

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap tahunnya, perkembangan dan kemajuan media massa terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Saat ini, masyarakat bergantung pada informasi yang cepat, akurat, dan terpercaya. Lembaga penyiaran atau radio adalah salah satu media teknologi yang menyajikan informasi dengan cepat. Kekuatan radio sangat efektif dalam memberikan stimulus (rangsangan) dan memengaruhi masyarakat untuk menerima pesan suara yang disampaikan oleh komunikator. Radio adalah salah satu media massa yang mempunyai banyak kelebihan, antara lain: pesan yang disampaikan oleh radio dapat diterima oleh pendengarnya dengan tidak mengenal jarak dan rintangan.¹

Radio adalah teknologi yang menggunakan gelombang elektromagnetik dan modul untuk mengirimkan sinyal. Karena gelombang ini tidak memerlukan media pembawa, gelombang ini dapat merambat melalui udara dan ruang tanpa udara.² Menurut HA. Widjaja dalam Onong menyatakan bahwa radio adalah sistem gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima di mobil, rumah, dan tempat lain yang dilepas dimana saja.³ Menurut definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa radio adalah salah satu jenis gelombang yang merambat di udara, ditangkap oleh pemancar atau modulator, dan kemudian digunakan

¹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Cet. IV; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hal. 108.

² Asep Syamsul, dan M. Romli, *Dasar-dasar Penyiaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009) hal. 12.

³ Onong U Effendi, *Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Bandung: Alumni 1981) hal. 140.

sebagai media informasi publik. sistem radio dengan landasan audio visual yang secara eksklusif menghantarkan gelombang suara.

Radio merupakan media massa auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran sehingga isi siarannya bersifat sepintas lalu dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin mengembalikan apa yang sudah dibicarakan sang penyiar seperti membalikkan halaman koran atau majalah. Karena bersifat sepintas lalu, informasi yang disampaikan penyiar radio harus jelas dengan bahasa yang mudah dicerna oleh pendengar.⁴ Salah satu contoh kemajuan teknologi komunikasi masa kini yang dapat dijadikan sebagai media penyebaran informasi adalah radio. Mengingat semakin besarnya minat terhadap media ini, peran radio sebagai media penyiaran saat ini cukup penting. Radio dapat digunakan sebagai sumber hiburan, pendidikan, dan informasi.

Dengan menggunakan spektrum frekuensi (sinyal radio) berupa gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, dan media, maka penyiaran didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 sebagai kegiatan penyebarluasan siaran melalui sarana penyiaran dan sarana transmisi di darat, di laut, dan di luar angkasa. Serta media lainnya untuk diterima secara bersamaan oleh masyarakat melalui alat penerima siaran. Ada lima syarat mutlak yang harus dipenuhi untuk dapat terjadinya penyiaran, yaitu: a. Harus tersedia spektrum frekuensi radio. b. Harus ada sarana pemancaran (transmisi) c. Harus ada perangkat penerima siaran (*receiver*) d. Harus ada siaran (program atau acara) e. Harus dapat diterima secara serentak/bersamaan.⁵

⁴ Fatmasari Ningrum, Sukses Menjadi Penyiar-Scriptwriter dan Reporter Radio, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2007), h. 6.

⁵ Nurhasanah Nasution, Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital, Jurnal Interaksi, Vol 2 No. 2, Juli 2018, 145-156, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, h. 169-170.

Maka dari itu, Radio Krakatau sudah memenuhi syarat tersebut hingga saat ini Radio Krakatau memiliki enam program mingguan dan sembilan program harian, serta siaran radio ini sangat kental dengan etnik Sunda Banten dan menggunakan bahasa Sunda Banten dengan logat yang sangat kental dan khas pada saat melakukan siaran, menyediakan fasilitas periklanan yang terjangkau bagi kalangan pengusaha kecil atau menengah dan lain sebagainya.

Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab media radio tidak seperti halnya seperti televisi yang memiliki karakter audio visual, penuh dengan konten yang kaya warna, radio menstimulasikan begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan ruang penyiar atau informasi penyiar melalui telinga pendengar.⁶ Dengan mendengarkan siaran radio disini pendengar bisa berimajinasi dengan bebas, terlebih program seperti acara musik, talkshow dan acara ceramah agama tentunya butuh strategi dan keahlian seorang penyiar dalam menyampaikan materi kepada pendengar.

Untuk lebih meningkatkan jumlah pendengar tentunya perlu perbaikan dalam berbagai hal, beberapa hal yang harus mendapat perhatian khusus diantaranya adalah strategi penyiaran yang meliputi tentang penyiar, program iklan, marketing, teknis dan bagaimana administrasinya. Tidak kalah pentingnya dalam 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.⁷

⁶ Masduki, *Jurnalisme Radio: Menata Professionalisme Reporter dan Penyiar*, (Yogyakarta: LkiS, 2001) h 9.

⁷ Harley Prayudha, *Penyiar, Its Not Just Talk*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2006).

Berdasarkan dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa strategi dan keterampilan penyiaran radio dalam menyampaikan sebuah siaran sangat diperlukan karena dengan kualitas yang baik maka program siaran yang disampaikan juga lebih menarik, begitu juga pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik oleh pendengar. Karena Radio di Indonesia mulai tergeser dengan adanya media informasi atau penyiaran seperti televisi, maupun media elektronik lainnya, oleh karena itu sudah semestinya radio siaran juga melakukan suatu inovasi-inovasi baru seperti visualisasi radio (bentuk radio yang bisa ditonton khalayak umum), *talk show announcer* (masih dalam ranah radio visual, pengembangan konten radio dalam bentuk visual dikembangkan secara sederhana melalui konten talkshow), *live streaming* (menonton siaran secara langsung menggunakan internet), dan *live music* (sajian konten berbentuk visual memungkinkan kita untuk menyaksikan bagaimana musik bukan hanya sekedar diputar, melainkan dimainkan secara live melalui cover akustik bahkan full band), yang dapat menarik perhatian para pendengarnya agar radio siaran tetap eksis di kalangan masyarakat. Dengan semakin berkembangnya segmentasi radio siaran, tentunya akan menimbulkan sebuah persaingan dalam penyiaran, baik itu radio swasta ataupun radio milik negara. Saat ini banyak kompetitor yang menjadi saingan bagi Radio Krakatau FM 93,7 MHz, apalagi masyarakat sekarang ini bukan hanya radio saja yang dijadikan sebagai media komunikasi. Masyarakat saat ini sudah membagi porsi untuk penggunaan media massa, seperti televisi, media online, majalah dan lain sebagainya.

Radio Krakatau FM 93,7 MHz berdiri sejak 23 November 1990, yang terletak di jalan Jenderal Ahmad Yani blok g 3-4, Ruko Buana Labuan, Kecamatan Labuan, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten, dengan kode pos 42264. Didirikannya radio ini sebagai media informasi, pendidikan,

hiburan, kontrol dan perekat sosial serta pelestarian budaya masyarakat kabupaten Pandeglang. Radio Krakatau merupakan salah satu radio yang terkenal dengan etnik Sunda Banten yang kaya dengan para jawara namun tetap santun dalam tradisi yang mempunyai slogan Krakatau FM “Ear Sajagat”. Budaya dan etnik Banten terus menerus beradaptasi dengan perubahan jaman, seiring dengan perubahan karakter pendengar dan dan percepatan teknologi serta gaya hidup. Program radio etnik dikemas dalam balutan kreatif budaya masa lalu, sekarang dan masa yang akan datang.⁸ Sebagai lembaga penyiaran swasta, Radio Krakatau memosisikan lembaganya sebagai bagian dari masyarakat yang memiliki kultur yang kuat dengan bahasa daerahnya yang khas. Karena radio etnikom, Radio Krakatau ini siaran dengan menggunakan bahasa sunda Banten yang khas. Jika orang yang pertama kali mendengarkan radio Krakatau, mereka akan terhibur dengan gaya bahasa penyiarnya yang khas, dengan logat yang sangat kental seperti penggunaan kata “aing, dia” dalam siarannya.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh radio saat ini adalah bahwasanya masih banyak yang beranggapan tentang stigma radio itu media tua yang didasarkan pada kemajuan teknologi saat ini, yang dimana perkembangan radio seharusnya mengikuti zaman agar tidak terkesan membosankan. Seharusnya radio dapat mempertahankan eksistensinya agar para pendengar setia radio tetap bertahan di era persaingan media baru. Pada awalnya media radio memiliki kekuatan yang besar, hal ini karena radio memiliki sifat-sifat yang berbeda dengan media massa lain. Pertama, radio bersifat langsung, sehingga untuk mencapai pendengar tidak memerlukan teknik penyampaian yang berbelit. Kedua, tidak mengenal jarak dan waktu. Sehingga seberapa jauh pendengar masih dapat terjangkau sesuai dengan batas penyiaran yang diizinkan oleh pemerintah, dan radio dapat didengarkan

⁸<https://onlineradiobox.com/id/krakatau/> diakses pada tanggal 27 November 2023.

kapanpun. Ketiga, radio memiliki daya tarik dan imajinasi yang tinggi.⁹ Hal ini disebabkan oleh sifat siaran yang serba hidup. Suasana hidup ini diciptakan oleh musik, komentar dari penyiar, serta efek-efek suara yang digunakan. Namun dengan perkembangan zaman saat ini, radio tidak lagi sebagai minat utama masyarakat pada umumnya, selain banyak media informasi yang teknologinya lebih canggih dan terkesan modern radio pun dinilai sangat membosankan dan tidak menarik apalagi dikalangan anak muda saat ini yang lebih mengedepankan *smartphone* atau televisi dalam mencari atau mendengarkan suatu informasi terkini. Pada zaman sekarang, harusnya radio krakatau mengikuti perkembangan teknologi saat ini, agar tidak terkesan membosankan dengan kemajuan teknologi harus memiliki kebaruan yang dimana radio krakatau menciptakan hal yang baru dengan melakukan *live streaming* (menonton siaran secara langsung menggunakan internet) pada aplikasi yang dapat dijangkau oleh Khalayak umum dengan mudah dan modern, sehingga para pendengar dapat melihat wajah penyiarinya. Dengan hal itu, dapat menjadi salah satu faktor dan perkembangan teknologi pada saat ini.

Radio pada saat ini mengalami penurunan jumlah pendengarnya, penurunan jumlah pendengar dipengaruhi oleh kemunculan berbagai perangkat elektronik yang canggih yaitu *gadget* atau *handphone*, saat ini banyak masyarakat lebih memilih dan menggunakan kecangihan *gadget* mereka. Berdasarkan survey Nielsen 2014, setiap tahunnya pendengar radio mengalami penurunan hingga 3%. Sedangkan sebagai media promosi, radio hanya menembus 30% penggunaan di tengah masyarakat, dibanding televisi, majalah dan media lainnya. Riset lain yang pernah dilakukan *Broadcasting Board of Governors* sebuah badan yang menaungi lembaga-lembaga

9

<https://www.kompasiana.com/sabrinanurasridha4946/65636fc5de948f78fa78bc34/eksistensi-radio-sebagai-media-massa-di-era-media-baru>, diakses pada tanggal 27 November 2023.

penyiaran internasional milik Amerika dan perusahaan riset Gallup yang mengungkapkan bahwa dibandingkan dengan media lain, 87% penduduk Indonesia menggunakan TV untuk mendapatkan berita, 36% melalui SMS, 11% memperoleh informasi dari radio dan hanya 7% yang masih menggunakan media cetak untuk mendapatkan berita. Semakin menurunnya minat ini dan juga luasnya persaingan dalam media penyiaran, maka dari itu stasiun radio sangat membutuhkan strategi dalam upaya menarik minat pendengarnya agar mempertahankan keberadaannya, salah satu keberhasilan stasiun radio adalah strategi dalam memproduksi program acara semenarik mungkin, agar membuat pendengar tertarik untuk mendengranya.¹⁰

Sedangkan, pesatnya kemajuan teknologi dan informasi telah mengubah gaya hidup masyarakat dalam memperoleh berita dan hiburan. Munculnya media online, media sosial serta boomingnya smartphone (telepon pintar) telah menggerus ketertarikan masyarakat terhadap media konvensional seperti surat kabar, majalah/tabloid maupun radio. Berdasarkan hasil survei indikator sosial budaya Badan Pusat Statistik (BPS), masyarakat (usia 10 tahun ke atas) yang mendengarkan radio dalam seminggu terakhir hanya 13,31% pada 2018. Angka ini merosot jauh dari 50,29% pada 2003. Demikian pula masyarakat yang membaca surat kabar atau majalah berkurang menjadi 14,92% pada 2018 dibanding 23,7% pada 2003. Adapun masyarakat dalam seminggu terakhir yang menonton televisi justru menunjukkan peningkatan dari 84,94% pada 2003 menjadi 93,02% pada 2018. Ini mengidentifikasi media televisi masih menjadi perhatian masyarakat di tengah kemajuan informasi dan teknologi,¹¹ dan hal ini menjadi ancaman bagi media radio dalam mempertahankan eksistensinya.

¹⁰ Fani fadilah, "Rendahnya Minat Masyarakat Untuk Mendengarkan Radio" [kompasiana.com](https://www.kompasiana.com/rendahnya-minat-masyarakat-untuk-mendengarkan-radio/), 2017, <https://www.kompasiana.com/rendahnya-minat-masyarakat-untuk-mendengarkan-radio/>, diakses pada tanggal 27 November 2023.

¹¹ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/23/hanya-13-persen-masyarakat-yang-masih-mendengarkan-radio> diakses pada tanggal 28 November 2023.

Berdasarkan hasil survei tersebut, dapat membuktikan bahwa radio mengalami pergeseran dengan adanya media baru.

Kemajuan media online di era saat ini membuat radio tidak bisa terus bertahan. Bahkan adapula salah satu radio Nadafa di kabupaten Pandeglang yang sudah tidak beroperasi dikarenakan persaingan begitu berat serta berkurangnya *income*. Tapi ada juga yang masih bertahan di tengah perkembangan teknologi, salah satunya Radio Krakatau. Strategi penyiaran dalam program yang di adakan oleh Radio Krakatau dalam menarik minat pendengar sehingga tetap di minati oleh pendengarnya, untuk menjaga agar tetap diminati pendengarnya pastinya Radio Krakatau memiliki strategi, maka radio harus sangat membutuhkan strategi penyiaran dalam mengelola radio tersebut dalam menarik minat pendengarnya.

Radio Krakatau berusaha terus untuk membentuk program yang tepat akan kebutuhan dan keinginan pendengranya karena saat ini perkembangan media saat mempengaruhi keminatan pendengar dalam mendengarkan radio. Di setiap daerah pastinya memiliki stasiun radio di tempatnya, salah satunya di kabupaten Pandeglang, radio yang saat ini masih beroperasi atau mengudara di tengah masyarakat Kabupaten Pandeglang yaitu Radio Krakatau. Setiap radio tentunya mempunyai strategi untuk berusaha mempertahankan minat pendengranya, maka Radio Krakatau melakukan beberapa upaya atau strategi dalam program siarannya untuk mempertahankan minat pendengarnya, strategi yang akan diterapkan tentunya memberikan manfaat dan dampak positif terhadap radio tersebut.

Radio Krakatau FM 93,7 merupakan satu-satunya radio yang menjangkau wilayah Labuan, Pandeglang, Banten. Dengan kemajuan teknologi saat ini radio bisa didengarkan melalui streaming, salah satunya Radio Krakatau ini bukanlah media penyiaran tanpa kompetitor, karena ada banyak sekali kompetitor seperti Radio Muara Paranti 105,6 FM, Radio

Akarsari 92,20 FM, dan lain-lain. Kehadiran kompetitor tentu akan menimbulkan persaingan yang harus membuat Radio Krakatau FM melakukan inovasi baru dengan mengikuti trend perkembangan media baru. Radio Krakatau FM ini mencakup seluruh lapisan masyarakat, yang meliputi siaran kebudayaan, pendidikan, informasi, musik dan juga hiburan. Persoalannya tinggal bagaimana pihak Radio Krakatau FM dalam mengelola perusahaan agar terus mengudara, membangun serta mengembangkan eksistensinya.

Dengan program-program yang berbeda yang dimiliki radio Krakatau FM tentu memiliki strategi yang berbeda pula dalam implementasinya. Dengan penyiaran yang khas, diharapkan radio Krakatau FM untuk selalu mendapatkan tempat di masyarakat. Karena hadirnya media baru bisa menjadi sebuah tantangan yang harus dihadapi pihak radio Krakatau FM untuk menyesuaikan dengan kemajuan media teknologi komunikasi.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut lagi terhadap stasiun radio di kabupaten Pandeglang yaitu radio Krakatau FM 93,7 MHz dengan judul “Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Krakatau FM 93,7 MHz dalam Menarik Minat Pendengar”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Stigma radio sangat terkesan tua dan membosankan pada zaman sekarang.
2. Banyaknya media baru yang menjadi ancaman.
3. Eksistensi radio mulai tergeser dengan adanya media informasi atau penyiaran dan juga media sosial.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka perumusan masalah tersebut dapat disimpulkan antara lain :

1. Bagaimana strategi komunikasi penyiaran radio krakatau FM 93,7 MHz dalam menarik minat pendengar?
2. Bagaimana hambatan dan tantangan penyiaran radio krakatau FM 93,7 MHz dalam menarik minat pendengar?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian tersebut dapat disimpulkan :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi penyiaran radio krakatau FM 93,7 MHz dalam menarik minat pendengar.
2. Untuk mengetahui hambatan dan tantangan penyiaran radio krakatau FM 93,7 MHz dalam menarik minat pendengar?

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini mampu menambah wawasan pembaca mengenai penerapan strategi komunikasi yang baik melalui penelitian yang dilakukan terhadap Radio Krakatau FM 93,7 MHz.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan sebagai kerangka bagi penyiaran radio ataupun calon penyiaran radio dalam menyusun strategi komunikasi penyiaran.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini dan dijadikan sebagai referensi oleh penulis, di antaranya :

Pertama, Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Radio Bercahaya 94.3 FM Cilacap Dalam Meningkatkan Minat Pendengar”, yang ditulis oleh Imelda Nailits Tsuruya, mahasiswi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Profesor Kiai Haji Syaifuddin Zuhri Purwokerto yang ditulis pada 2021. **Persamaan** dengan penelitian yaitu: pada metode yang digunakan, penelitian deskriptif dengan dengan mengunakan metode kualitatif, yaitu tanpa harus menjelaskan hubungan antara dua variabel dan 13 Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data dengan wawancara, observasi dan metode dokumentasi dalam mengumpulkan data. Sedangkan **perbedaannya** adalah terletak pada objek penelitian yaitu penelitian ini pada radio bercahaya 94.3 FM yang berada di Kabupaten Cilacap dan fokus peneliatan pada strategi komunikasinya.¹²

Kedua, Skripsi yang judul ”Strategi Komunikasi Penyiar Radio Gema Surya FM dalam Meningkatkan Minat Pendengar” yang ditulis oleh Ahmanda Fitriana Fauzi, Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuuddin, Adab dan Dakwah, Insitut Agama Islam Negeri Ponogoro, yang ditulis pada tahun 2022. Skripsi ini membahas mengenai strategi komunikasi penyiar pada radio gema surya FM dalam meningkatkan minat pendengar. **Persamaannya** dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi penyiar. **Perbedaannya** terletak pada metode penelitian yang mana menggunakan metode induktif sedangkan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif.¹³

¹² Imelda Nailits T, “Strategi Komunikasi Radio Bercahaya 94.3 FM Cilacap Dalam Meningkatkan Minat Pendengar”, (Disertasi, UIN Profesor Kiai Haji Syaifuddin Zuhri Purwokerto, 2021), hal.12.

¹³ Ahmanda Fitriana Fauzi, “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Gema Surya Fm dalam Meningkatkan Minat Pendengar”, (Disertasi, Insitut Agama Islam Negeri Ponogoro, 2022), 11.

Ketiga, Skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Namora Dalam Menarik Minat Pendengar di Kelurahan Talang Benih Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong, yang ditulis oleh Julaiman prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuudin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Curup, yang ditulis pada 2019. **Persamaan:** pada metode yang digunakan, penelitian deskriptif dengan dengan mengunakan metode kualitatif, yaitu tanpa harus menjelaskan hubungan antara dua variabel, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data dengan wawancara, observasi dan metode dokumentasi dalam mengumpulkan data, dan fokus penelitian yaitu menarik minat pendengar. **Perbedaan:** terletak pada objek penelitian yaitu penelitian ini pada radio manora yang terletak di Kabupaten Rejang Lebong.¹⁴

Matriks 1.1

| Judul | Teori | Metode | Hasil Penelitian |
|---|---|---|--|
| Imelda Nailits Tsuroya, KPI, UIN Profesor Kiai Hj Syaifuddin Zuhri (Strategi Komunikasi | Penelitian ini menggunakan teori Harold Lasswell yang dimana membahas tentang lima unsur komunikasi diantaranya (komunikator, pesan, media, | Menggunakan metode pendek dan metode kualitatif yang dimana metode kualitatif itu menjelaskan tentang pendekatan yang menghasilkan data | Hasil dari penelitian ini bahwasanya komunikasi yang dilakukan radio Bercahaya 94.3 FM Kabupaten Cilacap dalam meningkatkan jumlah |

¹⁴ Julaiman, "Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Namora Dalam Menarik Minat Pendengar di Kelurahan Talang Benih Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong", (Disertasi, Institut Agama Islam Negeri Curup , 2019). 13.

| | | | |
|---|----------------------------------|---|---|
| <p>Radio Bercahaya 94.3 FM Cilacap Dalam Meningkatkan Minat Pendengar).</p> | <p>komunikasikan, dan efek).</p> | <p>deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang tidak diamati yang tidak dituangkan ke dalam <i>variable</i> atau hipotesis</p> | <p>pendengarnya yaitu, radio Bercaya 94.3 FM Cilacap melakukan kegiatan meeting program untuk mencari ide kreatif supaya pendengar tertarik dengan radio Bercaya 94.3 FM cilacap dan promosi program di dalam radio bercahaya 94.3 FM cilacap kepada mitra kerjanya supaya memiliki hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait, sehingga memberikan dampak positif bagi calon mitra kerjasama dan bagi masyarakat</p> |
|---|----------------------------------|---|---|

| | | | |
|--|---|--|--|
| | | | umum juga. |
| Ahmad Fitriana Fauzi, KPI, Insitut Agama Islam Negeri Ponogoro (Strategi Komunikasi Penyiar Radio Gema Surya FM dalam Meningkatkan Minat Pendengar). | Penelitian ini menggunakan penelitian Hafied Cangara dalam buku yang berjudul (Perencanaan dan Strategi Komunikasi) yang membahas tentang Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi dan Pelaporan. | Jenis penelitian ini yakni penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian berdasarkan pada melukiskan secara fakta, karakteristik, dan penggambaran secara faktual terhadap tema penelitian dengan pendekatan kualitatif. Jadi penelitian ini pada siaran Radio Gema Surya FM. | Hasil penelitian ini bahwasanya penelitian ini dapat disimpulkan bahwa bentuk komunikasi Radio Gema Surya FM dalam menyapa pendengarnya telah memenuhi aspek fungsi, tahapan strategi komunikasi dan hal-hal yang harus diperhitungkan dalam komunikasi. Sedangkan bentuk komunikasi Radio Gema Surya FM dalam menyapa pendengarnya jika ditinjau dari teori minat menunjukkan bahwa khalayak pendengar Gema Surya FM, |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | <p>khususnya masyarakat Ponorogo memiliki minat yang tinggi dan konsisten terhadap siaran Gema Surya FM. Adapun faktor pendukung dalam siaran yakni perkembangan teknologi yang mempermudah dalam penggalan informasi oleh siapapun (<i>citizen journalism</i>). Juga kredibilitas para penyiar dan <i>attitude</i> juga <i>style</i> komunikasi dan kepandaian dalam berkomunikasi para penyiar radio. Sedangkan faktor penghambat yakni belum semua masyarakat atau</p> |
|--|--|--|---|

| | | | |
|---|--|---|---|
| | | | institusi mampu memahami dan mau menjadi bagian dari <i>citizen journalism</i> . |
| Julaiman, KPI, IAIN CURUP (Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Namora dalam Menarik Minat Pendengar di Kelurahan Talang Benih Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong). | Penelitian ini menggunakan teori SWOT yang dimana membahas tentang <i>strengths</i> (kekuatan), <i>weakness</i> (kelemahan), <i>opportunities</i> (peluang), dan <i>threats</i> (ancaman). | Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (<i>Field Research</i>) yaitu suatu penyelidikan yang dilakukan dalam kehidupan atau objek yang sebenarnya. Dan Metode yang digunakan yaitu Penelitian kualitatif. | Hasil penelitian ini bahwasanya strategi komunikasi penyiar radio Namora secara umum telah berjalan dengan baik antara lain penggunaan bahasa yang lancar, penyiar fokus dengan materi yang disampaikan, dan mereka juga telah memanfaatkan perangkat ekspresi untuk mendukung komunikasinya. Masing-masing penyiar Namora juga telah memiliki kepribadian yang |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | | | berbeda satu dengan yang lain, bersikap ramah ketika siaran maupun diluar cukup berhasil dalam pengucapan dan umumnya telah mampu mengontrol suara ketika siaran. |
| Penelitian Saat Ini | | | |
| Dewi Putri Aprilia, KPI, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, (Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Krakatau FM 93,7 MHz dalam Menarik Minat | Penelitian ini menggunakan model AIDA yang dimana membahas tentang <i>attention</i> (perhatian), <i>interest</i> (ketertarikan), <i>destire</i> (keinginan), dan <i>action</i> (tindakan), serta penelitian ini menggunakan penelitian Susan | Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dimana penelitian dilakukan dalam <i>setting</i> tertentu yang ada dalam kehidupan nyata dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena : apa yang terjadi, | Hasil dari penelitian ini bahwasanya strategi komunikasi penyiaran Radio Krakatau FM 93,7 MHz dalam menarik minat pendengar ada empat cara yaitu, dengan melakukan inovasi teknologi, program setiap tahunnya selalu <i>update</i> , kearifan |

| | | | |
|-------------|---|---|--|
| Pendengar). | Tyler Eastman dalam bukunya <i>Broadcast/Cable Programming: Strategies and Practices.</i> | mengapa terjadi, dan bagaimana terjadi. | lokal dan yang terakhir pengembangan konten. Dalam menunjang strategi tersebut Radio Krakatau FM 93,7 MHz tidak terlepas dari perbaikan dalam manajemen, administrasi, teknis dan marketing yang terus berinovasi. Dimana dengan keempat strategi yang telah dilakukan Radio Krakatau FM 93,7 MHz mampu untuk menarik minat pendengar dan mempertahankan basis pendengar yang setia. |
|-------------|---|---|--|

Sebagai upaya menunjukkan adanya kebaruan (*novelty*) antara penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelum-sebelumnya, maka peneliti berusaha untuk membandingkan ragam variabel, metode penelitian, dan hasil penelitian yang sudah dilakukan berdasarkan riset yang ada.

Pada penelitian pertama yang dilakukan oleh Imelda Nailits Tsuroya, KPI, UIN Profesor Kiai Hj Syaifuddin Zuhri yang berjudul (Strategi Komunikasi Radio Bercahaya 94.3 FM Cilacap dalam Meningkatkan Minat Pendengar). Menggunakan teori Lasswel yang menjelaskan tentang komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Serta menggunakan metode pendek dan metode kualitatif. Maka dari itu, hasil penelitiannya pun dalam meningkatkan jumlah pendengarnya yaitu, radio Bercaya 94.3 FM Cilacap melakukan kegiatan *meeting* program untuk mencari ide kreatif supaya pendengar tertarik dengan radio Bercaya 94.3 FM cilacap dan promosi program di dalam radio bercahaya 94.3 FM cilacap kepada mitra kerjanya supaya memiliki hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait, sehingga memberikan dampak positif bagi calon mitra kerjasama dan bagi masyarakat umum juga.

Pada penelitian kedua yang dilakukan oleh Ahmad Fitriana Fauzi, KPI, Insitut Agama Islam Negeri Ponogoro yang berjudul (Strategi Komunikasi Penyiar Radio Gema Surya FM dalam Meningkatkan Minat Pendengar). Menggunakan penelitian Hafied Cangara dalam buku yang berjudul (Perencanaan dan Strategi Komunikasi) yang membahas tentang Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi dan Pelaporan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang dimana hal tersebut berdasarkan pada melukiskan secara fakta, karakteristik, dan penggambaran secara faktual terhadap tema penelitian dengan pendekatan kualitatif. Jadi penelitian ini

pada siaran Radio Gema Surya FM. Maka dari itu, hasil pada penelitian ini yaitu bentuk komunikasi Radio Gema Surya FM dalam menyapa pendengarnya telah memenuhi aspek fungsi, tahapan strategi komunikasi dan hal-hal yang harus diperhitungkan dalam komunikasi

Pada penelitian ketiga yang dilakukan oleh Julaiman, KPI, IAIN CURUP yang berjudul (Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Namora dalam Menarik Minat Pendengar di Kelurahan Talang Benih Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong). Dalam penelitian ini menggunakan teori SWOT yaitu, *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu suatu penyelidikan yang dilakukan dalam kehidupan atau objek yang sebenarnya dan metode yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Maka dari itu, hasil pada penelitian ini yaitu strategi komunikasi penyiar radio Namora secara umum telah berjalan dengan baik antara lain penggunaan bahasa yang lancar, penyiar fokus dengan materi yang disampaikan, dan mereka juga telah memanfaatkan perangkat ekspresi untuk mendukung komunikasinya.

Pada penelitian saat ini yang dilakukan oleh penulis Dewi Putri Aprilia, KPI, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang berjudul (Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Krakatau FM 93,7 MHz dalam Menarik Minat Pendengar). Dalam penelitian ini terfokus pada penyiaran Radio Krakatau sehingga pada penelitian ini menggunakan teori model AIDA yang dimana membahas tentang *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *desire* (keinginan), dan *action* (tindakan), serta pada manajemennya Radio Karakatau penelitian ini menggunakan penelitian Susan Tyler Eastman dalam bukunya *Broadcast/Cable Programming: Strategies and Practices*. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan

kualitatif deskriptif yang dimana penelitian dilakukan dalam *setting* tertentu yang ada dalam kehidupan nyata dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena : apa yang terjadi, mengapa terjadi, dan bagaimana terjadi. Maka dari itu, hasil penelitian ini pertama pada strategi kesesuaian Radio Krakatau menyesuaikan penjadwalan dengan cara menyusun minat dari pendengar. Kedua, pada strategi pembentukan kebiasaan Radio Krakatau melakukan promosi program yang disiarkan pada pagi hari atau dua hari sebelum program disiarkan. Ketiga, pada strategi pengontrolan arus pendengar, Radio Krakatau memanfaatkan media sosial dan aplikasi *Streaming* untuk menambah rating radio. Keempat, pada strategi penyimpanan sumber-sumber daya program di Radio Krakatau terdapat tiga sumber materi siaran, yaitu produksi sendiri, dari kerjasama, dan dari akuisisi, dan kelima pada strategi daya penarik massa Radio Krakatau menyesuaikan selera atau keinginan dari pendengar dengan melakukan survei melalui telepon, *WhatsApp*, dan informasi langsung dari masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian tersebut berbeda dengan isi skripsi yang penulis teliti, penulis mengambil judul skripsi “Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Krakatau FM 93,7 MHz dalam Menarik Minat Pendengar”, maka dari itu penelitian yang penulis teliti mengalami kebaruan, diantaranya dari teori yang digunakan yaitu teori AIDA, objek penelitian yang peneliti teliti itu yaitu Radio Krakatau FM 93,7 MHz, dan lokasi penelitiannya di Jl. Jenderal Ahmad Yani Blok g 3-4, Ruko Buana Labuan, Kecamatan Labuan, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten, 42264. Maka dari itu, adanya penelitian saat ini untuk membuktikan keberhasilan Radio Krakatau dalam menarik minat pendengarnya ditengah ganasnya persaingan industri penyiaran. Selain itu, perbedaan dengan penelitian sebelumnya bahwa dalam penelitian ini tidak hanya akan membahas tentang skill dan kualitas penyiarnya saja, akan tetapi lebih mendalam dan memfokuskan pada

segmentasi radio yang berbeda. Hal itu membuat penulis menulis skripsi ini yang membahas tentang bagaimana strategi yang dilakukan Radio Krakatau dalam aktivitas penyiaran dalam menarik minat pendengarnya di Kabupaten Pandeglang.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini untuk mengetahui secara keseluruhan terhadap penelitian ini, dapat penulis lampirkan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai :

- A. Latar Belakang Masalah**, menjelaskan mengapa peneliti mengambil judul penelitian tersebut, diantaranya masalah terkait stigma radio sangat terkesan tua dan membosankan pada zaman sekarang, banyaknya media baru yang menjadi ancaman, dan eksistensi radio mulai tergeser dengan adanya media informasi atau penyiaran dan juga media sosial.
- B. Rumusan Masalah**, menetapkan masalah yang paling penting dan menarik yang berkaitan dengan judul penelitian, yaitu bagaimana strategi penyiaran radio krakatau FM 93,7 MHz dalam menarik minat pendengar dan bagaimana tinjauan teori AIDA terhadap penyiaran radio krakatau FM 93,7 MHz dalam menarik minat pendengar.
- C. Tujuan Penelitian**, menjelaskan tentang sasaran yang ingin dicapai dengann dilaksanakannya penelitian tersebut, terhadap masalah yang telah dirumuskan oleh penulis sehingga tujuan penelitian sejalan dengan isi dari rumusan masalah tersebut.
- D. Manfaat Penelitian**, menjelaskan tentang manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis.
- E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**, kajian penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang pada penelitian ini mengambil

dari Skripsi yang dibuat oleh Imelda Nailits Tsuroya (2021), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Profesor Kiai Hj. Syaifuddin Zuhri. Skripsi yang dibuat oleh Ahmad Fitriana Fauzi (2022), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Insitut Agama Islam Negeri Ponorogo. Skripsi yang dibuat oleh Julaiman (2019), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Curup.

F. Sistematika Pembahasan, yang berisi tentang sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan membahas mengenai :

- A. Kajian Pustaka**, menjelaskan tentang kajian yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu tentang pengertian strategi, tahap-tahap strategi, pengertian komunikasi, unsur-unsur komunikasi, gangguan komunikasi, pengertian penyiaran, pengertian radio, keunggulan radio sebagai media penyiaran, kelemahan radio sebagai media penyiaran, kekuatan iklan radio, keunggulan radio sebagai media periklanan dan kelemahan radio sebagai media periklanan.
- B. Landasan Teori**, menjelaskan tentang teori yang relevan dengan judul penelitian yang akan digunakan oleh penulis untuk meneliti, pada penelitian ini menggunakan teori AIDA, kemudian menyusunnya secara teratur dan rapi yang digunakan untuk merumuskan masalah pada penelitian kali ini.
- C. Kerangka Berfikir**, menjelaskan tentang uraian atau pernyataan mengenai kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, dan landasan teori yang telah diuraikan sebelumnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas langkah-langkah penelitian selanjutnya mengenai :

- A. Metode Penelitian** ini akan menjelaskan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian, yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.
- B. Jenis Penelitian**, suatu metode yang akan digunakan untuk menyelidiki suatu rumusan masalah yang akan diangkat. Sehingga, penulis pada penelitian kali ini menggunakan metode penelitian kualitatif.
- C. Informan**, seseorang yang dimanfaatkan untuk memberikan suatu informasi. Pada penelitian ini penulis menggunakan sumber informan dari general manager, penyiar dan pendengar radio Krakatau.
- D. Teknik Pengumpulan Data**, menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif sehingga dalam penelitian ini menggunakan tiga jenis data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.
- E. Teknik Analisis Data**, berlangsung dengan proses pengumpulan data yang melalui tahapan-tahapan seperti, pengumpulan data, reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.
- F. Lokasi dan Waktu Penelitian**, data yang digunakan oleh penulis untuk penelitian sehingga penulis menepatkan lokasi penelitian di gedung Radio Krakatau FM 93,7 MHz, Jl. Jenderal Ahmad Yani Blok g 3-4, Ruko Buana Labuan, Kecamatan Labuan, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten, 42264. Adapun waktu penelitian berlangsung pada bulan Februari-Maret 2024.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas mengenai :

- A. Deskripsi Objek Penelitian** yang menjelaskan tentang objek penelitian yang meliputi lokasi penelitian yaitu Radio Krakatau FM 93,7 MHz

secara jelas dan detail, meliputi profile, struktur organisasi, visi dan misi, program siaran, serta hal lain yang berhubungan dengan objek penelitian yang penulis akan teliti.

- B. Hasil Penelitian** yang menjelaskan hasil penelitian yang telah di olah oleh penulis dari data mentah dengan menggunakan teknik analisis kualitatif.
- C. Pembahasan** yang menjelaskan tentang pembahasan lebih lanjut mengenai hasil analisis data dan wawancara narasumber.

BAB V PENUTUP

Dalam bab terakhir ini akan membahas mengenai :

- A. Kesimpulan**, menyimpulkan hasil penelitian yang dipaparkan secara singkat, jelas dan sesuai dengan hasil penelitian terhadap penelitian.
- B. Saran**, berisi tentang rekomendasi dari peneliti terhadap tindak lanjut penelitian terhadap bidang yang diteliti baik secara teoritis maupun praktis.