidak bosan mendengarkan siaran.
  - d. Strategi daya penarik massa yaitu penyajian informasi selama bisa di terapkan untuk mempertahankan penting takaran segmen program yang disajikan itu menjadi daya tarik massa untuk tetap bertahan.

Dalam penelitian tersebut peneliti membahas strategi dalam mempertahankan eksistensi sedangkan penulis membahas strategi komunikasi untuk menarik minat pendengar.

3. Penelitian karya Mariyatul Qibtiyah, Dr. Murdiansya Herman, S.Sos., M.AP dan M. Agus Humaidi S.I.Kom.,M.I.Kom Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Kalimantan Tahun 2020 dengan judul “Strategi Radio Dalam Mempertahankan Minat Pendengar (Studi Deskriptif Pada Program Siaran Kopi Dangdut Pagi RDI Banjarbaru”, yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi radio dalam mempertahankan minat pendengar di Radio RDI Banjarbaru pada program kopi dangdut pagi menggunakan strategi kesesuaian, strategi pembentukan kebiasaan, strategi pengontrolan arus pendengar, strategi penyimpanan sumber-sumber program dan strategi daya penarik massa.

Faktor penghambat strategi radio dalam mempertahankan minat pendengar tidak luput dari 5 strategi, strategi kesesuaian, strategi pembentukan kebiasaan, strategi pengontrolan arus pendengar, strategi penyimpanan sumber-sumber program dan strategi daya penarik massa yaitu Pertama, kesibukan penyiar. Kedua, hujan dan berpetir. Ketiga, mati lampu. Keempat pemancar radio rusak. Kelima, waktu penyajian program. Keenam, pada saat mati lampu playlist hilang dan ketidakcocokan antara pasangan penyiar.

Dalam penelitian tersebut, peneliti membahas strategi penyiar radio dalam mempertahankan pendengar untuk satu program acara saja, yaitu program Kopi Dangdut Pagi, sedangkan penulis menarik minat pendengar dan tidak berfokus pada satu program acara.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Radio 105 RAU FM Padangsidimpuan yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman No.219 Kota Padangsidimpuan Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan adanya permasalahan tentang bagaimana strategi komunikasi penyiar dalam menarik minat pendengar. Alasan peneliti mengambil tempat penelitian di Radio 105 RAU FM Padangsidimpuan, karena Radio ini sudah lama berdiri dari radio yang lainya dan juga pada zaman sekarang radio sudah berkurang peminatnya, Oleh karena itu dan perlu dikaji secara mendalam dan lokasi tersebut sepatutnya layak diteliti.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini direncanakan akan berlangsung pada bulan Januari 2023 sampai dengan Mei 2023 yang direncanakan dengan jadwal penelitian sebagaimana yang dilampirkan. Waktu yang ditetapkan ini dipergunakan dalam rangka pengambilan data untuk mendapatkan hasil penelitian.

Adapun rincian kegiatannya adalah sebagai berikut : Di mulai pada tahap pra penelitian, tahap penyusunan dan pengembangan proposal penelitian, tahap penyusunan instrumen penelitian (yang termasuk panduan wawancara dan panduan observasi), selanjutnya tahap seminar

proposals, tahap perbaikan proposal, berikutnya pengumpulan data sewaktu observasi lapangan, dan tahap analisis data, tahap penulisan naskah laporan penelitian, selanjutnya perbaikan penulisan naskah laporan penelitian dan diakhiri dengan sidang.

## **B. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.<sup>25</sup> Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati dan diarahkan pada latar dan individu secara utuh.<sup>26</sup>

Penggunaan penelitian kualitatif lebih tepat untuk penelitian ini, karena peneliti ingin mengetahui secara mendalam bagaimana pihak RAU FM mempresentasikan diri mereka didepan masyarakat terutama pendengar mengenai strategi komunikasi dalam menarik minat pendengar. Dalam hal ini peneliti bermaksud untuk menarik kesimpulan atas realitas yang ada dipermukaan sebagai suatu ciri, karakter, tanda, model, gambaran tertentu, situasi ataupun fenomena tertentu.

---

<sup>25</sup> Albi Anggito dan Johan Seiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV. Jejak, 2018), hlm. 7.

<sup>26</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 82.



## 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan deskriptif, yaitu memaparkan tentang strategi komunikasi penyiar RAU FM dalam menarik minat pendengar. Metode deskriptif adalah metode dalam meneliti status kelompok manusia suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang,

## 3. Subjek Penelitian

Dengan ini yang menjadi subjek penelitian adalah semua orang yang menjadi informan baik primer dan sekunder secara keseluruhan.

### C. Sumber Data

Sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata upaya dan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Data adalah suatu yang diperoleh melalui suatu metode pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam sumber data, yaitu sebagai berikut:

#### 1) Data Primer

Data primer adalah data yang paling utama dan harus didapatkan seorang peneliti untuk mengumpulkan data yang dilakukan peneliti terhadap sebuah masalah dan untuk mendapatkan pemecahan masalah.<sup>27</sup>

Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah penyiar RAU FM keseluruhan, sebagai berikut:

- a. Nasrul Fadly, jabatan penyiar, alamat Tanobato

---

<sup>27</sup> Sri Wahyuningsih, *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, Dan Contoh Penelitiannya)* (Madura: Utm Press, 2013), hlm. 2.

- b. Widya Wandasari Lubis, jabatan penyiar alamat Kampung Selamat
- c. Eno Anggina, jabatan penyiar, alamat Panyanggar
- d. Nurul Mursyida (Ichik), jabatan penyiar, alamat Batangtoru

## 2) Data Sekunder

Data Sekunder dalam penelitian merupakan data yang digunakan sebagai pelengkap atau pendukung data. Adapun data pendukung dalam penelitian yang dilakukan penulis disini adalah direktur dan admin RAU FM, masyarakat yang mendengarkan radio tersebut, serta data yang tersedia atau sudah terkumpul untuk suatu data sebelumnya.

- a) T.Faisal Laksamana, SE., MH, alamat Jalan jenderal Sudirman No.219  
Kota Padangsidempuan , jabatan direktur PT RAU FM
- b) Masjuni, alamat Kampung Baru, jabatan admin PT RAU FM
- c) Adi, alamat Kampung Teleng Padangsidempuan Utara

## D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu langkah dalam aktivitas penulisan skripsi yang dilakukan penulis, sebab kegiatan ini menentukan keberhasilan suatu penulisan. Karena validitas nilai sebuah penulisan sangat ditentukan oleh data. Maka dalam penulisan ini penulis mencari data, adapun dalam bentuk pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu:

## 1. Observasi:

Observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistemik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.<sup>28</sup> Atau sering juga dikatakan sebagai metode yang digunakan untuk menghimpun data penulisan melalui pengamatan dan penginderaan. Observasi, yang digunakan penulis adalah observasi partisipan.<sup>29</sup>

Observasi non partisipan adalah observasi yang dalam pelaksanaannya observer tidak ikut ambil bagian dalam hal yang diteliti. Sedangkan observasi Partisipan adalah dimana penulis ambil bagian dalam kegiatan yang diteliti.<sup>30</sup> Maka adapun jenis observasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah observasi partisipan yaitu peneliti hanya, yakni mengutamakan teknik pengumpulan data melalui observasi peran serta atau pelibatan (*participant Observation*).

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi.<sup>31</sup> Ada dua jenis wawancara yaitu terstruktur dan tidak terstruktur, terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan secara terperinci dan tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas, tidak menggunakan pedoman yang tersusun.

---

<sup>28</sup> Hadari Nawawi, dan Martini Hadari, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: UGM Press, 1995) dalam Dalam Karmila "STRATEGI RADIO CEMPAKA ASRI BULUKUMBA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PENYIAR" Skripsi S1 Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Alauddin Makassar, 2018, hal. 58

<sup>29</sup> Sukardi, *Metodologi Penulisan Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 75.

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm. 75.

<sup>31</sup> *Ibid.*, hlm. 83.

Adapun jenis wawancara yang digunakan penulis adalah wawancara terstruktur. Wawancara akan dilakukan penulis kepada informan sebagai sumber data primer adalah penyiar RAU FM. Untuk data sekunder adalah direktur, admin RAU FM, dan pendengar.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi: Pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan seperti gambar, kutipan dan referensi lain.<sup>32</sup>

## **E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Proses pengolahan data dimulai dengan menyatukan data-data yang telah diperoleh dari penelitian lapangan, yaitu hasil observasi yang telah ditranskrip dalam bentuk catatan lapangan, wawancara dan dokumentasi berupa buku, gambar, foto dan lain sebagainya. diklasifikasikan dan dianalisis dengan memeriksa semua data yang tersedia. dari berbagai sumber.

Maka dari itu beberapa petunjuk yang diikuti dalam menentukan analisis data berikut:

1. Editing data, yaitu menyusun redaksi suatu data atau susunan kalimat yang sistematis.
2. Klasifikasi data, yaitu menyeleksi data dan mengelompokkannya sesuai dengan topik-topik pembahasan.
3. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari data yang masih kurang dan mengesampingkan yang tidak relevan.

---

<sup>32</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 60.

4. Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan sistematika pembahasan.
5. Interpretasi data, yaitu melakukan penafsiran terhadap data-data yang tidak diperoleh sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan.

Berdasarkan saran di atas, dapat disederhanakan bahwa serangkaian data yang di kumpulkan melalui teknik observasi, teknik wawancara dan dokumentasi digabungkan menjadi satu dan kemudian berusaha dibakukan, diolah dan diseleksi menurut jenis atau kelompoknya.<sup>33</sup>

#### **F. Teknik Uji Keabsahan Data**

Adapun yang harus dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yang akurat adalah sebagai berikut:

1. Dalam setiap penelitian kualitatif, peneliti hadir pada setiap tahapan penelitian, yang sangat membantu peneliti untuk memahami semua data yang terkumpul dalam penelitian.
2. Ketekunan dalam pengamatan, yang bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan dan isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Dengan kata lain, jika perpanjangan keikutsertaan yang menyediakan ruang lingkup maka kekuatan dalam pengamatan menyediakan kedalaman.
3. Triangulasi merupakan salah satu pendekatan yang dilakukan peneliti untuk menggali dan melakukan teknik pengolahan data kualitatif.

Triangulasi data yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang

---

<sup>33</sup>Ahmad Nizar Rangkuti, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Cita Pustaka Media, 2016), hlm. 149

memanfaatkan suatu yang diluar data itu. Untuk keperluan pemecahan atau sebagai pembanding terhadap data itu. teknik triangulasi bisa di ibaratkan sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Dalam teknik pengolahan data kualitatif, instrumen terpenting adalah dari peneliti itu sendiri.<sup>34</sup>

Pada prinsipnya triangulasi merupakan model pengecekan data untuk menemukan apakah sebuah data benar-benar sesuai dengan fakta. Sehingga kenyataan dan kejanggalan yang ada di lapangan perlu diuji kebenarannya. Dengan teknik ini maka penulis akan menggunakan triangulasi sumber yaitu membanding dan mengecek ulang derajat informasi yang diperoleh peneliti dari sumber yang berbeda.

---

<sup>34</sup>Lexy, J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 135

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Temuan Umum

##### 1. Letak geografis PT Radio Adi Utama (RAU) FM

PT Radio Adi Utama (RAU) FM salah satu media elektronik yang beroperasi di Kota Padangsidempuan Provinsi Sumatera Utara tepatnya di Jalan Jenderal Sudirman No.219 atau di seberang SMA.N.1 Padangsidempuan.

Nama Perusahaan	: PT. Radio Adi Utama Laksamana
Nama Udara	: RAU FM
Frekuensi	: 105 MHz
Sapaan Pendengar	: Rekan RAU
Semboyan	: Dari Jantung Kota Salak Kami Mengudara Untuk Menjadi Teman Setia Anda, Nyaman dan Bersahaja Dalam Jangkauan
Slogan	: <i>Your Lifestyle</i>
Layanan SMS dan Telepon	: 0822-9999-6105
Instagram	: raufmpadangsidempuan
Facebook	: Raupadangsidempuan
Twitter	: rau105fm

Email : [raufmpds@yahoo.com](mailto:raufmpds@yahoo.com) – [tfaisal@bi.go.id](mailto:tfaisal@bi.go.id)<sup>35</sup>

## 2. Sejarah Singkat RAU FM

RAU FM, adalah radio yang pertama berdiri pada jalur atau gelombang FM (*Frequency Modulation*) dan satu-satunya radio di Kota Padangsidempuan yang tergabung dalam Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI). Radio ini lahir dilatarbelakangi kepedulian kepada masyarakat khususnya generasi muda sebagai harapan masa depan bangsa, dimana generasi muda pendidikan pertama sesudah dalam keluarga, sekolah dan lingkungan. Jadi baik atau buruk generasi muda akan mewarnai dalam kehidupan masyarakat. Maka, kehadiran RAU FM diharapkan dapat memberi wadah yang positif, dalam suasana yang santai, menghibur dan mendidik.

Sejak berdiri tanggal 28 Desember 1994 RAU FM selalu berusaha menyajikan program acara yang terencana dan dirancang se-profesional mungkin serta tepat sasaran. RAU FM hadir untuk memberikan kepuasan akan hiburan kepada masyarakat dan pendengar dengan menyajikan informasi dan hiburan serta menjalin kerjasama dengan media-media terkemuka di Ibukota Jakarta, Kota Bogo Jawa Barat dan di Washington DC Amerika Serikat untuk menghadirkan beragam berita nasional, lokal/daerah dan internasional. Dan khusus untuk berita local (Tabagsel

---

<sup>35</sup> Buku Radio Bisnis Plan RAU 105 FM



sekitar) RAU FM bekerjasama dengan Media online/cetak Harian Tabagsel.<sup>36</sup>

### **3. Maksud dan Tujuan RAU FM**

Maksud didirikannya RAU FM di Kota Padangsidimpuan yaitu, dapat memberikan wadah bagi masyarakat khususnya generasi muda untuk menggunakan waktunya secara maksimal dan positif, karena pengembangan informasi Pendidikan, menumbuhkan kecintaan kepada budaya daerah dengan tujuan pengembangan budaya bangsa oleh generasi muda sehingga akan menghasilkan generasi-generasi yang berkualitas.

### **4. Tujuan didirikan RAU FM:**

- a. Tujuan jangka pendek RAU FM adalah tempat berkumpul dan berkreasi anak muda dalam mengembangkan potensi dan dalam rangka mencari identitas diri.
- b. Tujuan jangka menengah RAU FM adalah menjadi sarana Pendidikan bagi anak muda untuk mengembangkan kualitas diri.
- c. Tujuan jangka panjang adalah menjadikan generasi muda yang mandiri, kreatif dan bertanggung jawab sebagai generasi muda bangsa. Memberikan keuntungan dan kesejahteraan bagi semua pihak yang terkait.

---

<sup>36</sup> Buku Radio Bisnis Plan RAU 105 FM

## 5. Visi dan Misi RAU FM

- a. Visi RAU FM adalah menjadi radio professional yang terdepan dan mampu berperan dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat Kota Padangsidempuan<sup>37</sup>
- b. Misi RAU FM adalah:
  - 1) Menyajikan produk siaran yang mencerdaskan
  - 2) Membentuk dan memberdayakan sumber daya manusia dalam rangka peningkatan kualitas hidup masyarakat.
  - 3) Meningkatkan efektivitas sarana untuk penunjang kelancaran bersiaran
  - 4) Memberikan nilai tambah terhadap lingkungan sekitar<sup>38</sup>

## 6. Semboyan dan Slogan RAU FM

Untuk mewujudkan visi dan misi radio, RAU FM memiliki semboyan “Dari jantung kota salak kami mengudara untuk menjadi teman setia Anda, nyaman dan bersahaja dalam jangkauan”, serta memiliki slogan “*Your Lifestyle*”.

Berdasarkan wawancara peneliti bersama Direktur RAU FM Bapak T. Faisal Laksaman SE, MH., semboyan dan slogan tersebut memiliki makna RAU FM siap menjadi teman bagi generasi muda dalam mengembangkan bakat dan potensi, menjadi wadah yang tepat dalam

---

<sup>37</sup> Buku Radio Bisnis Plan RAU 105 FM

<sup>38</sup> *ibid*

menyalurkan kegiatan-kegiatan positif, dan tempat ternyaman untuk mendapatkan edukasi dan hiburan. Adapaun slogan “Your Lifestyle” sebagai pelengkap makna semoyan RAU FM, dalam artian semua masyarakat akan dirangkul tanpa adanya batasan umur di setiap program acaranya. Slogan ini juga lebih ditekankan kepada penyiar agar bisa menjadi penyiar dengan ciri khas masing-masing dan lebih berwarna. Hal itu bertujuan agar penyiar menjadi orang terdekat di udara untuk para pendengar di setiap kalangan usia.

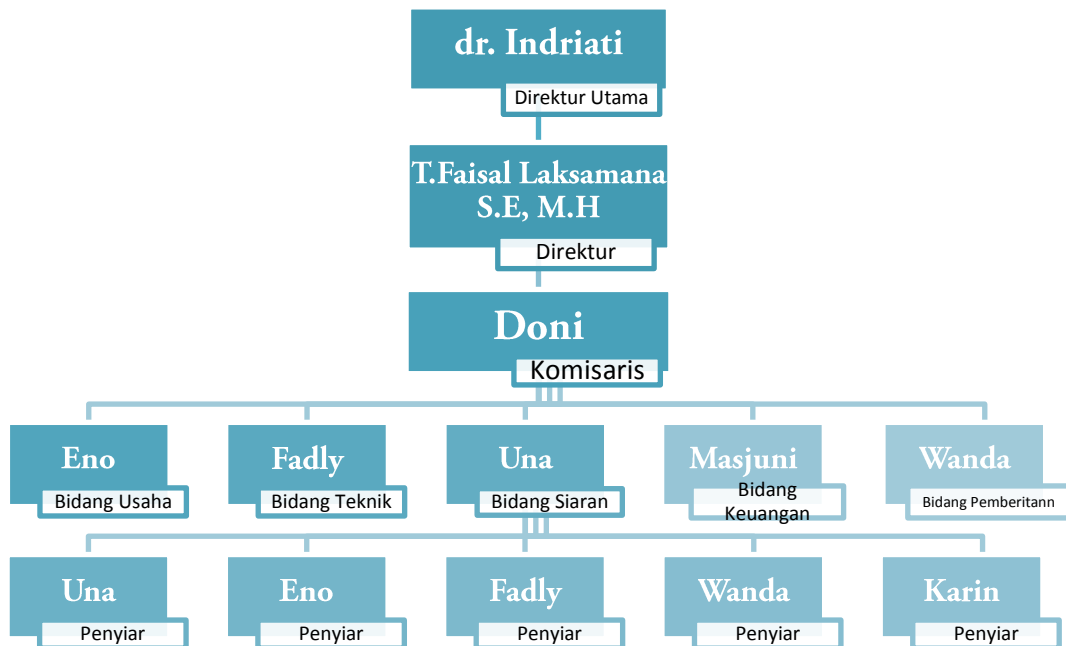
#### **7. Segmentasi Pendengar**

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Ibu Masjuni selaku admin RAU FM menyatakan bahwa: Masyarakat Kota Padangsidimpuan berdasarkan data BPS 2020, potensi pendengar di wilayah ini sebesar 225.105 jiwa. Dari jumlah tersebut RAU FM memilih segmentasi pendengar yang berusia antara 15-50 tahun berjumlah 134.155 jiwa dengan komposisi jenis kelamin.

Laki-laki : 45% (60.369 jiwa)

Perempuan : 55% (73.785 jiwa)

## 8. Struktur Kepengurusan RAU FM



## 9. Sarana dan Prasarana di RAU FM

Sarana menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) berarti alat atau media atau segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan. Prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses (usaha, pembangunan, proyek, dsb). Berikut ini sarana dan prasarana yang tersedia di RAU FM. Adapun peralatan yang digunakan dalam proses produksi siaran RAU FM, yaitu:

- Komputer:** Komputer tentu saja perangkat dasar radio, berguna untuk memasukkan *input* dan memproses data dengan mengeluarkan hasil

*output* yang kita inginkan dan bekerja secara otomatis. Dikerjakan dengan *software* atau aplikasi dan tersimpan melalui media penyimpanan data.

- b) *Mixer* adalah alat pengatur, pengolah dan perekam suara. Dengan menggunakan *mixer*, suara yang tadinya kurang bagus, *trouble* dan *noise* akan disempurnakan.
- c) *Microfon* merupakan alat untuk mengubah gelombang bunyi atau suara menjadi gelombang listrik kemudian menyiarkannya melalui pengeras suara (*speaker*) atau alat perekam.
- d) *Headphone* merupakan alat dengar yang berfungsi sebagai panduan untuk memonitoring kekuatan volume suara penyiar.
- e) Laptop, komputer pribadi yang dapat dipindahkan dan dibawa dengan mudah sehingga dapat digunakan di banyak tempat.
- f) *Smartphone*, merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk berkomunikasi lebih dekat lagi dengan orang lain. Ini digunakan untuk berkomunikasi di media sosial seperti Facebook, Instagram dan Tiktok.
- g) Kamera, merupakan alat perekam foto dan video yang peka cahaya. Alat ini digunakan sebagai sarana untuk siaran langsung dari Facebook RAU FM.
- h) Telepon hybrid: merupakan sebuah alat yang mengonversi sambungan telepon biasa ke mixer siaran. Dengan ini, penyiar bisa berkomunikasi

langsung dengan pendengar. Biasanya hybrid diaktifkan sebelum fader mixer digeser keatas, hal ini mengantisipasi adanya bunyi yang tidak diinginkan terdengar oleh pendengar radio.

- i) *Transmitter*, yaitu media yang digunakan sebagai pemancar. Dalam radio, yaitu suatu perangkat elektronik yang menghasilkan gelombang radio dengan antena. Pemancar itu sendiri menghasilkan arus bolak-balik frekuensi radio, yang diberikan ke antena.

## **B. Temuan Khusus**

### **1. Program Acara RAU FM**

Keberhasilan stasiun radio dalam mengelola acara dan pengaturan jadwal siaran menjadi tujuan utama dari penyelenggaraan radio. Untuk mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidimpuan agar tetap menjadi pendengar setia dalam mendengarkan radio, maka setiap radio tentu memiliki program unggulan yang disajikan.

Peluang dimungkinkan untuk menarik perhatian adalah pembuatan acara yang mampu menjawab kebutuhan para pendengar dan penjadwalan acara yang tepat baik dari segi waktu maupun kondisi sosiopsikologis pendengar.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, peneliti menemukan ada beberapa siaran yang digunakan di radio RAU FM serta memiliki program unggulan, yakni informasi, hiburan kemudian format musik yang disiarkan, program acara radio sebagai berikut:

- a. Selamat Pagi Sidimpuan : Senin-Minggu pukul 07.00-12.00 WIB.  
Program acara pagi hari mulai dari informasi cuaca, kesehatan, ekonomi, bisnis, gaya hidup, wisata, kuliner, relai berita, talkshow dengan berbagai tema, dan request pagi.
- b. Duta (Dunia Kita) : Program acara pagi menjelang siang hari mulaidari hari Senin sampai Jum'at pukul 10.00-12.00 WIB yang disiarkan dengan info female, gaya, muslimah, tips, karier, request siang, OBSESI (Obrolan Seputar Tsaqofah Islami), serta talkshow bersama OPD se-Tabagsel.
- c. RAU Memory : program acara pada siang hari Senin-Sabtu pukul 12.00-14.00 dan di hari Minggu pukul 13.00-14.00 yang disiarkan dengan pemutaran lagu-lagu lama yang disertai dengan pemberian informasi seputar kesehatan dan gaya hidup dengan sasaran pendengar usia 40-an ke atas.
- d. Ketabo Tu Sidimpuan : program acara lokal setiap Senin-Jum'at pukul 14.00-16.00 WIB yang disiarkan dengan request lagu Batak dan Tapsel.
- e. RAU Slow Down : setiap Senin-Jum'at Pukul 16.00-20.00 yang disiarkan dengan segmen Request Sore di formasi Pukul 16.00-18.00, dilanjutkan dengan lagu religi dan ceramah Ustadz somad menjelang magrib hingga berita VoA di fomasi pukul 19.00 dan memutarakan audio record dari Radio Edukasi Kemendikbud.

- f. Program Anak-anak : program acara pagi setiap hari Minggu pukul 09:00-10:00 WIB yang disiarkan dengan pentas anak khusus anak usia 3-12 tahun seperti pidato, membaca puisi, baca al-Quran, dogeng dan masih banyak lagi.
- g. Kita dan Budaya : program acara pagi menjelang siang hari setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 10.00-12.00 WIB yang disiarkan dengan info budaya, wisata, tips, travel, dan lifestyle.
- h. Program Religius : program acara setiap hari pukul 00:00-11.00 WIB yang disiarkan dengan kuliah islam, inspirasi kita dan ceramah Ust. Somad, cakrawala islam, kisah mulia, Al-kabair, mutiara islam setiap selesai adzan.
- i. Request Weekend : program acara siang menjelang sore hari di setiap Sabtu dan Minggu pukul 14.00-16.00 yang disiarkan dengan lagu Pop Indonesia, Pop Barat, dan Dangdut.
- j. Night With Us : program acara pada malam hari Senin-Minggu mulai pukul 20.00-24.00 yang disiarkan dengan segmen anak muda, curhat, dan pemutaran lagu-lagu baru dan trendi di setiap malam mulai pukul 22.00-24.00 disertai dengan info seputar gaya hidup, teknologi, tren, dan yang berkaitan dengan anak muda.
- k. Karaoke Malam Minggu : program acara pada malam hari setiap malam Minggu atau Sabtu malam pukul 20.00-22.00 yang disiarkan segmen kaula muda berekspresi bernyanyi dari rumah dan studio.



- l. Berbalas Pantun : program acara pada malam hari setiap hari Selasa pukul 20.00-22.00 yang disiarkan berbalas pantun berbahasa daerah Tabagsel dan bahasa Indonesia.
- m. Jum'at Berkah : program acara pada setiap hari Jum'at dengan membagikan nasi bungkus atau sembako kepada orang-orang tukang becak dan petugas kebersihan Kota Padangsidempuan.<sup>39</sup>

Berdasarkan hasil penelitian observasi peneliti, program acara RAU FM dibagi dalam beberapa kategori, yaitu:

- a. Edukasi, dimana program acara yang disajikan memberikan desain audio yang isinya mendidik masyarakat untuk tahu, seperti acara Relay langsung yang bekerja sama dengan Kantor Berita Radio Jakarta dalam hal talkshow dan berita, Voice of America (VOA) dalam hal berita nasional dan internasional, dan untuk berita daerah bekerja sama dengan koran Harian Tabagsel.
- b. Hiburan, program yang disajikan bertujuan memberikan hiburan kepada pendengar, seperti Request Time, RAU Slowdown, Malam Curhat, Karoke Malam Minggu dan Observasi RAU.
- c. Daerah, program acara yang mempertahankan budaya daerah Tabagsel dengan Berbalas Pantun di setiap Selasa malam dan Kilas Utama

---

<sup>39</sup> Dokumentasi Pada Brosur RAU FM Padangsidempuan, pada tanggal 25 Februari 2023 Pukul 14:00 WIB.

Daerah untuk memberikan informasi terkini kepada pendengar tentang apa yang sedang terjadi di Padangsidempuan dan sekitarnya.

- d. Religi, program acara yang menyajikan keagamaan, khusus untuk RAU FM yang disiarkan adalah kajian-kajian islam, yaitu Talkshow bersama Kementerian Agama Kota Padangsidempuan setiap Selasa dan Rabu sore, Obrolan Seputar Tsaqofah Islami setiap Jum'at siang, Kisah Mulia, Mutiara Islam, dan Ceramah Ustadz Somad di setiap subuh.
- e. Sosial, program acara atau kegiatan yang dilakukan bersama masyarakat, yaitu RAU FM Peduli Jum'at berkah yang setiap Jum'at berbagi nasi kepada para tukang becak dan petugas kebersihan di sekitaran Kota Padangsidempuan.

## **2. Strategi komunikasi penyiar yang diterapkan oleh Radio Adi Utama 105 FM Padangsidempuan dalam menarik minat pendengar**

Tag line RAU yang setiap hari di udarakan yaitu *You're life style* adalah salah satu ciri khasnya RAU FM yang menandakan bahwasanya penyiar RAU FM dengan pendengarnya lebih dekat tanpa adanya batasan usia, kemudian penyiarnya bisa berinteraksi dengan Pendengar sesuai dengan ciri khas penyiarnya masing-masing tidak ada ketentuan dan peraturan yang monoton. Dengan tujuan agar pendengar mampu mengenali suara siapa saja penyiar yang akan bertugas, atau secara singkatnya menunjukkan ciri khas RAU FM yang beragam terutama gaya penyampaian pada penyiar kepada

pendengar semua kalangan dan penyiar juga harus memiliki wawasan yang luas juga karena semua pendengar mencakup semua kalangan.

Hasil dari wawancara bersama direktur utama, direktur RAU FM , admin serta penyiar RAU FM sesuai dengan rumusan masalah tentang Strategi Komunikasi Penyiar RAU FM dalam Menarik Minat Pendengar, yaitu:

a. Strategi Perhatian (*Attention*) :

Strategi yang dilakukan di RAU FM dalam menarik minat pendengar adalah mencari dan melihat sesuatu hal yang sedang trendi atau sedang diminati oleh masyarakat. Penyiar dituntut untuk menjadi lebih perhatian, lebih peka terhadap hal-hal yang sedang hangat ditengah masyarakat mulai dari musik, gaya hidup, fashion, trend dan lain sebagainya. Dalam wawancara bersama RJ Fadly beliau menyampaikan bahwa:

Kami para penyiar harus peka terhadap sekitar terutama hal-hal yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan sesuatu yang baru setiap harinya yang nanti disajikan dengan sedemikian rupa.<sup>40</sup>

Dalam wawancara bersama penyiar, masing-masing menyampaikan hal yang sama dalam strategi perhatian ini, yaitu:

- 1) Selalu menanyakan kabar pendengar di setiap opening voice program
- 2) Menanyakan apa yang sedang disukai atau diminati para pendengar
- 3) Memastikan siaran RAU FM selalu baik dengan menanyakan para pendengar di setiap jam request

---

<sup>40</sup> Nasrul Fadly, Wawancara dengan Penyiar RAU FM pada tanggal 18 Maret 2023, Pukul: 10.25 WIB.

4) Rajin melihat sosial media terutama WhatsApp untuk mengetahui hal apa yang sedang disukai masyarakat

b. Strategi Ketertarikan (*Interest*)

Dalam menarik minat pendengar, penyiar RAU FM menggunakan strategi ketertarikan (*interest*), yaitu perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang suatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi pendengar.

Berdasarkan wawancara bersama RJ Ichik ia mengatakan:

Kami para penyiar harus bisa dan cepat tanggap tertarik dengan masalah. Isu, ataupun hal-hal yang sangat diinginkan oleh masyarakat. Ketertarikan terhadap suatu hal menjadi hal yang harus ada dalam diri penyiar RAU FM agar bisa menarik para pendengar terkhususnya di Tabagsel dan umumnya sedunia.<sup>41</sup>

Dengan ketertarikan yang ada dalam diri penyiar, RAU FM tetap menetapkan aturan pada penyiar untuk berhati-hati terhadap ketertarikan tersebut agar minat pendengar semakin bertambah atau tetap setia mendengarkan RAU FM. Sebagaimana wawancara bersama Admin RAU FM Ibu Juni beliau berkata bahwa:

Pada saat proses penerimaan penyiar baru kami memberikan arahan kepada penyiar terhadap apa saja aturan yang ada di RAU FM terutama di bidang penyiarnya. Penyiar diberikan aturan ketika ingin memberikan info, berita daerah, memutar musik dan masih banyak lagi. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari segala hal yang menjadi kemungkinan buruk nantinya.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Nurul Mursida (Ichik), Wawancara dengan Penyiar RAU FM pada tanggal 20 Maret 2023, Pukul: 15.10 WIB.

<sup>42</sup> Masjuni, Wawancara dengan Admin RAU FM pada tanggal 18 Maret 2023, Pukul: 11.40 WIB.

Berdasarkan wawancara tersebut, penyiar RAU FM mewujudkan strategi ketertarikan dengan sebagai berikut:

- 1) Menyusun atau menulis skrip siaran dengan bahasa yang mengandung unsur ketertarikan yang disesuaikan di setiap programnya
- 2) Untuk jam request penyiar selalu memakai kalimat ajakan seperti, *It's Request Time*, yuk gabung bareng kita untuk *request* lagu kesayangan kamu, buat kamu yang udah ngak sabaran skuy langsung gabung untuk *request* lagu kesayangan kamu dan kalimat-kalimat menarik lainnya.
- 3) Penyiar mampu menyesuaikan suaranya sesuai dengan program acara yang dibawakan. Seperti program acara pagi hingga sore hari dan request time memakai tipe suara yang ceria, riang dan ramah. Untuk program acara khusus RAU Memory memakai tipe suara yang penuh perhatian dan lembut dikarenakan segmen tersebut untuk usia 40-an ke atas. Sedangkan untuk program acara di malam hari memakai tipe suara rendah, yang disesuaikan dengan malam hari yang identic dengan istirahat.

c. Strategi Keinginan (*Desire*)

Selanjutnya adalah keinginan untuk mewujudkan segala rasa perhatian dan ketertarikan dengan berbagai cara. Strategi keinginan ini adalah kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian. Penyiar RAU FM memiliki keinginan untuk mengolah rasa perhatian dan ketertarikan menjadi suatu hal yang menarik minat pendengar

yang nantinya bakal dimuat dalam bentuk audio maupun video yang nantinya akan diupload di sosial media RAU FM. Berdasarkan wawancara bersama RJ Wanda ia mengatakan bahwa:

Penyiar RAU FM harus giat dan rajin dalam menarik minat pendengar melalui media sosial yang sangat diutamakan saat ini. Karena radio zaman now adalah radio yang mampu bersaing melalui media sosial, baik itu Facebook, Instagram, Twitter, Youtube bahkan Tiktok. Segala perhatian dan ketertarikan terhadap suatu hal dituang dalam bentuk audio seperti info atau berita daerah serta melalui video seperti challenge, sipaling tau dan masih banyak lagi.<sup>43</sup>

Selain itu Direktur RAU FM menekankan kepada setiap penyiar untuk terus berkembang terutama dalam menggunakan media sosial. Sebagaimana wawancara bersama Direktur RAU FM beliau mengatakan bahwa:

Kami mengajarkan para penyiar untuk dekat dengan para pendengar jangan hanya di udara saja, tapi bisa dekat melalui media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, Youtube bahkan Tiktok. Bagi penyiar yang kurang paham terhadap penggunaan media sosial penyiar yang lain akan membantu. Selain itu kami juga menghadirkan para mentor dari Medan yaitu Ivo dan Faris untuk menambah wawasan penyiar. Ivo di bidang penyiaran dan Faris di bidang media sosial. Begitulah cara kami membuat penyiar agar bisa lebih dekat dengan para pendengar dan menarik minat pendengar<sup>44</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut, strategi keinginan diwujudkan dengan,:

---

<sup>43</sup> Widya Wanda Sari, Wawancara dengan penyiar RAU FM pada tanggal 20 Maret 2023, Pukul: 16.00 WIB.

<sup>44</sup> T. Faisal Laksamana, Wawancara dengan Direktur RAU FM pada tanggal 18 Maret 2023, Pukul: 10.25 WIB.

- 1) Membuat flayer untuk setiap request time, dan foto ataupun video motivasi pagi di setiap program acara Selamat Pagi Sidimpuan
- 2) Memanfaatkan aplikasi Tiktok dan CapCut yang sedang digandrungi masyarakat dengan membuat video challenge, suka ini atau itu serta memanfaatkan lagu lagu yang sedang viral baik daerah, nasional dan internasion
- 3) Belajar tentang media sosial, penyiaran, penulisan skrip, editing bersama mentor yang telah didatangkan oleh pimpinan dan kemudian mengaplikasikannya ke dalam bentuk teks, audio, visual, dan audio visual

d. Strategi Keputusan (*Decision*)

Dalam menjalankan strategi ini yang dilakukan oleh RAU FM yaitu dengan melakukan evaluasi penyiar dan survey kepada pendengar kepada pendengar terhadap program acara RAU FM. Evaluasi penyiar ini dilakukan setiap bulannya untuk melihat sudah sejauh mana progress penyiar terutama dalam menarik minat pendengar baik itu di udara maupun di sosial media. Evaluasi ini dilakukan di setiap akhir bulan. Dari evaluasi inilah para penyiar lebih dituntut untuk berkembang sesuai gaya masing-masing agar para pendengar bisa dengan mudah mengenal penyiar meski hanya melalui suara. Berdasarkan wawancara bersama Admin RAU FM Ibu Juni beliau mengatakan bahwa:

Disetiap bulan di akhir bulan itu kami melakukan rapat untuk saling evaluasi baik itu dari atasan ke bawahan maupun sesama penyiar sendiri. Hal itu kami lakukan agar para pendengar tidak bosan bahkan pendengar semakin bertambah dan tertarik untuk mendengar RAU FM. Kemudian penggunaan sosial media RAU FM yang sangat di dorong perkembangannya dari penyiar untuk mengakrabkan diri dengan pendengar sehingga pendengar betah dengan kami.<sup>45</sup>

Sebagaimana wawancara bersama RJ Eno ia mengatakan:

Penyiar RAU FM menggunakan sistem shift, jadi tidak monoton penyiarnya harus itu. Untuk berkembang kami juga mendengarkan permintaan pendengar yang terkadang menginginkan penyiar tertentu yang membawakan program ini dulu atau lainnya. Kalau di jam request apalagi yang melalui via telepon dan WhatsApp kami menyusun jadwal itu agar masing-masing penyiar mendapatkan setidaknya sekali dalam seminggu sehingga kedekatan dengan pendengar terjalin dan pendengar tetap memiliki minat mendengarkan RAU FM. Tentu shift ini juga berdasarkan hasil rapat dari penyiar dan disetujui oleh Admin, Direktur dan Direktur Utama RAU FM.<sup>46</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa strategi keputusan diwujudkan dengan:

- 1) Membuat jadwal masuk penyiar dengan pergantian sedikitnya sekali dalam sebulan dan paling lama sekali dalam 3 bulan
- 2) Membuat Standar Operasional Prosedur (SOP)

---

<sup>45</sup> Masjuni, Wawancara dengan Admin RAU FM pada tanggal 18 Maret 2023, Pukul: 11.40 WIB.

<sup>46</sup> Eno Anggina, Wawancara dengan penyiar RAU FM pada tanggal 20 Maret 2023, Pukul: 09.15 WIB.



3) Menentukan materi-materi yang dibawakan di setiap program nya paling lambat 1 jam sebelum siaran

e. Strategi Tindakan (*Action*)

Strategi terakhir adalah tindakan. Ini merupakan hal yang paling penting dari startegi sebelum-sebelumnya. Tindakan diperlukan untuk mewujudkan perhatian, ketertarikan, keinginan dan keputusan. Tindakan yang dilakukan penyiar RAU FM dalam mewujudkan strategi-strategi sebelumnya adalah dengan membuat program acara lebih berwarna dengan berita terkini, musik dan info yang diminati masyarakat, berita kehilangan, berita duka dan masih banyak lagi. Salah satu kegiatan yang sangat diminati pendengar RAU FM adalah RAU FM Peduli Jumat Berkah dimana para pendengar sangat senang mendengar live report di setiam Jumat pagi yang membuat mereka lebih bersyukur masih diberikan kesempatan pada saat ini terutama dari kalangan tukang becak yang menjadi sasaran kegiatan Jumat Berkah. Berdasarkan hasil wawancara bersama salah seorang tukang becak penerima Jumat Berkah Bapak Adi mengatakan:

Kami tukang becak ini merasa terbantu sekali inang dengan adanya kegiatan jumat berkah ini. Terimakasih lah inang yang sebanyak banyaknya. Kegiatan jumat berkah ini adalah yang kami tunggu karena walau hanya di setiap jumat setidaknya sudah meringankan beban kami dengan nasi bungkus ini inang. Lauknya ada tiga macam bisa kami bawa ke rumah makan sama keluarga.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Adi, Wawancara dengan penerima Jumat Berkah RAU FM pada tanggal 5 Mei 2023, Pukul: 09.10 WIB.

Selanjutnya, penyiar RAU FM dalam membuat iklan dikemas dengan sebaik mungkin sesuai keinginan dari sang pengiklan. Dan yang menariknya penyiar satu orang penyiar bisa menjadi beberapa karakter dalam satu waktu untuk memberikan hasil yang terbaik. Terutama iklan dengan bahasa daerah penyiar akan mengemas iklan tersebut sesuai dengan penyampain, gaya bahasa dan logat yang sangat diminati masyarakat. Sehingga penyiar dikenal dengan iklan yang masing-masing mereka bawakan. Seperti wawancara bersama RJ Fadly ia mengatakan bahwa:

Kita penyiar disini ada kekhasan masing-masing ketika menjadi VO (Voice Over). Ada yang bisa menjadi anak-anak, orang tua, lansia, sedang sakit, baahagia, cerewet, tukang urus dan masih banyak lagi. Jadi tidak hanya program tapi juga iklan sangat diminati masyarakat dan kami para penyiar bisa sangat disukai pendengar hanya dari sebuah iklan

Kemudian penyiar juga dituntut untuk bisa membawakan berbagai program acara tidak hanya satu sebagai tindakan antisipasi apabila salah satu diantara penyiar tidak bisa bertugas pada jamnya. Seperti program *relay* KBR yang bekerja sama dengan Kantor Berita Radio di Jakarta yang menyajikan talkshow isu terhangat di masyarakat. Penyiar harus mampu menjalankan program tersebut tanpa terkecuali. Sama halnya dengan VOA (*Voice of America*), sebuah program acara yang menyajikan berita internasional sebagai headline news dan apa yang sedang terjadi di dunia. Sebagaimana wawancara bersama RJ Fadly:

Kami penyiar diajarkan dalam membawakan program relay KBR dan VOA sebagai bentuk antisipasi pimpinan dan senior apabila

salah satu diantara kami berhalangan. Selain itu juga karena program ini salah satu program yang menarik perhatian di kalangan orang dewasa karena menyajikan informasi yang dibutuhkan sesuai aspek tertentu. Penyiar senior sangat mengingatkan akan KBR dan VOA ini agar kami selalu berhati-hati dan ingat untuk menjalankannya

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka strategi tindakan ini diwujudkan *dengan*.,:

- 1) Live Report atau laporan langsung tentang kejadian, peristiwa, kegiatan, acara yang sedang terjadi yang melibatkan RAU FM maupun tidak
- 2) Bekerja sama dengan media-media lain bertaraf daerah (Harian Tabagsel), nasional (Kantor Berita Radio Jakarta) dan internasional (Voice of America) untuk menyajikan berita, informasi terkini kepada masyarakat
- 3) Bekerja sama bersama Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Se-Tabagsel dalam hal talkhow kesehatan dan edukasi, seperti Kejari Padangsidempuan, Kepolisian, Kodim 0212, Prokopim Kota Padangsidempuan dan Kabupaten Tapanuli Selatan
- 4) Bekerja sama dengan beberapa label musik Indonesia seperti Nagaswara dan AFE Records untuk memberikan kualitas music yang lebih baik
- 5) Melaksanakan survey kepada pendengar melalui link yang telah ditentukan oleh pimpinan
- 6) Evaluasi penyiar yang dilaksanakan setiap akhir bulan untuk menunjang produktivitas dan kreativitas penyiar

7) Selalu menyertakan website streaming RAU FM di setiap postingan di sosial media

Selain itu ada berbagai tindakan lainnya yang dilakukan RAU FM agar menarik minat pendengar seperti kuis hadiah menarik, perlombaan, mensponsori kegiatan di daerah Samora, ada dalam berbagai event yang bisa dijangkau RAU FM. Tentu semua itu juga tidak lepas dari peran sang penyiar yang terlibat dalam tindakan tersebut. Seperti bertanya kepada para pendengar apa yang disukai, memberikan tips dan trik yang sedang diminati. Kemudian sikap dalam mewujudkan semua strategi itu juga sangat diperhatikan. Para penyiar selalu diingatkan untuk bersikap ramah dan tamah, tidak boleh membawa masalah pribadi ketika sedang on air, dan yang paling utama bersikap profesional dalam pekerjaan dan kepada pendengar.

### **C. Analisis Pembahasan**

Analisis pada penelitian kali ini peneliti akan menyajikan data yang diperoleh dengan lengkap dan terperinci dari hasil observasi dan wawancara tidak terstruktur yang telah dilakukan oleh peneliti pada objek penelitian yaitu strategi yang digunakan oleh peneliti pada objek penelitian yaitu strategi AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*) yang dilakukan oleh RAU FM dalam menarik minat pendengar.

RAU FM yang beroperasi di Jl. Jendral Sudirman No.219 Kota Padangsidimpuan. RAU FM telah berdiri pada tahun 1994 dengan semboyan

*“the best radio station in Padangsidempuan 105 RAU FM you’re life style”*serta mempunyai visi dan misi radio masyarakat umum yang mampu menyajikan produk siaran yang infomatif, edukatif dan menghibur. Telah menyajikan acara- acara yang terjadwal dan disusun secara apik agar sesuai dengan target pendengar sebagai jaminan konsistensi siaran dalam rangka untuk menjaga persaingan engan radio yang lain sebagai jaminan konsistensi siaran dalam menarik minat pendengar. kemudian penyiar diberikan pengetahuan dan wawasan seputar penyiaran dan media sosial untuk mengembangkan segala kemampuan dari berbagai aspek agar menarik minat pendengar.

Dalam menarik minat pendengar, penyiar RAU FM membawakan program sesuai gaya setiap penyiar, memberikan kegiatan bahkan hiburan yang bervariasi. Selain itu, pendekatan kepada masyarakat dengan memberikan program, kegiatan sosial bahkan hiburan yang bervariasi tentu sangat mempengaruhi ketertarikan masyarakat agar terus mendengarkan RAU. Radio sebagai media yang informatif dan komunikatif dengan fasilitas interaksi melalui telepon, SMS, bahkan media sosial juga mampu membentuk hubungan timbal balik antara pendengar sehingga tidak menutup kemungkinan untuk menarik pendengar yang lain.

Pembuatan strategi yang sudah disesuaikan dengan keadaan perkembangan zaman, strategi yang harus diterapkan adalah menyeimbangkan antara hiburan dan kebutuhan mayarakat terhadap informasi teknologi dan

pengetahuan terbaru. Untuk memenangkan sebuah persaingan, maka diperlukan sebuah strategi khusus. Salah satunya adalah merujuk kepada penyiar karena kunci keberhasilan dari penyiaran adalah seorang penyiar. Penyiar harus memiliki perhatian, ketertarikan, keinginan, keputusan dan tindakan dalam menarik minat pendengar.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terkait tentang Strategi Komunikasi Penyiar RAU FM dalam Menarik Minat Pendengar yang telah peneliti uraikan, maka diambil kesimpulan,:

1. Program acara RAU FM ada sekitar 13 program, yaitu
  - a. Selamat Pagi Sidimpuan : Senin-Minggu pukul 07.00-12.00 WIB.
  - b. Duta (Dunia Kita) : Senin sampai Jum'at pukul 10.00-12.00 WIB.
  - c. RAU Memory : Senin-Sabtu pukul 12.00-14.00 dan di hari Minggu pukul 13.00-14.00
  - d. Ketabo Tu Sidimpuan : Senin-Jum'at pukul 14.00-16.00
  - e. RAU Slow Down : setiap Senin-Jum'at Pukul 16.00-20.00
  - f. Program Anak-anak : Minggu pukul 09:00-10:00 WIB
  - g. Kita dan Budaya : Sabtu dan Minggu pukul 10.00-12.00 WIB
  - h. Program Religius : program acara setiap hari pukul 00:00-11.00 WIB
  - i. Request Weekend : Sabtu dan Minggu pukul 14.00-16.00 WIB
  - j. Night With Us : Senin-Minggu pukul 20.00-24.00 WIB
  - k. Karaoke Malam Minggu : setiap malam Minggu atau Sabtu malam pukul 20.00-22.00 WIB
  - l. Berbalas Pantun : setiap hari Selasa pukul 20.00-22.00 WIB
  - m. Jum'at Berkah : program acara pada setiap hari Jum'at pagi.

Ke 13 program acara tersebut dibagi kedalam beberapa kategori yaitu, edukasi, hiburan, daerah, religi dan sosial

2. Penyiar RAU FM menggunakan teori AIDDA dalam menarik minat pendengar, yaitu

a. Strategi Perhatian (*Attention*)

1) Selalu menanyakan kabar pendengar di setiap opening voice program

2) Menanyakan apa yang sedang disukai atau diminati para pendengar

3) Memastikan siaran RAU FM selalu baik dengan menanyakan para pendengar di setiap jam request

4) Rajin melihat sosial media terutama WhatsApp untuk mengetahui hal apa yang sedang disukai masyarakat

5) Selalu menanyakan kabar pendengar di setiap opening voice program

6) Menanyakan apa yang sedang disukai atau diminati para pendengar

7) Memastikan siaran RAU FM selalu baik dengan menanyakan para pendengar di setiap jam request

8) Rajin melihat sosial media terutama WhatsApp untuk mengetahui hal apa yang sedang disukai masyarakat

b. Strategi Ketertarikan (*Interest*)

1) Menyusun atau menulis skrip siaran dengan bahasa yang mengandung unsur ketertarikan yang disesuaikan di setiap programnya



- 2) Untuk jam request penyiar selalu memakai kalimat ajakan
- 3) Penyiar mampu menyesuaikan suaranya sesuai dengan program acara yang dibawakan.

c. Strategi Keinginan (*Desire*)

- 1) Membuat flayer untuk setiap request time, dan foto ataupun video motivasi pagi di setiap program acara Selamat Pagi Sidimpuan
- 2) Memanfaatkan aplikasi Tiktok dan CapCut yang sedang digandrungi masyarakat dengan membuat video challenge, suka ini atau itu serta memanfaatkan lagu lagu yang sedang viral baik daerah, nasional dan internasional
- 3) Belajar tentang media sosial, penyiaran, penulisan skrip, editing bersama mentor yang telah didatangkan oleh pimpinan dan kemudian mengaplikasikannya ke dalam bentuk teks, audio, visual, dan audio visual

d. Strategi Keputusan (*Decision*)

- 1) Membuat jadwal masuk penyiar dengan pergantian sedikitnya sekali dalam sebulan dan paling lama sekali dalam 3 bulan
- 2) Membuat Standar Operasional Prosedur (SOP)
- 3) Menentukan materi-materi yang dibawakan di setiap program nya paling lambat 1 jam sebelum siaran

e. Strategi Tindakan (*Action*)

- 1) Live Report atau laporan langsung tentang kejadian, peristiwa, kegiatan, acara yang sedang terjadi yang melibatkan RAU FM maupun tidak
- 2) Bekerja sama dengan media-media lain bertaraf daerah (Harian Tabagsel), nasional (Kantor Berita Radio Jakarta) dan internasional (Voice of America) untuk menyajikan berita, informasi terkini kepada masyarakat
- 3) Bekerja sama bersama Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Se-Tabagsel dalam hal talkhow kesehatan dan edukasi.
- 4) Bekerja sama dengan beberapa label musik Indonesia seperti Nagaswara dan AFE Records untuk memberikan kualitas music yang lebih baik
- 5) Melaksanakan survey kepada pendengar melalui link yang telah ditentukan oleh pimpinan
- 6) Evaluasi penyiar yang dilaksanakan setiap akhir bulan untuk menunjang produktivitas dan kreativitas penyiar
- 7) Selalu menyertakan website streaming RAU FM di setiap postingan di sosial media

**B. SARAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti maka ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan berkenaan dengan program unggulan yang disajikan RAU FM yaitu:

1. Secara kelembagaan programnya sudah dikemas dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan eksistensinya yang telah berdiri sejak puluhan tahun lamanya dan masih tetap memikat hati pendengarnya. Namun demikian perlu boleh disesuaikan kembali hal-hal yang diminati masyarakat terutama musik. Mungkin perlu tambahan genre lagu mengingat para pendengar sering meminta lagu lagu daerah diluar batak dan tapsel namun tidak bisa diputarkan.
2. Bagi para penyiar agar selalu meningkatkan kualitas dalam menyiarkan acara dan program yang dibawakan serta berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pendengar setianya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Nizar Rangkuti, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung: Cita Pustaka Media, 2016
- Albi Anggito dan Johan Seiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV. Jejak, 2018.
- Asep Syamsul & M. Romli, *Dasar-dasar Siaran Radio*, Bandung: Nuansa, 2009.
- Effendy, O, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004
- Elvinaro, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007
- Hadari Nawawi, dan Martini Hadari, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial* Yogyakarta: UGM Press, 1995
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013
- Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Penyiaran* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013
- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003
- Lexy, J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002

Masduki, *Jurnalisme Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*  
Yogyakarta: LkiS, 2001

Melisa Nursodiyanti. "Strategi Dakwah Radio Wadi 102 FM dalam meningkatkan Program Siaran Radio." Skripsi S1 Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta  
2010.

Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radiodan Televisi*,  
Bandung: Kencana Pranada Media Group, 2008.

Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi Teori dan Praktek*, Jakarta:  
Grasindo.Rosdakarya, 2002

Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja  
Rosdakarya, 2005

Onong Uchjana Efendi, *Pengantar Ilmu Komunikasi*,  
Jakarta:Grasindo.Rosdakarya, 2002.

Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra  
Aditya Bakti, 2000

Skripsi S1 Jurusan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Alauddin Makassar, *STRATEGI  
RADIO CEMPAKA ASRI BULUKUMBA DALAM MENINGKATKAN  
KUALITAS PENYIAR" 2018.*

Sri Wahyuningsih, *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan  
Psikologi Komunikasi, Dan Contoh Penelitiannya)* Madura: Utm Press,  
2013.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Bandung: Alfabeta,  
2008

Sukardi, *Metodologi Penulisan Pendidikan* Jakarta: Bumi Aksara, 2007

Tommy Suprpto, *Berkarir di Dunia Broadcasting*, Yogyakarta: Media Pressindo,  
2006.

Undang-Undang      Penyiaran.

<http://komunikasi.us/index.php/course/perkembangan-teknologi-komunikasi/158->

[peran-dan perkembangan-radio-dalam-komunikasi](http://komunikasi.us/index.php/course/perkembangan-teknologi-komunikasi/158-peran-dan-perkembangan-radio-dalam-komunikasi) (16 Oktober 2015)

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Uswatun Hasanah
2. Tempat/ Tgl. Lahir : Padangsidempuan, 29 Juni 1999
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Kota Padangsidempuan
6. Email : uh46978@gmail.com
7. No. Handphone : 0813-7706-9710

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SD Swasta Muhammadiyah 2 Padangsidempuan (2006-2011)
2. MTs. Swasta Muhammadiyah 22 Kota Padangsidempuan (2011-2014)
3. MAN 1 Kota Padangsidempuan (2014-2017)
4. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (2017-2023)

### **III. DATA ORANGTUA**

1. Nama ayah : (Alm). Suherli
2. Pekerjaan : -
3. Nama Ibu : Painah
4. Pekerjaan : Buruh Harian Lepas

## DOKUMENTASI



Gambar 1 Dokumentasi wawancara dengan penya dan Admin serta kegiatan RAU FM



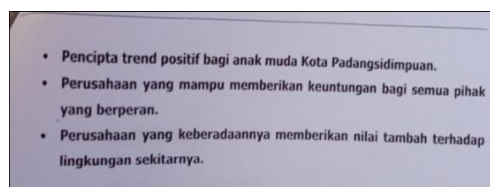
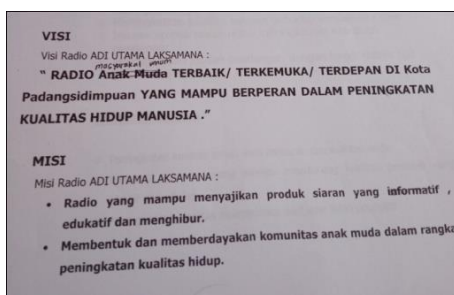
## DOKUMENTASI



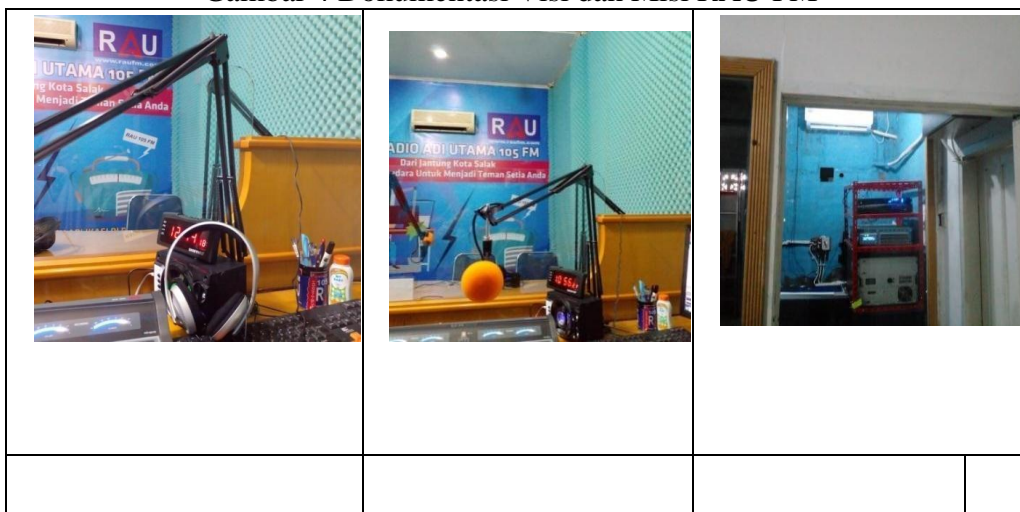
Gambar 2 Dokumentasi kegiatan Jum'at Berkah

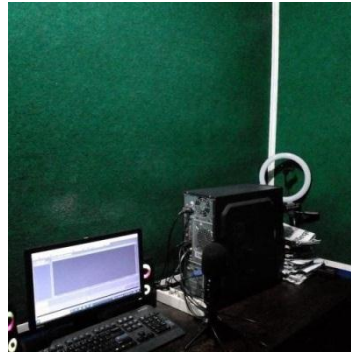


Gambar 3 Dokumentasi tata tertib RAU FM



Gambar 4 Dokumentasi Visi dan Misi RAU FM





**105 FM RAU** PT. RADIO ADI UTAMA LAKSAMANA  
Jl. Sekeloa Baru No. 105, Surabaya, Jawa Timur 60111  
Telp: 031-8322-9999  
www.105fmrau.com

SILAHKAN KIRIM BERITA DUNIA CITA ANDA  
UNTUK DI INFORMASIKAN DI RAU FM.  
TIDAK DI PUNGUT BIAYA / GRATIS

**SOCIAL MEDIA RAU FM**  
☎ 031-8322-9999  
📧 Raudadungaldimpuan@rau105fm.com  
📱 RAU105FM  
📺 RAU 105 FM

**Berbalas Pantun**  
Program Acara Berbalas Pantun Sabtu Sore.  
Program hiburan yang menarik dan menghibur.  
Selain itu, ada juga Kontes dan Lomba.  
📅 Sabtu, 19.00 - 21.00 WIB

**SALAZI**  
(Gali Informasi Ala Anak KPI)  
Program berbagi ilmu, informasi yang berkaitan dengan UIN Patunggede.  
📅 Minggu, 20.00 - 21.00 WIB

**JUM'AT BERKAH**  
Keagamaan, hiburan, dan berita.  
📅 Jumat, 19.00 - 20.00 WIB

**PROGRAM ACARA**

**Siang Pagi Siang Pagi**  
Sabtu - Minggu  
Pukul 08.00 - 10.00

**DUTA DUNIA KIM**  
Senin - Jumat  
Pukul 13.00 - 14.00

**DALAKSI**  
Senin - Sabtu  
Pukul 12.00 - 14.00

**PROGRAM ANAK-ANAK**  
Sabtu - Minggu  
Pukul 08.00 - 10.00

**PROGRAM RELIGI**  
Senin - Minggu  
Pukul 08.00 - 10.00

**TANGGALAGI**  
Minggu Pukul 14.00

**KEJABO TU SIMPUAN**  
Sabtu - Minggu  
Pukul 18.00 - 20.00

**KOTA DAN BUDAYA**  
Sabtu - Minggu  
Pukul 19.00 - 21.00

**REQUEST WEEKEND**  
Sabtu - Minggu  
Pukul 19.00 - 21.00

**NIGHT WITH US**  
Minggu Pukul 21.00 - 24.00

**BERBALAS PANTUN**  
Sabtu - Minggu  
Pukul 20.00 - 22.00

**KANAKHE MALIU WINGGA**  
Sabtu - Minggu  
Pukul 20.00 - 22.00

Gambar 5 Dokumentasi Sarana dan Prasarana serta Brosur Program Acara RAU