

**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO  
96,3 MEDAN FM DALAM PROGRAM BK MEDAN PLUS**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**RISHA TITARA GALISKHA HAMID  
168530064**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2021**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/3/21

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From ([repository.uma.ac.id](http://repository.uma.ac.id))9/3/21

**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO  
96,3 MEDAN FM DALAM PROGRAM BK MEDAN PLUS**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area**

**Oleh:**

**RISHA TITARA GALISKHA HAMID  
168530064**

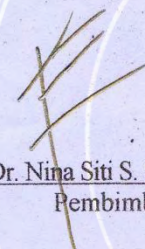


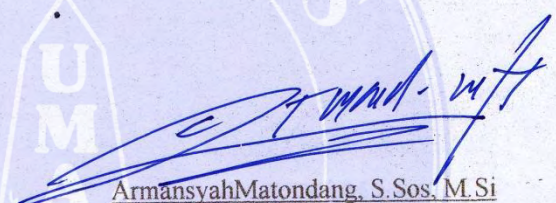
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2021**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan  
FM Dalam Program BK Medan *Plus*  
Nama : Risha Titara Galiskha Hamid  
NPM : 168530064  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Disetujui Oleh:  
Komisi Pembanding

  
Dr. Nina Siti S. Siregar, M.Si  
Pembimbing I

  
Armansyah Matondang, S.Sos, M.Si  
Pembimbing II



  
Dr. Agus Kusnanto, MA  
Dekan ISIPOL UMA

  
Ilma Saakinah Tamsil M.Comm  
Ka. Prodi Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus:

22 September 2020

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat skripsi ini.



Medan, September 2020



Risha Titara Galiskha Hamid

168530064

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Risha Titara Galiskha Hamid  
NPM : 168530064  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan FM Dalam Program BK Medan *Plus*. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Medan

Pada tanggal: 30 September 2020

Yang menyatakan,

( Risha Titara Galiskha Hamid )



## ABSTRAK

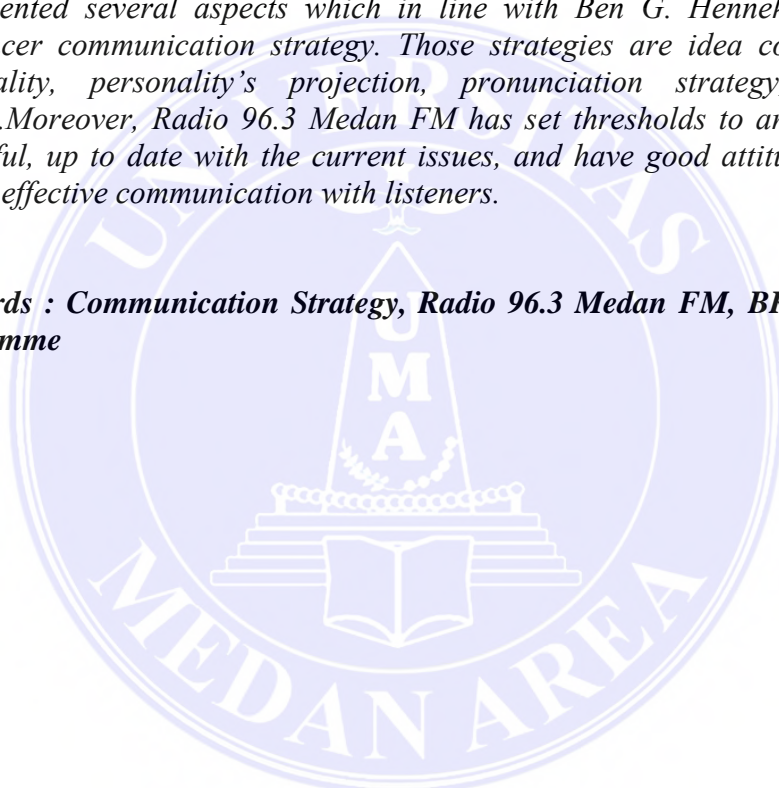
Judul penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan FM Dalam Program BK Medan *Plus*. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana komunikasi gagasan, komunikasi kepribadian, proyeksi kepribadian, strategi pengucapan dan strategi kontrol suara yang dilakukan penyiar radio 96,3 Medan FM dalam program BK Medan *Plus*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi penyiar oleh Ben G. Henneke. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif, dengan sumber data yakni data primer (informan penelitian) dan data sekunder (buku referensi dan *website*). Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kajian pustaka. Informan utama dalam penelitian adalah penyiar program BK Medan *Plus* dan informan tambahan yaitu program *director* beserta produser program BK Medan *Plus*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap radio 96,3 Medan FM, ditemukan strategi yang diterapkan penyiar program BK Medan *Plus* meliputi beberapa aspek yaitu strategi komunikasi gagasan, komunikasi kepribadian, proyeksi kepribadian, strategi pengucapan, dan strategi kontrol suara yang sesuai dengan teori strategi komunikasi penyiar oleh Ben G. Henneke. Selain itu radio 96,3 Medan FM memasang syarat atau standar bagi para penyiar yaitu berwawasan luas, mengikuti isu terkini dan memiliki tingkah laku yang baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses siaran, para penyiar program BK Medan *Plus* berusaha menerapkan strategi komunikasi tersebut sehingga terjadi komunikasi yang efektif dengan para pendengar.

**Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Radio 96,3 Medan FM, Program BK Medan *Plus***

## ABSTRACT

*The research entitled Communication Strategy of Radio 96.3 Medan FM's Announcer Toward BK Medan Plus Programme is to find out the communication idea, personality, personality's projection, pronunciation strategy, and pitch control during radio broadcasting by the announcer. Ben G. Henneke's theory on announcer communication strategy is used in this research were conducted with qualitative descriptive method. The research used respondents as the primary data while book references and websites are used as secondary data. The researcher obtained data through field observation, interviews, documentation, and literature research. Three respondents in BK Medan Plus program – announcer, program director, and producer, is the main research subject. Based on the research result showed that BK Medan Plus program announcer has implemented several aspects which in line with Ben G. Henneke's theory of announcer communication strategy. Those strategies are idea communication, personality, personality's projection, pronunciation strategy, and pitch control. Moreover, Radio 96.3 Medan FM has set thresholds to announcers like insightful, up to date with the current issues, and have good attitude that could lead to effective communication with listeners.*

**Keywords :** *Communication Strategy, Radio 96.3 Medan FM, BK Medan Plus Programme*



## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Risha Titara Galiskha Hamid, lahir di Kota Medan pada tanggal 30 Mei 1997 dari Ayah Alm. Maludin Hamid dan Ibu Tengku Nurlaida. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara. Penulis saat ini tinggal di Jl. Karya Niaga, Tembung. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SDN 060793/40 tahun 2009, melanjutkan pendidikan di SMP Global Prima *National Plus School* lulus pada tahun 2012, dan penulis melanjutkan ke SMA Global Prima *National Plus School* lulus pada tahun 2015.

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL). Selama perkuliahan mahasiswa aktif sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di kantor surat kabar Medan Pos. Penulis menyelesaikan tugas penelitian/karya ilmiah/skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan FM Dalam Program BK.**



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini guna melengkapi tugas-tugas dan merupakan satu syarat untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Adapun judul yang diajukan sehubungan dengan penyusunan proposal ini adalah **“Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan FM Dalam Program BK Medan Plus.”**

Penulis menyadari penyusunan proposal ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan baik dari segi moral dan material. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan cinta kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan dan kreativitas dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Almarhum Ayahanda tercinta Maludin Hamid dan Ibunda Tengku Nurlaida serta Abangda Hariz Maulana Hamid yang telah memberikan ketulusan kasih sayang, doa, semangat dan motivasi tiada henti demi kelancaran penulis dalam mencapai gelar sarjana.
3. Bapak Dr. Heri Kusmanto, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Ibu Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm selaku Ketua Jurusan Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Ibu Dr. Nina Siti Salmaniah Siregar, M.Si selaku Dosen Pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan arahan dalam menyusun laporan ini.

6. Bapak Armansyah Matondang, M.Si selaku Dosen Pembimbing II penulis yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan saran dan arahan dalam penyusunan proposal ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen, senior dan junior beserta seluruh Civitas Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
8. Bapak/Ibu seluruh pegawai dan Staf Radio 96,3 Medan FM yang telah membantu memberikan jawaban, waktu dan tempat untuk kelancaran penelitian penulis.
9. Seluruh stambuk 2016, terutama sahabat seperjuangan penulis selama masa perkuliahan Herminati Fadhilah, Marchelina Pardede, Wenny Napitupulu, Ainayya Afifa, Adrika Willis. Terimakasih untuk doa, dukungannya.
10. Dan untuk semua yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini namun tidak dapat saya sebutkan satu per satu, saya ucapkan terimakasih banyak.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari harapan dan kesempurnaan, karena masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun selalu penulis nantikan. Demikian dahulu penulis sampaikan, dan semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 27 Agustus 2020



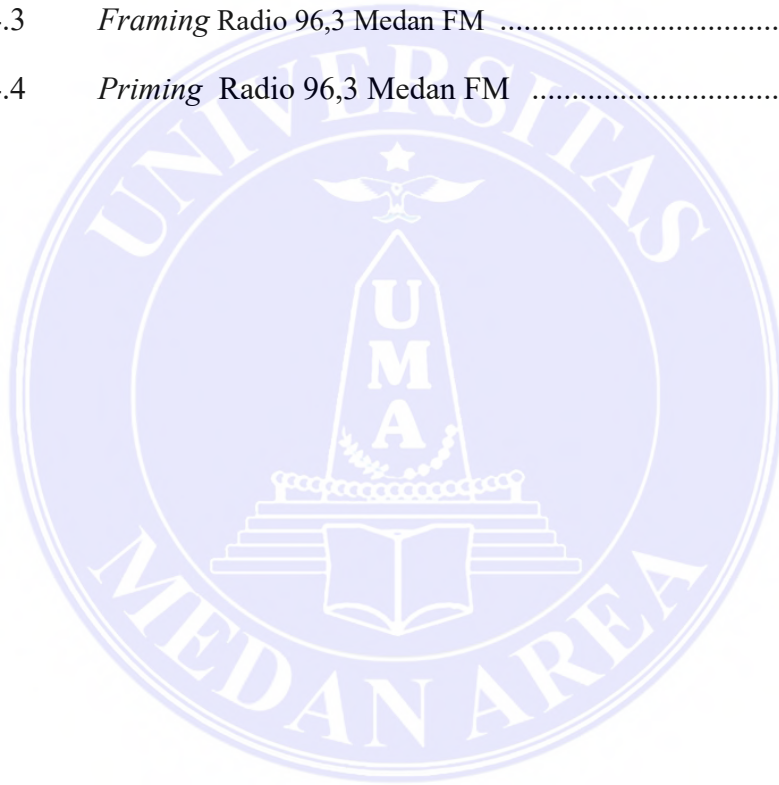
Risha Titara Galiskha Hamid

# DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	v
RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Perumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
II. LANDASAN TEORI .....	9
A. Komunikasi dan Komunikasi Massa .....	9
B. Strategi Komunikasi .....	13
C. Radio .....	16
D. Penyiar .....	21
E. Program Radio .....	27
III. METODOLOGI PENELITIAN .....	34
A. Jenis Penelitian .....	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
C. Sumber Data .....	34
D. Informan .....	35
E. Metode Pengumpulan Data .....	36
F. Instrumen Penelitian .....	37
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	37
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	39
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	39
B. Gambaran Umum Program BK Medan <i>Plus</i> .....	44
C. Strategi Komunikasi Radio 96,3 Medan FM Dalam Program BK Medan <i>Plus</i> .....	48
D. Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan FM Dalam Program BK Medan <i>Plus</i> .....	68
V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	79
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran .....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	84
LAMPIRAN .....	87

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Data Hasil Nielsen Radio di Kota Medan Tahun 2019 ..... 4
Tabel 1.2	Data Hasil Nielsen Program Pagi Radio di Kota Medan Tahun 2019 ..... 6
Tabel 4.1	Data Hasil Nielsen Program Pagi Radio di Kota Medan Tahun 2019 ..... 46
Tabel 4.2	Kekuatan Bahasa Radio 96,3 Medan FM ..... 56
Tabel 4.3	<i>Framing</i> Radio 96,3 Medan FM ..... 57
Tabel 4.4	<i>Priming</i> Radio 96,3 Medan FM ..... 58



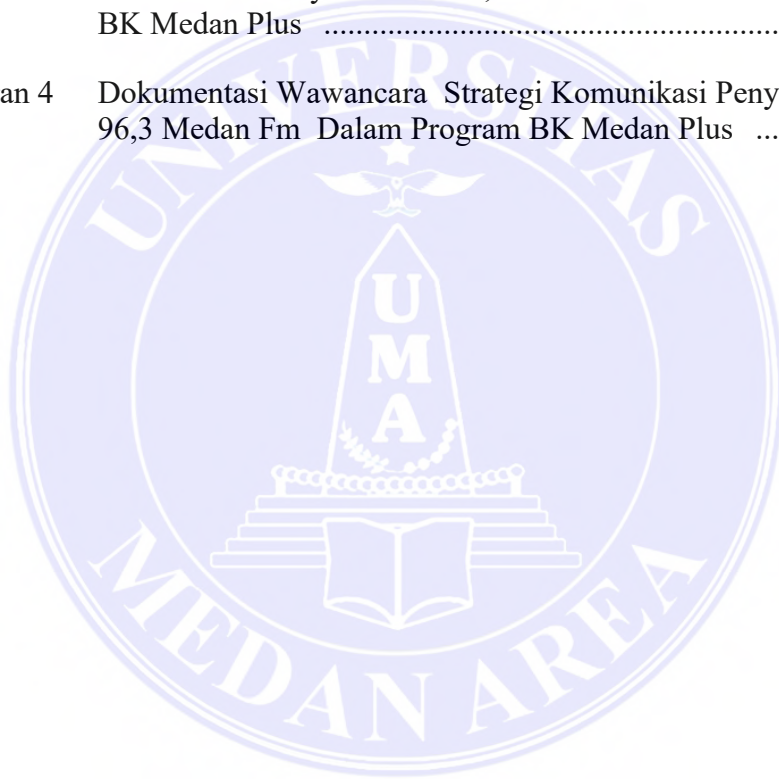
## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Logo Radio 96,3 Medan FM .....	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Radio 96,3 Medan FM .....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Hasil Wawancara Penyiar Mengenai Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan Fm Dalam Program BK Medan Plus .....	xiii
Lampiran 2 Hasil Wawancara Produser Program Mengenai Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan Fm Dalam Program BK Medan Plus .....	xvii
Lampiran 3 Hasil Wawancara Program Director Mengenai Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan Fm Dalam Program BK Medan Plus .....	xx
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan Fm Dalam Program BK Medan Plus .....	xxii



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, jenis media massa yang muncul menjadi semakin banyak terutama berkembang pada media elektronik seperti media online. Ditengah banyaknya media-media baru yang hadir seperti internet dewasa ini, penulis merasa tertarik pada salah satu media yang menyajikan informasi dengan cepat dan ditunjang dengan teknologi tinggi yaitu radio. Kekuatan radio sangat efektif dalam memberikan stimulus (rangsangan) dan mempengaruhi masyarakat untuk menerima pesan suara yang disampaikan oleh komunikator. Menurut Onong Uchjana Effendy (2000: 108) radio adalah salah satu media massa yang mempunyai banyak kelebihan, antara lain; pesan yang disampaikan oleh radio dapat diterima oleh pendengarnya dimana saja tanpa dibatasi ruang.

Radio merupakan media komunikasi massa yang murah dan mudah diakses dikarenakan radio saat ini sudah bisa diakses melalui layanan *streaming*, sehingga dapat didengar di mana saja seperti di radio mobil, komputer, dan telepon genggam. Berbeda dengan media massa lain seperti media elektronik televisi ataupun media massa cetak, butuh biaya lebih dan akses yang terbatas untuk menikmati layanan media-media tersebut.

Dikutip dari <https://www.nielsen.com> pada tahun 2016 *Nielsen Radio Measurement* mencatat bahwa meskipun televisi dan internet tumbuh pesat pada

Kuartal ini, tidak berarti bahwa jangkauan akan pendengar radio menjadi rendah. Kendati penetrasi media televisi 96 persen, media luar ruang 52 persen dan internet 40 persen, namun media radio masih terbilang cukup baik diangka 38 persen.

Kelebihan yang dimiliki oleh radio menjadikan media ini banyak diminati oleh masyarakat dan menarik untuk didengarkan. Selain itu radio juga memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media tanpa visual, radio menstimulasi begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar atau pun informasi faktual melalui telinga pendengarnya. Radio dapat menjadi apa saja, sesuai gambaran dari pendengar melalui kata-kata yang disampaikan dan cara sang penyiar dalam membawakan suatu program.

Keberhasilan media penyiaran dapat bertahan dengan mengutamakan eksistensi radio yang tidak terlepas dari program dan penyiar radio. Menurut Romli (2009: 37), penyiar adalah orang yang bertugas membawakan atau memandu acara di radio, menjadi ujung tombak radio dalam berkomunikasi atau berhubungan langsung dengan pendengar. Yang menjadi penentu dari keberhasilan suatu radio adalah para penyiar.

Dengan segala kemampuan dan kecakapan yang mereka miliki, para penyiar terus berusaha menghidupkan radio diantara para pendengarnya. Sosoknya menjadi salah satu kunci inti yang mengarahkan pada posisi atau rating sebuah radio, juga menjadi *brand image* atau garda depan bagi stasiun radio.

Penyiar memiliki tugas untuk menyampaikan pesan kepada komunikannya, dalam hal ini yaitu pendengar. Selain berbicara, penyiar harus mampu mengakrabkan diri dengan pendengarnya sehingga tercipta kedekatan



antara penyiar dan pendengar. Pada setiap program acara, seorang penyiar harus mempunyai kemampuan lebih dari sekedar bicara saja. Meskipun pendengar lebih senang mendengarkan lagu yang diputarkan di radio tersebut, namun jika penyiarinya menarik maka pendengar akan lebih tertarik lagi untuk mendengarkan acara pada radio tersebut.

Radio 96,3 Medan FM adalah salah satu radio dengan program yang terformat dan memiliki para penyiar yang berpengalaman. Radio 96,3 Medan FM mampu dalam mempertahankan eksistensinya dengan cara mengikuti tren dan mengetahui apa yang disukai oleh masyarakat terutama kalangan anak muda. Hal tersebut membuat radio 96,3 Medan FM menjadi radio yang saat ini tengah digemari oleh anak muda kota Medan. Radio 96,3 Medan FM adalah satu-satunya radio yang aktif 24 jam di kota Medan dengan waktu siaran mulai dari pukul 06.00 – 00.00 WIB.

Radio 96,3 Medan FM melakukan berbagai kegiatan baik di lapangan maupun siaran studio. Kegiatan di lapangan diantaranya mengajak pendengar terlibat langsung dalam sebuah kegiatan seperti makan malam bersama, nonton film di bioskop dan juga menjalin kerja sama sebagai media partner/sponsor dengan para penyelenggara acara di kota Medan. Kegiatan siaran studio selain memutar musik adapun mengadakan kuis interaktif dengan hadiah yang menarik untuk pendengar. Hal tersebut bertujuan untuk mendekatkan penyiar dengan pendengar agar atau supaya menjaga hubungan baik, mempertahankan loyalitas pendengar dan menarik lebih banyak minat pendengar. Radio 96,3 Medan FM juga menjadi satu-satunya radio di kota Medan yang menyajikan “*Traffic*” yaitu segmen yang menginformasikan keadaan lalu lintas di kota Medan setiap satu jam sekali dalam setiap program acara. Radio 96,3 Medan FM

menetapkan posisinya sebagai *News & Entertainment Station*, yaitu menginformasikan berita *ter-update* dari nasional dan internasional.

Kelebihan radio 96,3 Medan FM tidak hanya menyajikan program-program bersifat hiburan dengan menyajikan lagu-lagu yang sedang *trending*, tetapi juga bersifat informatif yang menarik perhatian pendengarnya dikalangan anak muda. Pada hasil survei Nielsen di gelombang 2 tahun 2017 radio 96,3 Medan FM tercatat sebagai radio anak muda dengan pertumbuhan pendengar tertinggi, pada hasil survei Nielsen di gelombang 3 menjadi radio anak muda nomor satu di kota Medan mengungguli kompetitor-kompetitornya di segmen anak muda. Ditahun 2019 Radio 96,3 Medan FM sebagai radio anak muda nomor satu di Kota Medan.

**Tabel 1.1**  
**Data Hasil Nielsen Radio di Kota Medan Tahun 2019**

Market: Medan  
Demographic: 15-29  
Survey: Survey #4 2019  
Session: Mon-Sun  
Place of Listening: All

No	Radio	Cume	T.S.L
1	MEDAN FM	74	4,13
2	-	67	6
3	-	65	2,43
4	-	60	4,41
5	-	49	4,03
6	-	48	4,01
7	-	44	5,08
8	-	43	2,38
9	-	33	5,56
10	-	33	3,11

*Sumber: Data Internal Radio 96,3 Medan FM*

Radio 96,3 Medan FM beroperasi di jalur 96.3 FM (*Frequency Modulation*). Radio ini berdiri pada tahun 2016 dibawah naungan perusahaan dengan nama PT. Radio Siaran Rhodesa. Perusahaan penyiaran ini berlokasi di Jalan Pembangunan 1 nomor 6 Medan. Sasaran (segmen pasar) yaitu pendengar

yang berusia 15-25 tahun dengan karakter berjiwa muda, aktif, energik, yang sesuai dengan slogan yang diusungnya “Juaranya Hits Anak Muda!”.

Radio 96,3 Medan FM adalah salah satu stasiun radio swasta yang pada program-programnya selalu dipandu oleh para penyiar profesional yang memiliki kemampuan baik sehingga pendengar akan terus tertarik untuk mendengarkan radio 96,3 Medan FM. Setiap penyiar dimasing-masing program berupaya untuk melaksanakan strategi komunikasi, termasuk diantaranya para penyiar program BK Medan *Plus*.

Program BK Medan *Plus* merupakan singkatan dari *Breakfast* Kawan Medan *Plus*. Program BK Medan *Plus* memulai waktu siaran dari jam 06.00-10.00 WIB yang dikategorikan sebagai program siaran *prime time*, dimana pada jam tersebut pendengar lebih aktif untuk mendengarkan radio. Berdasarkan hasil Nielsen tahun 2019 program BK Medan *Plus* berhasil menjadi program siaran pagi anak muda nomor satu di kota Medan seperti yang terlihat dari data yang disajikan di Tabel 1.2.

Program BK Medan *Plus* dipandu oleh dua penyiar profesional yang juga berprofesi sebagai *MC (Master of Ceremony)* di kota Medan yaitu Deo Ginting dan Pupus Riyanti. Kemampuan mereka dalam berkomunikasi dengan guyonan mampu mengundang gelak tawa pendengarnya, ditambah dengan konten-kontennya yang unik dan menghibur, seperti Telor Kering (Telepon Orang Kring) yaitu menghubungi orang lewat telepon dengan tujuan menjebak dan membuat orang tersebut merasa kesal dan marah atau dengan istilah *prank*. Dikutip dari <https://medanfm.id> program “Telor Kring” di program paginya yaitu *Breakfast* Kawan Medan (BK MEDAN) menjadi program andalan yang menurut survei

internal paling digemari oleh para pendengarnya. Kemudian konten Palasik (Parodi Lagu Asik) yaitu mengubah lirik lagu menjadi kalimat-kalimat yang menghibur, serta konten *Roha and Friends* yaitu konten cerita yang dikemas dengan lucu tentang keseharian Roha sebagai gadis batak yang berteman dengan Devin.

**Tabel 1.2**  
**Data Hasil Nielsen Program Pagi Radio di Kota Medan Tahun 2019**

Market: Medan  
Demographic: 15-29  
Survey: Survey #1 2019  
Session: Mon-Fri 6:00 AM – 10.00 AM  
Place of Listening: All

No.	Radio	Cume	T.S.L
1	MEDAN FM	17	1,12
2	-	16	1,10
3	-	15	0,87
4	-	12	0,44
5	-	11	0,42
6	-	11	1,11
7	-	4	1
8	-	4	0,3
9	-	4	1
10	-	0	0

*Sumber: Data Internal Radio 96,3 Medan FM*

Dalam program BK Medan *Plus* pendengarnya mayoritas berasal dari kalangan muda dan dewasa, ada pendengar yang tertarik pada konten-konten program, topik pembicaraan, suara penyiar, komunikasi penyiar, dan ada pendengar yang hanya tertarik dengan informasi/berita ataupun siaran musik saja. Program BK Medan *Plus* memiliki keterlibatan yang baik dengan para pendengarnya, pendengar yang ingin memberi respon atau tanggapan balik atas obrolan atau topik pembicaraan oleh penyiar, dapat menghubungi langsung para penyiar melalui saluran telepon studio radio atau memberikan komentar di media sosial radio 96,3 Medan FM. Agar penyiar BK Medan *Plus* terdengar lebih

menarik baik dari pembawaan program maupun dalam melakukan siaran sehingga banyak diminati pendengar, maka dibutuhkan kemahiran dan keahlian dalam berkomunikasi sehingga mendapatkan hasil siaran yang berkualitas.

Oleh karena itu berdasarkan dari uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR 96,3 MEDAN FM DALAM PROGRAM BK MEDAN *PLUS***”.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus masalah diperlukan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar peneliti lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan. Penelitian ini akan difokuskan pada strategi komunikasi yang dilakukan penyiar dalam program BK Medan *Plus* berdasarkan teori Ben G. Henneke yaitu komunikasi gagasan, komunikasi kepribadian, proyeksi kepribadian, strategi pengucapan, dan strategi kontrol suara.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pokok masalah di atas, maka diperoleh rumusan masalah:

1. Bagaimana komunikasi gagasan penyiar program BK Medan *Plus*?
2. Bagaimana komunikasi kepribadian penyiar program BK Medan *Plus*?
3. Bagaimana proyeksi kepribadian penyiar program BK Medan *Plus*?
4. Bagaimana strategi pengucapan penyiar program BK Medan *Plus*?
5. Bagaimana strategi kontrol suara penyiar program BK Medan *Plus*?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui komunikasi gagasan penyiar program BK Medan *Plus*?
2. Mengetahui komunikasi kepribadian penyiar program BK Medan *Plus*?
3. Mengetahui proyeksi kepribadian penyiar program BK Medan *Plus*?
4. Mengetahui strategi pengucapan penyiar program BK Medan *Plus*?
5. Mengetahui strategi kontrol suara penyiar program BK Medan *Plus*?

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah uraian yang bersifat teoritis mengenai strategi komunikasi penyiar radio.
2. Manfaat praktis dengan adanya penelitian ini, diharapkan bisa dijadikan bahan informasi dan masukan bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang penyiaran khususnya dalam media radio. Dan dapat memberi petunjuk penelitian sejenis untuk penelitian selanjutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Komunikasi Dan Komunikasi Massa

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggrisnya *communication* berasal dari bahasa Latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah makna. Jika dua orang terlibat dalam komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan mengenai makna apa yang dicakapkan. (Onong Uchjana Effendy, 2004: 9).

Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain (Onong Uchjana Effendy, 2004: 4).

Dalam pengertian komunikasi secara paradigmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu; ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau melalui media, baik media massa seperti surat kabar, radio, televisi, atau film, maupun media non-massa, misalnya surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk, dan sebagainya. Dalam definisi tersebut tersimpul tujuan, yakni memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*), atau perilaku (*behavior*) (Onong Uchjana Effendy, 2004: 5).

Menurut Effendy (2013: 256) (dalam jurnal *Interaksi Komunikasi Organisasi*, Nina Siti S. Siregar, Vol : 5, 2012) Harold D. Laswell

menjelaskan komunikasi sebagai jawaban atas pertanyaan-pertanyaan: (*Who? Says What? In which channel? To whom? With what effect?*). kalimat ini kemudian dikenal sebagai formula Lasswell.

Dari apa yang dikemukakan Lasswell tersebut, pada intinya mencakup unsur-unsur dari komunikasi, yaitu adanya; komunikator, pesan yang disampaikan, media yang digunakan, komunikan/audiens, dan efek. Secara sederhana dapatlah diartikan bahwa komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan dengan tujuan menyamakan makna dari seseorang/lembaga (komunikator) kepada orang lain/audiens (komunikan) (dalam jurnal Perspektif, “Interaksi Komunikasi Organisasi”, Nina Siti S Siregar, Vol : 5, 2012).

## 1. Unsur-Unsur Komunikasi

Berdasarkan definisi komunikasi oleh Lasswell, komunikasi yaitu “*who says what in which channel to whom with what effect?*” atau “siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana?” Maka dapat terbagi lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu:

### a. Komunikator (*communicator, source, sender*)

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Oleh karena itu komunikator juga disebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi, dan juga karya ide serta penuh daya kreativitas (Hafied Cangara, 2012: 99).



b. Pesan (*message*)

Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan sekelompok pesan verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber. Pesan mempunyai tiga komponen: makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. (Deddy Mulyana 2008: 70).

Bahasa lisan dan tulisan sering disebut dengan komunikasi verbal, sementara selain lisan dan tulisan (gerak-gerik, isyarat tangan, ekspresi wajah, sentuhan, warna pakaian) sering disebut dengan komunikasi nonverbal (Nurudin 2017: 46).

Maka pesan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu (verbal atau nonverbal) yang disampaikan komunikator kepada penerima pesan.

c. Media (*channel*)

Menurut (Nurudin, 2017: 48) media itu adalah alat bantu untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada penerima pesan. Jadi dalam berkomunikasi, seseorang bisa tanpa menggunakan media (*non mediated communication*) yang biasanya dilakukan secara tatap muka, dengan komunikasi bermedia (*mediated communication*).

d. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)

Komunikan adalah orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai pengetahuan persepsi, pola pikir dan perasaannya, penerima pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami (Deddy Mulyana, 2008: 71).

Ciri komunikasi hampir sama dengan komunikator. Ia juga sering disebut dengan khalayak, sasaran, audiensi, dan *receiver* (penerima). Komunikasi ini juga bisa identik dengan massa dalam saluran komunikasi massa yakni pendengar, pembaca, pemirsa, dan penonton (Nurudin, 2017: 48-49)

e. Efek (*effect, impact, influence*)

Efek adalah apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku (Deddy Mulyana, 2008: 71).

## 2. Komunikasi Massa

Menurut Hafied Cangara (2011: 36), komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film.

Menurut Arifuddin Tike (2009: 43) komunikasi massa juga dapat disebut dengan komunikasi media, sebab komunikasi massa sangat memerlukan alat komunikasi media massa, baik yang sifatnya elektronik seperti televisi, radio dan film. Maupun yang sifatnya tertulis seperti surat kabar, majalah dan buku.

Maka dapat disimpulkan komunikasi massa merupakan komunikasi melalui media massa yang ditujukan kepada orang banyak dengan harapan pesan dapat tersebar luas. Keunggulan media massa terutama elektronik yang dapat mempersingkat jarak dan waktu antara media dan khalayak.

## B. Strategi Komunikasi

Rogers (1982) dalam Cangara (2013: 61) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Menurut seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) dalam Cangara (2013: 61) juga membuat definisi dengan menyatakan bahwa 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.

Menurut Bungin (2015: 62) didalam menjalankan strategi komunikasi maka seluruh proses komunikasi harus dipahami sebagai proses mentransformasikan pesan di antara kedua belah pihak. Kedua pihak memiliki kepentingan didalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu dengan yang lainnya, oleh karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat didalam proses komunikasi.

Berdasarkan pendapat Ben G. Henneke dalam bukunya *The Radio Announcer's Handbook* yang dikutip dari Romli (2004: 21-23) menyebutkan strategi komunikasi penyiar radio meliputi beberapa aspek strategi, yaitu:

1. Komunikasi Gagasan (*communications of ideas*) adalah penyampaian ide atau pemikiran serta opini dari komunikator ke komunikan. Dalam hal bersiaran, penyiar menyampaikan gagasannya dengan bentuk yang bervariasi dan berbeda tiap harinya. Hal ini sangat penting untuk dilakukan selain sebagai kewajiban bagi penyiar juga menghindari rasa

bosan dan kejenuhan dari pendengar, sehingga pendengar akan lebih tertarik lagi dengan siarannya.

2. Komunikasi Kepribadian (*communications of personality*) diartikan sebagai pemahaman tingkah laku, pikiran, perasaan, dan kegiatan manusia. Ada lima kualifikasi dari seorang *newscaster* yaitu:
  - a. Pribadi yang hangat bagi semua orang,
  - b. Adaptif dengan semua situasi,
  - c. Mampu menulis naskah dan mengkomunikasikannya,
  - d. Lebih utama memiliki pengalaman dalam dunia penyiaran, dan
  - e. Akrab dengan teknologi penyiaran.
3. Proyeksi Kepribadian, yaitu tenaga suara yang dikeluarkan penyiar saat siaran sehingga memunculkan kesan profesional, meliputi:
  - a. Keaslian suara,
  - b. Kelincahan berbicara,
  - c. Keramahtamahan, dan
  - d. Kesanggupan menyesuaikan diri.
4. Pengucapan (*pronunciation*), berkaitan dengan kemampuan berbicara, di mana seorang penyiar harus menghindari perkataan yang sulit untuk dimengerti agar tidak terjadi kesalahpahaman pendengar dalam mengartikan apa yang disampaikan oleh penyiar.
5. Kontrol Suara (*voice control*), yaitu cara yang digunakan penyiar dalam mengontrol suaranya, sehingga suaranya layak untuk bersiaran. Saiful Bakhtiar (2011: 36) menyebutkan hal-hal yang meliputi kontrol suara, ialah:

- a. Tempo, kecepatan dalam berbicara akan memberikan kesan berbeda-beda saat didengarkan, jika tempo terlalu lambat, pendengar bisa menganggap penyiar tersebut malas, tidak bersemangat atau sebaliknya. Oleh karena itu perhatikan kecepatan bicara agar tidak terkesan monoton.
- b. Kerasnya suara, keselarasan volume suara penyiar dengan lagu, dengan penambahan lagu sebagai latar belakang suara penyiar, siaran lebih variatif dan tidak monoton.
- c. Pola titi nada, tekanan tinggi dan rendahnya saat melakukan siaran sehingga menjadi daya tarik penyiar saat siaran.
- d. Kadar suara, kelayakan suara penyiar untuk melakukan siaran. Kualitas suara yang diperlukan seorang penyiar adalah “suara perut” atau suara yang keluar dari rongga badan antara dada dan perut. Dikenal dengan sebutan “suara diafragma”, jenis suara ini akan lebih bertenaga, bulat, terdengar jelas, dan keras tanpa harus berteriak.

Ibnu Hamad dalam bukunya *Komunikasi Sebagai Wacana* (2010: 45) menjelaskan pelaku konstruksi memakai tiga alat untuk mengkonstruksikan suatu realitas, yaitu:

1. Strategi *Signing* yaitu strategi penggunaan tanda-tanda bahasa, baik bahasa verbal (dalam bentuk kata-kata) maupun nonverbal (dalam bentuk gambar, grafik, gerakan, dan sebagainya).
2. Strategi *Framing* yaitu memilih fakta yang akan dimasukkan atau dikeluarkan dari wacana. Penyebabnya, di satu sisi, karena fakta yang

terkait dengan realitas sering lebih banyak dibandingkan dengan tempat dan waktu yang tersedia. Karena itu fakta haruslah dipilah dan dipilih mana yang akan dimasukkan kedalam wacana dan mana yang dikeluarkan dari wacana. Di sisi lain, pemilahan dan pemilihan itu dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu yang digunakan oleh si pembuat wacana, baik faktor internal maupun eksternal.

3. Strategi *Priming* yaitu teknik menampilkan wacana didepan publik berdasarkan waktu, tempat, dan jenis khalayak. Dalam praktik media massa, praktik penonjolan isu ini terlebih dahulu dikenal dengan teori *Agenda Setting*. Menurut teori ini, media mampu menentukan agenda yang diperhatikan khalayak, sehingga media dinilai memiliki peran sebagai *agenda setter*.

### C. Radio

Dalam Ensiklopedi Indonesia (2004: 25), radio adalah suatu alat penyampaian informasi dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik melalui udara dengan kecepatan yang sangat tinggi melebihi kecepatan cahanya. Selanjutnya untuk penyampain informasi tersebut tidak mudah begitu saja, tetapi membutuhkan dua alat yang tidak bisa dipisahkan, yaitu pemancar radio sebagai penyebar informasi dan radio sebagai penerimanya.

Menurut Anwar Harifin (1984: 81) radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat. Siaran radio menurut

Onong Uchjana Effendy (1989: 301) adalah penyebaran secara elektronik berbagai acara dalam bentuk kata-kata, musik, dan lain-lain yang sifatnya audial (untuk didengarkan) kepada khalayak yang tersebar.

Dari berbagai macam pengertian radio di atas dapat disimpulkan bahwa radio adalah alat pemancar suara, sedangkan radio yang menjadi media massa adalah radio siaran.

## 1. Karakteristik Radio

Pada komunikasi massa yang membedakan media massa satu dengan media massa lainnya adalah stimulus alat indra. Pada radio siaran, komunikasi hanya mendengar sehingga alat indra yang digunakan adalah telinga. Hal ini pun dikarenakan radio memiliki beberapa karakteristik yang berbeda menurut M. Ramli (2004: 22) yaitu:

- a. Radio adalah suara (auditori) untuk didengar karena isi siaran bersifat sepiintas lalu dan tidak dapat diulang.
- b. Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi).
- c. Mengandung gangguan seperti timbul tenggelam (*fading*) dan gangguan teknis (*channel noise factor*).
- d. *Theater of Mind*. Radio menciptakan gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar.
- e. Identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal

musik, radio memiliki daya kejutan seketika karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang disajikan berbeda dengan memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya.

## 2. Sifat Radio

Radio juga memiliki sifat-sifat yang mampu membedakan dengan media massa lainnya, beberapa sifat menjadi keistimewaan tersendiri untuk radio. Menurut Onong Uchjana Effendy (1989: 87-89) sifat-sifat radio diantaranya, yaitu:

### a. Auditif

Sifat radio siaran adalah auditif, untuk didengar, maka isi siaran yang sampai di telinga pendengar hanya sepintas lalu saja, ini berbeda dengan sesuatu yang disiarkan melalui media surat kabar, majalah dan media dalam bentuk tulisan lainnya yang dapat dibaca, diperiksa dan ditelaah berulang kali. Pendengar yang tidak mengerti terhadap suatu uraian yang disampaikan melalui radio tidak mungkin untuk meminta ulang kepada pembicara.

### b. Mengandung Gangguan

Setiap komunikasi yang menggunakan saluran bahasa dan bersifat massal akan memiliki dua faktor gangguan, gangguan pertama adalah apa yang disebut “*semantic noise factor*” dan yang kedua adalah “*channel noise factor*”. Gangguan teknis dapat berupa “interferensi”, yakni dua atau lebih gelombang yang berdentupan, sehingga membuat isi siaran sukar dimengerti, atau gangguan karena pesawat penerima lainnya dan sebagainya.



c. Akrab

Radio siaran sifatnya akrab, intim, seorang penyiar seolah-olah berada di kamar pendengar dengan penuh hormat dan cekatan menghadirkan acara-acara yang menggembirakan kepada penghuni rumah, sifat ini tidak dimiliki oleh media lainnya.

### 3. Kelebihan dan Kelemahan Radio

Setiap media massa memiliki kelemahan dan kelebihannya masing-masing, Morrisan (2011: 11) menyebutkan kelebihan radio, yaitu:

- a. Langsung. Radio adalah satu-satunya media yang memiliki kemampuan menyampaikan isi kandungan program secara langsung. Begitu suara dipancarkan, telinga pendengar langsung menangkap dan mencernanya meski sambil mengerjakan aktivitas apapun.
- b. Cepat. Dari segi penyampaian pesan, radio memiliki kecepatan yang sulit ditandingi oleh media lain. Suatu peristiwa yang terjadi bisa dengan cepat disiarkan oleh stasiun radio.
- c. Menciptakan gambar dalam ruang imajinasi pendengar. Dengan keunggulan suaranya radio memberi pendengar kebebasan berimajinasi. Radio satu-satunya media komunikasi modern yang memiliki kemampuan istimewa dalam menciptakan gambar atau rekaan di ruang imajinasi pendengarnya, dengan keunggulan semua kalangan bisa mendengarkan.
- d. Tanpa batas. Radio tidak dibatasi oleh batas geografis maupun demografis. Hanya orang tuna rungu saja yang tidak bisa menikmati. Dengan

kemajuan teknologi satelit atau digital, radio bisa dinikmati pendengar diluar jangkauan frekuensi atau radius yang dimilikinya.

- e. Tidak banyak pernik. Dibandingkan media lain, pada peliputan berita radionya cukup satu orang dengan membawa kelengkapan berupa mikrofon dan sebuah telepon genggam untuk melaporkan sesuatu secara langsung.
- f. Hangat dan dekat. Kendati tidak berhadapan langsung dengan pendengar dan terpisah jarak begitu jauh namun kedekatan dengan penyiar radio bisa terjalin dekat dan akrab.
- g. Mendidik. Radio sangat efektif dipakai sebagai media pendidikan. Apalagi jika jangkauannya luas dan sebagian besar pendengar yang bermukim di wilayah pinggiran yang mungkin belum memiliki sarana pendidikan yang bisa dikemas dengan menarik dan mudah disimak pendengarnya.
- h. Memberi manfaat bagi individu dan masyarakat. Dengan karakternya yang intim dan hangat, radio memiliki kemampuan untuk cepat diakrabi oleh khalayak pendengar yang bisa sebagai tempat mencari informasi.

Dan kelemahan radio, yaitu:

- a. Durasi program terbatas. Radio siaran dalam tiap programnya dibatasi durasi waktu, setiap program memiliki rentang waktunya masing-masing. Biasanya, maksimal durasi waktu program selama 240 menit atau empat jam yang terbagi-bagi dalam segmen acara.
- b. Sekilas dengar. Sifat radio adalah audiotori, untuk didengar. Isi pesan atau informasi radio siaran gampang lenyap dari ingatan pendengar, untuk itu pendengar tidak bisa meminta mengulang informasi atau lagu yang sudah

disiarkan. Artinya sifatnya sekilas, pesan yang disampaikan tidak rinci dan detail.

- c. Mengandung gangguan. Radio siaran sebagai media massa juga tak lepas dari gangguan yang sifatnya teknis. Karena kekuatan radio siaran adalah bunyi atau suara, maka unsur ini pula yang bisa menjadi kelemahan karena adanya gangguan sinyal, suara terdengar menghilang atau terdapat *noise*.
- d. Nonvisual. Radio tidak dapat memperlihatkan visualisasi tentang situasi dalam radio, sosok penyiar maupun narasumber yang akan *on-air* di radio, berbeda sekali dengan televisi yang mempunyai visualisasi dan audio.

#### **D. Penyiar**

Dalam bahasa Inggris, penyiar disebut *announcer* (arti harafiah yaitu orang yang mengumumkan). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penyiar adalah orang yang menyiarkan atau menyeru pada radio.

Penyiar radio adalah orang yang mampu mengkomunikasikan gagasan, konsep, dan ide serta bertugas membawa atau menyiarkan suatu program acara di radio. Dalam hal ini penyiar radio memiliki tanggung jawab terhadap acara yang dibawakannya sehingga dapat berlangsung dengan lancar. Chester Garisson dan Willis dalam bukunya yang berjudul *Television and Radio* mengatakan bahwa penyiar dalam sebuah stasiun radio memainkan banyak peran. Pada umumnya penyiar adalah juru bicara stasiun radio siaran. Dibalik layar studio, penyiar juga mempunyai pekerjaan dan tugas lain sesuai keterampilan yang dimilikinya. Pada dasarnya ada banyak aturan yang menuntut seorang penyiar harus lebih persuasif dan komunikatif pada pendengarnya (Wanda Yulia, 2010: 17-18).

Menurut Romli (2009: 37) penyiar adalah orang yang bertugas membawakan atau memandu acara di radio, menjadi ujung tombak radio dalam berkomunikasi atau berhubungan langsung dengan pendengar. Yang menjadi penentu dari keberhasilan suatu radio adalah para penyiar.

Masduki (2001: 9) mengatakan hal yang serupa, penyiar adalah personalitas stasiun penyiaran yang diwakilinya. Kemampuan atau kegagalannya dapat mempengaruhi citra khalayak terhadap stasiun dimana ia bertugas. Penyiar harus dapat menyampaikan pesan secara efektif. Acara yang pesannya dapat dikomunikasikan secara efektif akan menarik lebih banyak pendengar dan secara langsung dapat menguntungkan stasiun yang menyajikan acara yang dibawakan oleh penyiar tersebut.

Pada umumnya penyiar adalah juru bicara stasiun radio siaran. Bahkan, penyiar adalah “ujung tombak” stasiun radio, sukses tidaknya sebuah acara ditentukan oleh penyiarnya. Penyiar adalah seorang penampil yang melakukan pekerjaan penyiaran, menyajikan produk komersial, menyiarkan berita/informasi, akting sebagai pembawa acara atau pelawak, menangani olahraga, pewawancara, diskusi, kuis dan narasi (Irwanti Said, 2012: 141–142).

Untuk menjadi seorang penyiar profesional sebenarnya sederhana, yaitu cukup dengan modal suara atau vokal, niat dan keinginan yang kuat untuk belajar. Namun, pada masa kini, seorang penyiar dituntut untuk menjadi yang terdepan dalam berbagai hal, termasuk didalamnya hiburan, teknologi dan informasi karena melalui media inilah seorang penyiar berekspresi menginformasikan dan menyajikan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh khalayak (Wanda Yulia, 2010: 20-22).

## 1. Karakteristik Penyiar

Menjadi seorang penyiar dibutuhkan keahlian khusus yang tentu harus dikuasai oleh orang yang bertugas sebagai pembawa acara dalam program yang dibawa, dibutuhkan keprofesionalan untuk menjalankan tugasnya. Maka untuk menjadi seorang penyiar ada beberapa karakteristik yang harus dipenuhi, Saiful Bakhtiar (2006: 16-18) mengungkapkan karakteristik penyiar radio diantaranya:

### a. Disiplin Diri

Penyiar bekerja dalam ruang lingkup yang dinamakan *team work*. Program diasuh oleh penyiar yang berbeda secara bergantian. Dalam posisinya dituntut betul disiplin, tepat waktu, taat peraturan dan menjunjung tinggi tanggung jawab yang dipercayakan kepadanya.

### b. Teliti dan Kritis

Penyiar selalu berpegang pada *log book*-buku catatan program harian yang ada. Penyiar datang lebih awal untuk mengecek segalanya. Dari perangkat siar sampai iklan yang diputar dan semua yang terkait dengan proses siaran sebelum program berlangsung.

### c. Kreatif

Bila seorang penyiar dipercaya untuk mengurus dan memegang sebuah program, ia maka selalu mampu menghadirkan sesuatu yang baru dan kreatif.

### d. Terbuka

Penyiar juga dituntut sportif, siap/senang menerima berbagai kritik dan saran, dan selalu menerima masukan baik yang bersifat membangun maupun tidak.

e. *Team work*

Tidak mementingkan ego dalam bekerja. Jika harus absen karena halangan tertentu, maka penyiar perlu mencari pengganti dan begitu juga sebaliknya, siap menggantikan rekan yang berhalangan.

## 2. Keterampilan Penyiar Radio

Secara umum ada tiga keterampilan yang harus dikuasai penyiar (Masduki, 2005: 119), yaitu:

- a. *Announcing Skill*, yaitu keterampilan menuturkan segala sesuatu yang menyangkut musik, kata, atau lirik lagu yang disajikan.
- b. *Operating Skill*, yaitu keterampilan mengoperasikan peralatan siaran.
- c. *Musical Touch*, yaitu keterampilan merangkai musik dalam tatanan yang menyentuh emosi pendengar. Bercita rasa dalam seleksi, harmonis dalam rangkaian.

Selain itu penyiar juga harus memiliki prinsip dalam melaksanakan tugasnya sebagai seorang penyiar, menurut Rein Arman Depari (2014: 14-28) menyebutkan ada sembilan hal yang menjadi prinsip wajib yang harus diperhatikan oleh seseorang untuk menjadi penyiar radio, yaitu:

- a. Berusaha Meningkatkan Pengetahuan

Penyiar atau pembawa acara sedianya akan tampil diberbagai acara yang berbeda-beda, sehingga menuntut anda agar menguasai berbagai pengetahuan misalnya tentang hal-hal yang sedang tren di masyarakat, mengerti tentang sebuah produk, tahu perkembangan dunia politik, memahami kebiasaan suatu masyarakat dan sebagainya. Semakin banyak

pengetahuan yang didapat, maka seorang penyiar atau pembawa acara akan semakin mudah melakukan pekerjaannya, cepat tanggap dan terlihat lebih *smart* dan pintar.

b. Beri Contoh Dari Pengalaman Diri Sendiri

Seorang penyiar atau *announcer* perlu juga untuk sesekali menceritakan kisah pengalaman hidupnya agar lebih menarik audiensi. Menceritakan pengalaman hidup sendiri akan memperkuat ikatan emosional antara penyiar dan audiensi. Penyiar bisa menceritakan pengalaman hidup dengan tema acara yang akan dilangsungkan.

c. Berusahalah Selalu Kreatif

Menjadi penyiar atau pembawa acara adalah sebuah pekerjaan yang membutuhkan banyak ide atau gagasan segar. Kapasitas pengetahuan yang luas, ditambah dengan banyaknya kisah pengalaman diri sendiri, adalah perpaduan yang cocok bagi penyiar. Namun itu saja belum cukup, sebab bisa jadi penyiar akan terlihat monoton atau membosankan. Karenanya penting bagi pembawa acara atau penyiar untuk mempersiapkan diri dengan terus mencari ide-ide menarik, berpikir *out of box* yang bisa penyiar sampaikan pada saat membawakan sebuah acara.

d. Memiliki Rasa Humor

Agar sebuah acara tetap menyedot perhatian audiensi dan suasana terasa semakin “hidup”, maka perlu kiranya penyiar untuk memberikan sentuhan humor, canda dan tawa kepada audiensi. Penyiar perlu memiliki rasa humor, karena itu akan menciptakan suasana yang akrab dan hangat.

e. Pentingnya Sabar

Kesabaran akan membuat penyiar selalu tenang menghadapi berbagai situasi, sehingga anda tidak tegang atau tergesa-gesa dalam bersikap yang bisa mempengaruhi penampilan penyiar.

f. Melatih Imajinasi

Pada saat-saat tertentu penyiar dituntut untuk lebih kreatif, misalnya agar acara yang biasa-biasa saja bisa menjadi lebih meriah, membawa suasana penuh kehangatan, dan mengesankan. Penyiar harus memiliki *chemistry* dengan audiensi. Seorang pembawa acara atau penyiar yang baik adalah yang bisa menumbuhkan kesan mendalam pada audiensi, justru setelah acara itu sendiri berakhir, pembawa acara atau penyiar harus pandai berimprovisasi. Karena itu pembawa acara atau penyiar harus sering melatih diri, melatih imajinasi, sehingga pada saat-saat tertentu, dalam keadaan mendesak imajinasi muncul secara spontan.

g. Selalu Antusias

Seorang pembawa acara atau penyiar tidak mungkin menjalankan aktifitasnya tanpa antusiasme, sebab hal ini akan terlihat oleh audiensi dan akan mempengaruhi mereka.

h. Selalu Rendah Hati dan Bersahabat

Seorang pembawa acara atau penyiar harus mampu menempatkan diri dalam berbagai situasi dan kondisi. Kerendahan hati membuat penampilan penyiar atau pembawa acara menjadi sosok yang ramah, berwajah cerah dan tampak siap berdialog sebagaimana seorang sahabat layaknya.



i. Kemampuan Bekerja Sama

Sukses tidaknya sebuah acara amatlah tergantung kepada kinerja tim dari sejak perencanaan sampai pelaksanaannya. Karena acara selalu melibatkan banyak pihak, maka seorang penyiar atau pembawa acara juga dituntut untuk selalu terbuka dan mau bekerja sama.

## E. Program Radio

Program berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensinya. Dengan demikian program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya (Morissan, 2015: 209).

Program siaran atau dalam program radio sering disebut program siaran wicara radio meliputi banyak format acara, antara lain: *talk show*, *vox pop*, wawancara, diskusi, mimbar, dan berita. Semua program tersebut dapat diproduksi baik di dalam studio maupun di luar studio (Wibowo, 2012: 60).

### 1. Jenis- jenis Program Radio

Berdasarkan pendapat Romli (2007: 106-110) jenis-jenis program radio, yaitu :

a. *Music Program*

Ini merupakan program utama yang ada di radio manapun, kecuali radio khusus berita. Program ini bisa divariasikan menjadi acara pemutaran lagu-lagu pilihan pendengar (*request*), paduan lagu-lagu dan informasi

ringan, karaoke, tangga lagu (top hits), *live music*, lagu dan kuis, dan sebagainya.

b. *Talk show*

Program *talk show* atau *chat show* (obrolan, bincang-bincang, dialog interaktif) biasanya mendatangkan narasumber atau bintang tamu untuk bincang-bincang tentang sebuah tema atau topik hangat. Variasinya adalah program siaran yang mengundang pendengar mengudara via telepon (*phone-in*) untuk menyampaikan opininya dengan topik khusus, atau program yang bersifat terbuka (*open-line phone-in*) pendengar bebas berbicara apa saja, juga acara diskusi dimana penyiar bertindak sebagai moderator yang mengatur lalu lintas pembicaraan.

c. *News program*

Disebut juga acara berita dan isu-isu aktual (*news and current affairs programme*). Seorang penyiar program berita disebut juga *news caster* (penyaji berita).

## 2. Strategi Program

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring dengan banyaknya stasiun penyiaran. Strategi program radio ditinjau dari aspek manajemen strategis program siaran terdiri dari:

a. Perencanaan Program Siaran

Dalam konteks industri penyiaran, perencanaan merupakan unsur terpenting, karena siaran memiliki pengaruh, dampak kuat dan besar. Maka dari itu memerlukan perencanaan yang matang dalam menggunakan data dan fakta selengkap lengkapnya. Pengelola program siaran harus

mempertimbangkan empat hal ketika merencanakan program siaran yaitu, **product** artinya suatu produk yang ditawarkan kepada audien atau program yang disukai pendengar, **price** artinya harga atau biaya suatu program yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program, **place** artinya distribusi program yang merupakan proses pengiriman program yang tepat, **promotion** artinya proses bagaimana memberitahu audiensi mengenai adanya suatu program sehingga mereka akan tertarik untuk mendengarkan (Morissan, 2008: 281).

Perencanaan siaran dibagi ke dalam tiga periode, yaitu:

1) Rencana siaran bulanan

Acara bulanan disusun pada garis besarnya saja, yaitu berupa jenis program pendidikan, hiburan, pemberitaan dan lain-lain. Jenis siaran ini ditentukan oleh *crew* siaran dalam sebuah pertemuan yang membahas tentang kesempurnaan produksi siaran melihat kekurangannya dan menetapkan hal-hal yang akan memuaskan pendengar.

2) Rencana siaran mingguan

Acara mingguan merupakan penjabaran dari rencana siaran bulanan yang meliputi siaran selama tujuh hari. Judul, jenis, topik dan penyelenggaraannya dicantumkan karena sudah pasti. Dicantumkan pula format penyajiannya, apakah akan disiarkan secara langsung (*live*) atau rekaman. Dalam rencana siaran mingguan dicantumkan nama-nama penyiar dan operator untuk masing-masing acara serta petugas pengganti bila berhalangan.

### 3) Rencana siaran harian

Acara harian dicantumkan secara rinci dan lengkap dari dari menit ke menit mulai dari pembukaan (*opening*) sampai penutup (*closing*) siaran. Rencana siaran harian merupakan pegangan penyiar dan operator. Dalam naskah itu tercantum judul acara, produser, jenis penyajian, nama penyiar dan operator hingga ke *playlist* lagu (Effendi, 2006: 123-125).

### b. Produksi dan Pembelian Program

Produksi siaran merupakan ketrampilan memadukan wawasan, kreatifitas dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi. Program dapat diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri (*in house production*). Membeli program dilakukan apabila stasiun penyiaran tidak memiliki peralatan produksi memadai namun memiliki ide untuk dikembangkan. Program siaran radio sangat banyak dan beragam kemasannya, lima diantaranya adalah produksi siaran berita dan informasi, iklan, *jingle*, *talk show*, interaktif, info-hiburan (Masduki, 2004: 69).

Memproduksi suatu program siaran membutuhkan unsur-unsur daya tarik, radio memiliki tiga unsur daya tarik yang melekat padanya, yaitu:

- 1) Kata-kata lisan (*spoken word*)
- 2) Musik (*music*)
- 3) Efek suara (*sound effect*)

Dengan dihiasi musik dan efek suara, seperti badai, hujan, suara binatang, mobil atau kendaraan lainnya membuat suatu acara radio menjadi hidup (Effendy, 2006: 107-108).

### c. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan (Morissan, 2008: 342).

Menentukan jadwal penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku audien, yaitu notasi kegiatan mereka dalam suatu hari dan juga kebiasaan mendengarkan radio pada jam tertentu. Penataan acara yang merujuk dari pembagian segmen berdasarkan stasiun di Amerika, yaitu: (Prayudha, 2005: 44)

- 1) *Morning Drive* jam 05.00-10.00
- 2) *Day Time* jam 10.00-15.00
- 3) *Afternoon Drive* jam 15.00-19.00/20.00
- 4) *Night Time* jam 19.00 - tengah malam
- 5) *Overnight* malam hari atau dini hari

Penataan waktu tersebut mengacu terhadap pola perilaku audiensi dalam meluangkan waktu mendengarkan radio. Perilaku audiensi terkait dengan:

- 1) Jumlah audiensi, pada radio jumlah audien lebih banyak pada pagi hari atau sore hari (*Drive Time Hours*) yaitu saat orang mendengarkan radio di mobil dalam perjalanan menuju kantor atau pulang ke rumah.
- 2) Audiensi konstan, berbagai data yang diperoleh dari lembaga rating menunjukkan bahwa jumlah audien secara keseluruhan selalu konstan. Dengan demikian, stasiun harus berjuang

memperebutkan jumlah audien yang selalu tetap (Morissan, 2008: 192-193).

- 3) Aliran audien, yaitu perpindahan yang terjadi setiap berakhirnya suatu program.
- 4) Kecenderungan audien untuk memilih salah satu stasiun favoritnya.
- 5) Pengaruh demografis, format siaran radio sangat selektif dalam memilih usia audiennya. Format *contemporary*, *rock*, dan *top 40* menarik bagi kelompok remaja atau pemuda usia 20 tahun. Format klasik ditujukan untuk usia 30-an atau 40-an. Sedangkan audien berusia 50 tahun ke atas lebih menyukai format berita dan lagu-lagu lama (Morissan, 2008: 194).

d. Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai. Menurut Peter Pringle (Morissan, 2008: 355), dalam hal pengawasan program (*program control*) manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Menetapkan standar program stasiun penyiaran.
- 2) Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan aturan perundangan yang berlaku.
- 3) Memelihara catatan (*records*) program yang disiarkan.
- 4) Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program.

- 5) Memastikan kepatuhan stasiun terhadap kontrak yang sudah dibuat.
- 6) Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah (Lexi J. Moleong, 2008: 8). Metode penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap subjek penelitian pada suatu saat tertentu (Mukhtar, 2013: 10).

#### **B. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di kantor Radio 96,3 Medan FM yang berlokasi di Jalan Pembangunan 1 nomor 6 Medan. Adapun waktu penelitian yang digunakan berkisar satu bulan yaitu dari tanggal 23 Maret – 24 April 2020.

#### **C. Sumber Data**

Dalam penelitian ini ada banyak sumber data yang bisa digunakan, namun tidak semua dapat difokuskan sebagai sumber data.



Adapun sumber data dikelompokkan atas dua bagian, sebagai berikut:

1. Data Primer

Sebagai data primer dalam penelitian ini adalah informan, yaitu langsung dari penyiar program BK Medan *Plus*, juga informan lainnya untuk melengkapi informasi yang didapat dari penyiar. Informan-informan lain dimaksud adalah pihak-pihak lain yang dipandang mengetahui persoalan, antara lain: produser program, dan kru/manajemen program.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data pelengkap atau data tambahan yang melengkapi data yang sudah ada sebelumnya agar dapat membuat pembaca semakin paham akan maksud penulis, seperti sumber referensi dari buku-buku dan situs internet yang terkait dengan judul skripsi. Fungsi data yang berasal dari dokumentasi lebih banyak digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam.

#### D. Informan

Peneliti akan menggunakan Metode *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah salah satu tehnik pengambilan sampel yang sering digunakan dalam penelitian. *Purposive Sampling* pengambilan sampel secara sengaja maksudnya peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu, yaitu para informan yang dapat memberikan data mengenai strategi komunikasi 96,3 Medan FM khususnya dalam program BK Medan *Plus*. Sampel yang diambil tidak secara acak, tapi ditentukan sendiri oleh

peneliti dan dianggap relevan dijadikan narasumber untuk memberikan keterangan terkait penelitian (Abu Achmad dan Narbuko Cholid, 2007: 70).

Informan dalam penelitian terbagi dua:

1. Informan utama adalah penyiar program BK Medan *Plus*, yaitu:
  - a. Deo Ginting
  - b. Pupus Riyanti
2. Informan tambahan adalah produser program dan kru/manajemen program, yaitu:
  - a. Randi Pratiwi : Produser Program BK Medan *Plus*
  - b. Iwan Ardo : Program *Director* Radio 96,3 Medan FM

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

1. Wawancara atau *interview* adalah metode pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan lisan melalui tanya jawab kepada orang yang dapat memberikan keterangan. Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur, yaitu proses wawancara yang dilakukan secara terencana. Dalam hal ini, peneliti terlebih dahulu menyiapkan pedoman wawancara sebagai panduan dalam mewawancarai informan. Teknik ini memberikan data sekunder dan data primer yang akan mendukung penelitian (Rosady Ruslan, 2008: 23).
2. Observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistemik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Menurut (Hadari Nawawi, 1995: 100) Teknik observasi yang akan dilakukan ialah

observasi langsung dan tidak langsung. Maksud observasi langsung adalah pengamatan yang melibatkan peneliti berada di lapangan yang menjadi sasaran penelitian untuk mengamati objek penelitian. Sedangkan observasi tidak langsung adalah pengamatan yang menggunakan media tanpa harus berada di lapangan.

3. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis. Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang penelitian tentang strategi komunikasi penyiar radio 96,3 Medan FM dalam program BK Medan *Plus*.

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif yang dimaksud adalah alat yang dipakai oleh peneliti dalam mengumpulkan data termasuk peneliti. Dalam hal ini alat yang dipakai antara lain *handphone* untuk rekaman wawancara langsung, pedoman wawancara, kamera dan *personal computer* (PC).

## G. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Proses pengolahan data dimulai dengan mengelompokkan data yang telah diperoleh dari penelitian di lapangan, yaitu dari hasil observasi yang sudah dituliskan dalam bentuk catatan lapangan, hasil wawancara, serta dokumentasi

berupa foto, dan sebagainya untuk diklasifikasikan dan dianalisis dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber.

Proses analisis data ditempuh yaitu melalui proses reduksi data, sajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Mereduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabsahan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang muncul di lapangan. Data-data tersebut dipisahkan sesuai dengan permasalahan yang dimunculkan, kemudian dideskripsikan, diasumsi, serta disajikan dalam bentuk rupa sehingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasikan (Rohidi, 1992: 45).

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disederhanakan dalam pengertian bahwa sejumlah data yang terkumpul melalui teknik observasi, teknik wawancara dan dokumentasi digabung menjadi satu kemudian dicoba untuk dibakukan dan diolah serta dipilah-pilah menurut jenis atau golongan pokok bahasannya. Karena data yang diperoleh masih dalam bentuk uraian panjang, maka perlu sekali untuk direduksi.

Penyajian data dimaksudkan sebagai langkah pengumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Selain mereduksi dan menyajikan data, tindakan selanjutnya adalah verifikasi dan menarik kesimpulan. Verifikasi dilakukan untuk memeriksa dan mencocokkan kebenaran data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi lalu disimpulkan. Simpulan tersebut tidak mutlak tetapi sifatnya lentur, dalam arti ada kemungkinan berubah setelah diperoleh data yang baru.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Simpulan pada Strategi komunikasi Radio 96,3 Medan FM dalam menyiarkan program *On Air* pagi dalam acara BK Medan *Plus* yaitu :
  - a. Menerapkan unsur-unsur komunikasi dalam pelaksanaan program siaran yang mengasihkan: Deo Ginting dan Pupus Riyanti sebagai penyiar yang bertugas menyampaikan isi program, Iwan Ardo sebagai *Program Director* yang bertanggung jawab atas pelaksanaan program acara dan Randi Pratiwi sebagai Produser bertugas menentukan materi siaran/tema, konten program serta kekreatifan acara.
  - b. Memilih Ide Refrensi, dalam penentuan jadwal materi siaran telah dipersiapkan seminggu sebelumnya yang dapat bersifat *flexibel* atau menyesuaikan perubahan, mengikuti informasi terbaru yang sedang hangat di perbincangkan.
  - c. Pemilihan Interaksi Pendengar, yaitu melakukan penyeleksian kepada setiap Interaksi pendengar yang masuk melalui Media Sosial, *Whatsapp* dan telepon. Semua interaksi yang masuk akan disaring sehingga menghasilkan *Output* yang sesuai dengan ketentuan segmentasi radio 96,3 Medan FM dan program BK Medan *Plus*.

d. Pengemasan realitas simbolik ini adalah pengemasan produksi program BK Medan *Plus* tidaklah jauh berbeda dengan proses pada radio lainnya karena bersifat *Variety Program* dan di siarkan setiap hari dari hari senin-jumat pagi, yang membedakan adalah topik pembahasan siaran karena akan mengikuti berita yang selalu *update*. Dalam tahapan pengemasan realitas simbolik meliputi beberapa strategi yang dilakukan, diantaranya:

- 1) Strategi *signing*, dalam program BK Medan *Plus*, strategi bahasa atau signing yang digunakan dalam pembukaan (*opening*), membawakan tema, jingle acara, jingle radio dan penutup (*closing*) adalah dengan menggunakan bahasa yang ringan atau bahasa yang digunakan sehari-hari. Dalam siaran radio 96,3 Medan FM, pendengar setianya memiliki sebutan akrab yaitu “Kawan Medan”.
- 2) Strategi *framing*, dalam memilih sebuah tema atau fakta yang akan disampaikan kepada pendengar berupa topik siaran dari pengalaman kehidupan sehari-hari, informasi terkini yang *valid* dan sedang hangat diperbincangkan melalui jejaring media sosial maupun dari berita *online* atau konvensional serta memutar lagu yang bersifat Legal yang berasal dari *Bank Songs*.
- 3) Strategi *priming*, dalam meletakkan tata waktu pada format program BK Medan *Plus*.

- e. Tahap Evaluasi, yang merupakan cara untuk melihat suatu keberhasilan atau kekurangan dalam suatu program acara. Dalam program BK Medan *Plus* terdapat tiga bagian evaluasi yaitu adalah evaluasi mingguan, evaluasi bulanan dan evaluasi tahunan.
2. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh penyiar Radio 96,3 Medan FM dalam program BK Medan *Plus* sesuai dengan strategi komunikasi oleh Ben G. Henneke:
- a. Komunikasi gagasan (*communications of ideas*) yaitu penyampaian ide atau pemikiran serta opini dari penyiar BK Medan *Plus* ke pendengar telah dilaksanakan dengan baik yang tampak dari penggunaan bahasa yang lancar, tidak banyak tersendat-sendat, dan fokus dengan masalah yang sedang disampaikan. Penyiar juga memanfaatkan perangkat ekspresi lainnya seperti gerak mimik muka, gerakan tubuh, tangan dan lainnya. Dalam bersiaran, penyiar menyampaikan gagasannya dengan bentuk yang bervariasi dan berbeda setiap harinya.
- b. Komunikasi kepribadian penyiar radio 96,3 Medan FM dalam program BK Medan *Plus* telah dilaksanakan dengan baik, di mana telah ada pembeda karakter di antara satu dan lainnya. Kepribadian yang ditampilkan itu tidak jauh berbeda dengan karakter sebenarnya dalam kehidupan penyiar di luar radio. Informan utama yaitu Deo Ginting menunjukkan karakter yang penuh gurauan dan Pupus Riyanti dengan karakter yang hangat pada pendengar.

- c. Proyeksi kepribadian penyiar radio 96,3 Medan FM dalam program BK Medan *Plus* telah dilaksanakan dengan baik. Penyiar program BK Medan *Plus* memenuhi tipe suara penyiar ideal yakni memiliki keaslian suara dan kelincahan berbicara yang baik dan keramahtamahan serta kesanggupan menyesuaikan diri dengan para pendengar maupun terhadap peneliti.
- d. Strategi pengucapan penyiar radio 96,3 Medan FM dalam program BK Medan *Plus* telah dilaksanakan dengan cukup baik. Tampak pada kejelasan ketika berbicara, lugas tidak berbelit-belit, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, dan intonasi serta tinggi rendah suara ketika berbicara juga cukup teratur. Kemampuan pengucapan itu berkembang dari latihan dan pengalaman para penyiar BK Medan *Plus* yang cukup lama menggeluti dunia siaran radio.
- e. Strategi kontrol suara penyiar radio 96,3 Medan FM dalam program BK Medan *Plus* sudah cukup baik di mana para penyiar BK Medan *Plus* telah menggunakan suara terbaik mereka ketika bersiaran. Meski dalam kondisi kurang baik penyiar berusaha menjaga kualitas suara agar tetap terkesan profesional, mereka telah melakukan berbagai latihan agar suara terbaik tersebut dapat keluar setiap kali siaran.



## B. Saran

Radio 96,3 Medan FM agar terus menjaga dan meningkatkan kualitas program-program yang mengudara tiap harinya dan elemen-elemen penting didalamnya seperti musik, penyiar, dan konten program agar pendengar setianya tetap bertahan bahkan meningkat untuk kedepannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Abu dan Narbuko Cholid. 2007. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: ARMICO.
- Bungin, Burhan. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Edisi Kedua Cet. XIII. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Cet. 2. Jakarta: Rajawali Pers.
- Depari, Rein Arman. 2014. *Sukses Menjadi Pembawa Acara*. Jakarta: CV Tiga Abang & Ripmas Selaras.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: Penerbit Alumni.
- \_\_\_\_\_. 2000. *Dinamika Komunikasi*, Cet. IV. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Cet. 21. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Ibnu Hamad. 2010. *Komunikasi Sebagai Wacana*. Jakarta: LaTofi Enterprise.
- Lexy, J Moleong. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Masduki. 2005. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LKIS.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LKIS.
- Mukhtar. 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Cet. 12. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.

- Moleong, Lexi J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet. 25; Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Nawawi, Hadari dan Martini Hadari. 1995. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: UGM Press.
- Nuruddin. 2017. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Cet. 2. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rohidi, Tjetjep Rohendi. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit UI.
- Romli, Asep Syamsul M. 2004. *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter dan Scriptwriter*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Broadcast for Teen (Jadi Penyiar itu Asyikloh!)*. Bandung: Nuansa.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Dasar-dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Cet. 4. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Said, Irawanti. 2012. *Fungsi Sosial Siaran Radio*, Cet. Pertama. Alauddin University Press.
- Saiful, Bakhtiar. 2006. *Cara Gampang Jadi Penyiar*, Cet: Kedua. Yogyakarta: Indonesia Cerdas.
- Tike, Arifuddin. 2009. *Dasar-Dasar Komunikasi: Suatu Studi dan Aplikasi*, Cet. 1. Yogyakarta: Kota Kembang.
- Tim Penyusun. 2004. *Ensiklopedi Nasional Indonesia*, jilid XIV. Jakarta: PT Delta Pamungkas.
- Prayudha, Harley. 2005. *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wanda, Yulia. 2010. *Andai Aku Jadi Penyiar*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wibowo, Fred. 2012. *Teknik Produksi Program Radio Siaran*. Yogyakarta: Grasia Book Publisher.
- Wiryanto. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Grasindo.

### Sumber Lainnya :

Admin. 2016. *Radio Masih Memiliki Tempat di Hati Pendengarnya*. <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2016/radio-masih-memiliki-tempat-di-hati-pendengarnya/> (13 Febuari 2020).

Admin. 2017. *96.3 Medan FM Menjadi Radio Anak Muda No.1 Di Kota Medan*. <https://medanfm.id/2017/news/read/2017/08/96-3-medan-fm-menjadi-radio-anak-muda-no-1-di-kota-medan> (16 Februari 2020).

Siregar, Nina Siti Salmaniah. 2012. Pengertian Komunikasi. “*Jurnal Interaksi Komunikasi Organisasi*” Vol 5.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Hasil Wawancara Penyeri Mengenai Strategi Komunikasi Penyeri Radio 96,3 Medanfm Dalam Program Bk Medan Plus

Lokasi Penelitian : Kantor Radio 96,3 Medan FM

Narasumber : Deo Ginting & Pupus Riyanti

Jabatan : Penyeri Program BK Medan Plus

Waktu : Kamis, 18 Juni 2020

Pukul : 07.15 – 09.00 WIB

1. Berapa lama menjalankan profesi sebagai penyeri?

Deo: Saya sebelumnya sudah pernah siaran di salah satu radio di kota Medan juga selama 1 tahun, kemudian saya lanjut siaran di 96,3 Medan FM dan sekarang sudah jalan 3 tahun siaran di sini.

Pupus: Saya sudah lebih dulu terjun ke dunia radio dari 7 tahun yang lalu, sedangkan di 96,3 Medan FM ini sudah 1 tahun lebih.

2. Persiapan paling utama apa yang dilakukan sebelum siaran berlangsung?

Deo: Kitakan siaran pagi jam enam, artinya sebelum jam enam kita udah harus *standby* di studio. Yang paling penting untuk kita harus dalam keadaan sadar, menghilangkan rasa kantuk pastinya, dan kita usahakan siapkan info-info dan materi apa yang mau disampaikan.

Pupus: Harus dalam keadaan *mood* yang baik dulu itu yang penting samaku sebelum siaran, *mindset* nya harus positif jadi energi yang kita sampaikan ke pendengar juga terasa positif.

3. Bagaimana cara anda menyampaikan ide/pemikiran anda kepada pendengar?

Deo: Karena ini siaran pagi, pertama kita harus tahu kondisi pendengar kalau di pagi hari. Pagi pasti semua orang memulai aktifitasnya jadi kami buat lebih semangat tapi santai agar pendengar tidak bosan. Mereka pasti mau sesuatu yang *fresh* dan jangan membuat mereka terlalu berpikir, jadi biasanya kami menggunakan bahasa sesederhana mungkin biar pendengar tidak salah mengartikan. Biar pendengar terhibur kami selalu menyelipkan *jokes-jokes* atau candaan dalam obrolan tapi tetap harus fokus dengan hal yang sedang disampaikan.

Pupus: Kita juga coba menyampaikan apa yg kita pikirkan senaturalnya aja, ketika lucu yaa kita akan ketawa lepas, apalagi kalau udah keenakan

ngomong sering kali nih gerakan tangan sudah secara refleks aja mengekspresikannya.

4. Bagaimana anda membuat ide-ide baru untuk kebutuhan siaran?

Deo: Kebiasaan aku yang suka nonton film, nonton Youtube, dengerin podcast kadang dari situ bisa menimbulkan ide baru yang spontanitas. Aku juga ngobrol *intens* sama pupus biar kita jadi tau ide satu sama lain mana yang bagus untuk disampaikan di *on air*.

Pupus: Menurut aku ide bisa datang dari mana saja, dari obrolan kita sama teman sehari-hari juga bisa menimbulkan ide. Yang terpenting adalah kita bisa mengamati lingkungan sekitar, karena bukan orang pintar saja yang bisa jadi penyiar tapi orang yang punya pengamatan yang baik justru lebih bagus.

5. Bagaimanan caranya agar siaran anda tidak terdengar membosankan?

Deo: Penyiar harus jeli juga sama hal-hal kecil di sekitar kita, karena hal sekecil apapun bisa menjadi materi kata yang baru. Jadi, obrolan kita pun bisa meluas gak harus monoton dengan hal yang sama.

Pupus: Kami setiap harinya menyajikan informasi-informasi terbaru dan topik pembicaraan seputar kehidupan sehari-hari yang ringan untuk dibahas dan selalu berbeda setiap hari, jadi pendengar selalu penasaran juga tertarik mendengarkan yang akan kami sampaikan setiap siaran.

6. Jika terjadi kesalahan saat *on air*, bagaimana anda mengatasinya?

Pupus: Penyiar harus pandai buat kesalahan itu seperti bukan kesalahan, istilahnya *ngless* lah. Kita berusaha untuk menutupi kesalahan tersebut dan cara paling ampuh kita buat dibecandain aja.

7. Bagaimana cara anda agar pendengar tetap bertahan untuk mendengarkan?

Deo: Pendengar itu paling suka namanya disebut jadi kita sering baca komentar-komentar dari topik obrolan kita yang udah di *upload* di medsos, kemudian kita bacakan komentarnya dan sebut namanya saat *on-air*. Kita juga membuat hubungan kita sama pendengar seperti layaknya kawan dekat, jadi pendengar tidak merasa canggung lagi saat mereka kedua kalinya ngobrol sama kita. Apalagi media sosial kan sangat kuat untuk menyatukan kita dengan pendengar, jadi banyak cara yang bisa kami lakukan untuk tetap dekat sama pendengar seperti *live IG*, balas komentar, dsb. Pendengar juga senang kalau penyiarnya berwawasan luas artinya kami bisa memberikan informasi baru untuk pendengar.

Pupus: Ketika siaran sebaiknya penyiar berusaha dekat dengan pendengarnya, anggap saja lagu berbicara dengan teman sendiri, tapi tetap tidak boleh sampai merendahkan pendengar dengan perkataannya.

8. Seperti apa gambaran diri anda saat siaran?

Deo: Aku berusaha jadi diri sendiri aja, karena kalau kita pakai karakter orang lain di diri kita saat siaran kemungkinan melakukan kesalahan akan lebih besar lagi. Yang paling dihindari juga jangan sampai merendahkan pendengar.

Pupus: Aku sendiri anaknya suka nyaut yaa jadi kalau deo udah buka obrolan aku bakal kembangkan lagi, dan aku juga ngrasa aku tipe penyiar yang suka ngasih perhatian lebih ke pendengar. Karena memang seharusnya penyiar berusaha dekat dengan pendengarnya, anggap aja seperti lagi berbicara sama teman sendiri.

9. Bagaimana cara anda melatih kelincuhan bicara?

Deo: Kami suka kali sebelum siaran selalu senam vokal, seperti pengucapan A I U E O, banyak-banyak ngobrol, mencari materi kata yang baru, latihan motor boat dengan cara membuat getaran di bibir, semua bisa ala biasa.

10. Ada cara khusus yang dilakukan untuk melatih kemampuan bicara anda?

Pupus: Sering menonton film dengan bahasa asing, banyak-banyak ngobrol dan latihan senam muka mempengaruhi juga kemampuan bicara kita sama pengucapan jadi kalau ada kata-kata bahasa asing yang agak susah pengucapannya, kita udah lebih mudah mengucapkannya jadi mudah-mudahan pendengar juga gak salah mengartikan

11. Apa yang harus dikuasai saat anda siaran?

Pupus: Yang harus dikuasai adalah materi yang terutama, kita harus tahu dulu apa yang mau disampaikan jangan sampai kita tersendat-sendat dalam menyampaikan materi.

Deo: Alat-alat siaran juga harus kita kuasai seperti *feeder mixer* dan aplikasi *selector* untuk pemutar lagu. Karena kita di sini gak punya operator atau orang yang biasa mengendalikan alat-alat siaran jadi penyiar harus menguasai hal itu juga.

12. Bagaimana menghadapi situasi saat salah satu rekan anda berhalangan hadir?

Pupus Riyanti: Biasanya produser yang akan ikut siaran menggantikan posisi penyiar yang tidak datang, kami juga udah punya *chemistry* dengan produser kami jadi tidak terlalu sulit untuk membangun suasana siarannya.

13. Kesulitan apa yang paling sering anda hadapi?

Deo: Suasana yang masih mengantuk kadang-kadang yaa karena pagi-pagi kan sudah harus bangun, dan harus bisa mengendalikan emosi yang mungkin kadang kurang stabil. Sejauh ini tidak ada kesulitan yang terlalu sulit diatasi, semuanya masih bisa dikontrol.

Pupus: Musuh utama penyiar adalah *mood*. Jadi kalau *mood* lagi tidak bagus akan mengganggu proses siaran dan disaat kondisi badan lagi kurang sehat biasanya.

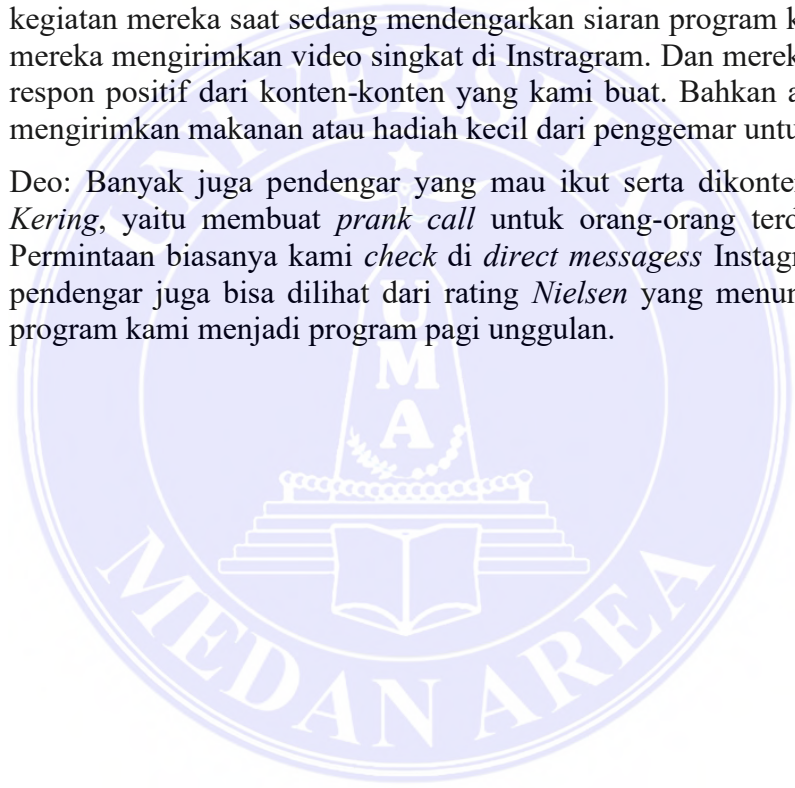
14. Bagaimana cara anda mengatasi kesulitan tersebut?

Pupus dan Deo: Kita berdua udah punya *chemistry* yang kuat yaa, jadi semua kita bawa becanda aja biar suasana *happy* dan kalau satu di antara kita lagi kurang sehat pasti yang satu berusaha untuk menutupi kondisi tersebut.

15. Bagaimana antusias pendengar terhadap program BK Medan *Plus* ?

Pupus: Sejauh ini respon dari pendengar sangat baik, mereka aktif untuk ikutan ngobrol di topik siaran kita. Mereka juga sering menunjukkan kegiatan mereka saat sedang mendengarkan siaran program kami biasanya mereka mengirimkan video singkat di Instragram. Dan mereka juga ngasih respon positif dari konten-konten yang kami buat. Bahkan ada juga yang mengirimkan makanan atau hadiah kecil dari penggemar untuk kami.

Deo: Banyak juga pendengar yang mau ikut serta dikonten kami *Telor Kering*, yaitu membuat *prank call* untuk orang-orang terdekat mereka. Permintaan biasanya kami *check* di *direct messagess* Instagram. Antusias pendengar juga bisa dilihat dari rating *Nielsen* yang menunjukkan kalau program kami menjadi program pagi unggulan.





## Lampiran 2

### Hasil Wawancara Produser Program Mengenai Strategi Komunikasi Penyar Radio 96,3 Medan Fm Dalam Program Bk Medan Plus

Lokasi Penelitian : Kantor Radio 96,3 Medan FM  
Narasumber : Randi Pratiwi  
Jabatan : Produser Program BK Medan Plus  
Waktu : Kamis, 18 Juni 2020  
Pukul : 09.20 - 10.15 WIB

1. Bagaimana penilaian anda mengenai program BK Medan *Plus*?

Program BK Medan *Plus* ini menjadi program pagi unggulan di Radio 96,3 Medan FM. Jadi memang, kita paling fokus untuk menyampaikan isi program seperti topik obrolan dan juga isi konten dari program BK Medan *Plus* ini. Pendengar yang mendengarkan jadi selalu penasaran dengan pembahasan topik obrolan apa yang akan disiarkan hari ini, info-info apalagi yang akan disampaikan, konten terbaru apalagi karena penyiarinya selalu menyajikan info dan topik obrolan yang berbeda setiap hari. BK Medan ini juga kadang ada *talk show* dengan narasumber yang berkaitan dengan topik obrolan kita. *Talk show* ini juga akan dibuat lebih santai sama penyiar saya biar pendengar juga gak bosan dengerinnya.

2. Apa yang anda lakukan sebagai produser jika terjadi kesalahan pada penyiar saat siaran?

Saya mengatakan kepada penyiar jika terjadi kesalahan penyiar harus pandai mengalihkan kesalahan tersebut menjadi sesuatu yang masih bisa dibenarkan atau dimaklumi oleh pendengar.

3. Bagaimana karakter masing-masing penyiar program BK Medan *Plus*?

Deo itu bisa sebagai *punchline*. Jadi kalau siaran berdua itu memang harus ada dua karakter, satu sebagai pemancing dan satu lagi sebagai yang memberi *punch*. Pupus sering kali sebagai pemancing dan Deo memberi *punchline* nya. Makanya kalau kita mendengarkan mereka berdua di pagi hari bisa sangat menyenangkan. Dan menurut aku karakter mereka berdua ini sangat cocok. Kepribadian mereka saat siaran juga gak jauh dari kepribadian asli mereka diluar siaran, pada dasarnya Deo Ginting adalah orang yang lucu dan Pupus Riyanti orang yang penyayang sehingga tidak sulit menyatukan kepribadian mereka, hanya saja saya menekankan agar kepribadian yang mereka punya lebih ditonjolkan dalam bersiaran dan dibuat lebih profesional.

4. Bagaimana karakter suara penyiar program BK Medan *Plus* ?

Deo itu suaranya memang yang dibutuhkan sebagai seorang penyiar. Suara Deo *ngebass* sebagai laki-laki dan jernih.. Kalau Pupus suaranya serak-serak basah, tipe suaranya bulat tapi bisa mencerminkan wanita muda yang energik. Jadi kalau mendengarkan suara mereka pagi-pagi itu terasa nyaman dan buat semangat, ibaratnya perpaduan suara mereka berdua ituimbang tidak ada yang tertimpa.

5. Bagaimana membuat program BK Medan *Plus* menjadi program yang menarik?

Kalau pagi-pagi kebanyakan mahasiswa/anak sekolah yang mau ke sekolah atau pendengar yang mau berangkat kerja kan pasti mereka mau dengerin info terbaru, jadi biasanya kita selalu memberikan info-info *ter-update* seperti info dunia, selebritas dan *ter-update* lainnya untuk pendengar. Membuat obrolan yang menyenangkan dan tidak terlalu berat agar suasana hati mereka di pagi hari jadi lebih baik. Dan gak cuma lagu dan info-info aja tapi program BK Medan *Plus* ini membuat konten-konten lucu agar pendengar tidak bosan seperti *Telor Kering*, ini *prank call* yang menjebak seseorang dari telepon dan ceritanya berasal dari pendengar yang mengirim permintaan lewat *direct messagess*, ada *Roha and friends* kalau ini kita buat cerita tentang Roha si gadis Batak yang selalu ada aja kelakuan anehnya sama teman-temannya, dan yang terakhir ada Palasik (Parodi Lagu Asik) yaitu tugasnya Deo dan Pupus ini untuk rekaman dan kita membuat materi mengganti lirik lagu dengan gaya bahasa khasnya anak Medan.

Deo Ginting dan Pupus Riyanti juga selalu terdengar ramah dan bersahabat dengan pendengarnya ketika siaran, dan karena faktor itu juga pendengar selalu bisa menikmati prgram BK Medan *Plus* yang mereka bawakan.

6. Tindakan apa yang dilakukan saat penyiar program BK Medan *Plus* tidak hadir ?

Produser disini juga harus siap kalau salah satu penyiar tidak datang maka saya harus bersedia menggantikan penyiar yang berhalangan hadir artinya saya menjadi penyiar pengganti. Karena tidak diperbolehkan di siaran pagi penyiarnya hanya 1 orang, jadi kami selalu berkomunikasi jika salah satu ada berhalangan hadir.

7. Apakah ada evaluasi yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu?

Kami ada evaluasi setelah siaran biasanya setiap seminggu sekali di hari Senin dan kami dengerin hasil siarannya, ini kami menggunakan istilah *air check*, kami melakukan evaluasi ini sampai 30 menit barengan *program director* tujuannya ya untuk melihat kekurangan atau mengecek durasi dan jadi perbaikan juga kedepannya sekalian juga menentukan topik minggu berikutnya. Untuk *meeting* seluruh tim juga kita jalankan setiap satu bulan sekali disitulah kami tukar pikiran kalau ada ide-ide baru atau evaluasi juga untuk program dan *meeting* tahunan pastinya setiap akhir

tahun kita lakukan, kalau *meeting* tahunan kita lebih fokus bahas tentang *event* yang akan datang.

8. Siapa saja yang terlibat dalam pembuatan konten program BK Medan *Plus*?

Yang paling utama adalah Produser, karena memang tugas saya untuk membuat materi konten. Keterlibatan penyiar juga sangatlah penting karena Deo dan Pupus lah yang nantinya akan menjalankan konten ini, karakter mereka berdua yang dibutuhkan dalam konten. Kemudian dari materi konten sudah saya buat akan direkam oleh Deo dan Pupus dan berlanjut ke tim produksi yang bertugas untuk merapikan dan menambah efek-efek ciri khas dari konten dan nanti dicek oleh PD kita.

Jadi saya Produser, Penyiar dan Tim Produksi akan selalu berkomunikasi untuk pembuatan konten dan hasil yang sudah jadi terlebih dahulu diseleksi oleh *Program Director* kita untuk mengetahui apakah konten itu layak atau tidak untuk tayang *on air*. Jika *Program Director* menyetujui maka konten akan segera naik untuk *on air*.

9. Bagaimana tim program pagi menentukan topik obrolan ?

Topik obrolan ini kita ambil dari kejadian sehari-hari yang sering kita alami, dan pendengar juga merasa *relate* dengan pertanyaannya.

Kalau disini memang ada *meeting* khusus program pagi untuk menentukan topik selama seminggu ke depan, walaupun ada perubahan dalam pelaksanaannya tidak akan repot dan tidak akan jauh hanya butuh sedikit improvisasi.

Untuk respon dari pendengar setiap Whatsapp, Twitter, dan telfon yang masuk untuk ikut dalam interaksi topik pasti kita saring tanyakan dulu khusus untuk penelfon dan kita *briefing* bagaimana cara bicarannya nanti saat *on air* karena takut salah ngomong nantinya dan yang pasti agar rapi dan tidak berantakan istilahnya main aman.

### Lampiran 3

#### Hasil Wawancara Program Director Mengenai Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan Fm Dalam Program Bk Medan Plus

Lokasi Penelitian : Kantor Radio 96,3 Medan FM  
Narasumber : Iwan Ardo  
Jabatan : Program *Director* Program BK Medan Plus  
Waktu : Kamis, 18 Juni 2020  
Pukul : 11.00 – 12.00 WIB

1. Sejak kapan berdirinya radio 96,3 Medan FM?

Radio 96,3 Medan FM mulai mengudara sejak 17 Juli 2012, radio ini kelanjutan dari radio yang sudah berdiri sejak tahun 1974 yaitu dulu namanya radio Rodhesa FM yang sebelumnya mengusung genre dangdut-melayu. Lalu pada 21 Januari 2017 radio 96,3 Medan FM ini resmi *re-launching* dengan konsep yang berbeda, dan sudah mengudara dengan konsep baru tersebut pada 16 Januari 2017. Dengan konsep baru ini kami buat dengan sajian siaran program-program baru dan radio yang aktif selama 24 Jam *non-stop* setiap harinya. Di sini kami lebih membidik target pendengar segmen anak muda dengan usia 15 - 25 tahun terutama pelajar dan mahasiswa dengan struktur ekonomi *middle* hingga *upper class*.

2. Apa visi dan misi radio 96,3 Medan FM?

Visi: Menjadikan Radio 96,3 Medan FM sebagai radio yang didengar oleh masyarakat, mempersiapkan program yang diminati oleh pendengar, memperhatikan peralatan agar mutu siaran tetapi terjangkau dan prima, serta menjaga kelangsungan acara agar dapat berjalan secara konsisten.

Misi: Menyiapkan SDM yang berkualitas/professional dengan mengadakan *training*, pelatihan dan pendidikan, mengadakan pengawasan secara berkala terhadap pelaksanaan siaran, menyusun dan menyiarkan program yang disukai pendengar, menjalin hubungan dengan baik kepada berbagai pihak, bersaing secara sehat dengan mengedepankan aturan main yang ada, serta mengadakan dan menyiapkan perangkat-perangkat yang sesuai dengan perkembangan teknologi.

3. Program apa yang menjadi unggulan di radio 96,3 Medan FM?

Kami mempunyai program unggulan di pagi hari yaitu BK Medan *Plus* dengan waktu siaran *prime time* yaitu pukul 06.00 - 10.00 WIB, tentu kami bisa bilang ini jadi program unggulan kami karena berdasarkan hasil survei lapangan, bahwa program unggulan yang paling sering didengar yaitu program BK Medan *Plus*. Ini berkat penyiar yang saya yakini sudah berkompeten dan ditunjang dengan konten-kontennya yang lucu,

pendengar juga terus aktif memberikan komentar dari topik-topik yang setiap hari kita buat.

4. Apa alasan program pagi diberi nama BK Medan *Plus* ?

Karena ini program siaran di pagi hari jadi aktivitas yang dilakukan di pagi hari biasanya orang-orang sarapan dulu, jadi kita buat saja *Breakfast* Kawan medan. Kawan Medan itu adalah sapaan kita untuk pendengar.

Kemudian kami mempunyai ide lagi untuk menyatukan huruf B dan K yang kalau disatukan ini akan menjadi kode plat nomor kota Medan yaitu BK. Maka jadilah kami meresmikan nama BK medan sedangkan kalimat *Plus* nya karena kita sudah pernah berganti penyiar yang dulu jadi kami ingin membuat perubahan sedikit dengan menambah kata "*Plus*".

5. Apa yg menjadi nilai lebih penyiar program pagi BK Medan *Plus* ?

Saya selalu mengingatkan ke semua penyiar di Radio 96,3 Medan FM ini untuk selalu aktif mencari tahu tentang hal baru mau itu info atau *lifestyle* apapun itu yang harus bisa menambah wawasan. Karena penyiar tidak boleh kelihatan bodoh oleh pendengar, tapi juga tidak boleh menggurui. Saya juga menekankan ke penyiar harus menguasai keterampilan, kemampuan vokal dan wawasan. Sebagai seorang penyiar harus bisa juga mengendalikan pikiran, perasaan, suara, dan mampu mengoperasikan peralatan yang ada di studio. Terlebih untuk penyiar program BK Medan *Plus* Deo dan Pupus mereka memiliki selera humor yang lucu dan bisa membuat suasana di pagi hari menjadi semangat untuk yang mendengarkan.

6. Peraturan apa yang sangat ditekankan untuk penyiar?

Penyiar Radio 96,3 Medan FM diwajibkan hadir tepat waktu, jika memiliki halangan harus meminta izin jauh sebelum jam siarannya. Jika penyiar melanggar maka diberikan *punishment* berupa teguran tiga kali, jika lebih diberikan SP 1.

## Lampiran 4

### Dokumentasi Wawancara Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan Fm Dalam Program Bk Medan Plus



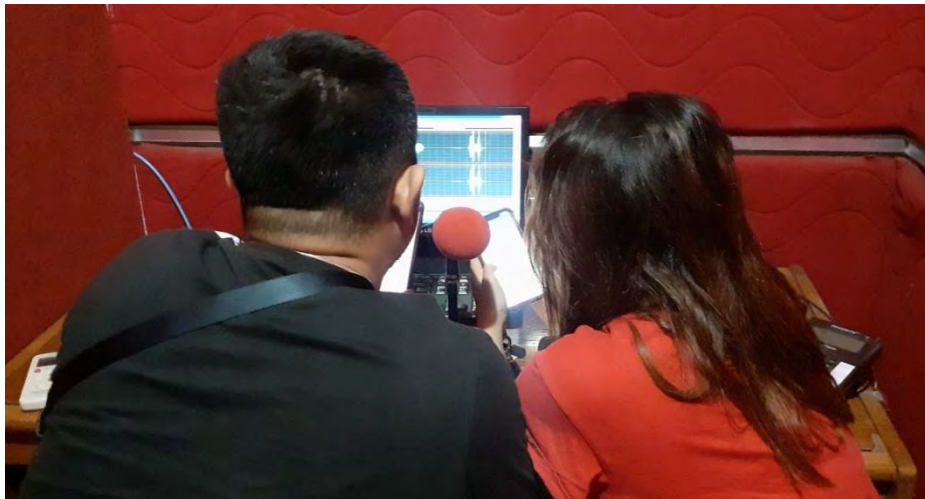
Peneliti sedang melakukan wawancara dengan informan utama Pupus Riyanti dan Deo Ginting selaku penyiar program BK Medan *Plus* di Studio Radio 96,3 Medan FM pada 18 Juni 2020



Informan utama Pupus Riyanti dan Deo Ginting saat sedang melakukan kegiatan siaran



**Informan Utama Pupus Riyanti dan Deo Ginting saat sedang mengendalikan alat siaran *fader***



**Informan utam Salah satu tim produksi saat sedang melakukan kegiatan**



**produksi konten a Pupus Riyanti dan Deo Ginting saat sedang perekaman konten *Telor Kering* dan *Roha and friends***



**Peneliti dan Informan utama Pupus Riyanti dan Deo Ginting foto bersama**



**Peneliti saat sedang melakukan kegiatan wawancara bersama informan tambahan Randi Pratiwi selaku Produser program BK Medan *Plus***





**Peneliti foto bersama informan tambahan Randi Pratiwi selaku Produser program BK Medan *Plus***



**Peneliti saat sedang melakukan kegiatan wawancara bersama informan tambahan Iwan Ardo selaku Program *director* radio 96,3 Medan FM**



**Peneliti foto bersama informan tambahan Iwan Ardo selaku Program  
*director* radio 96,3 Medan FM**



**Kantor Radio 96,3 Medan FM  
Di Jl. Pembangunan I No.6, Kota Medan**



**Kegiatan nonton bareng Tim Radio 96,3 Medan FM bersama para pendengar pada tanggal 13 Juni 2020 di Studio Bioskop Medan**



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kalam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 ☎ (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, ☎ (061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122  
Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-mail: [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

Nomor : 350/FIS.3/01.10/VI/2020  
Lamp : -  
Hal : Pengambilan Data/Riset

12 Juni 2020

Kepada Yth,  
**Pimpinan Radio 96,3 Medan FM**  
**Jl. Pembangunan I No. 6. Krakatau, Medan**

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Risha Titara Galiskha Hamid  
N P M : 168530064  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke Radio 96,3 Medan FM, dengan judul Skripsi "**Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96,3 Medan FM Dalam Program BK Medan Plus**"

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,

  
  
Dr. Heri Kusmanto, MA

CC : File,-

Medan, 29 Juni 2020

Kepada Yth,  
Bapak/Ibu Dekan  
Universitas Medan Area  
Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Di Tempat

Salam Hormat,

Bersama ini kami dari **96.3 Medan FM** ingin menyampaikan bahwasanya :

Nama : Risha Titara Galiskha Hamid

NPM : 168530064

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah **Lulus** melaksanakan Pengambilan Data/Riset di **96.3 Medan FM**, dengan judul "**Strategi Komunikasi Penyiar Radio 96.3 Medan FM dalam Program BK Medan Plus**". Mahasiswi tersebut sudah melaksanakan tugasnya dengan baik dan lancar.

Demikianlah surat ini kami sampaikan dan kami ucapkan terima kasih atas kerjasamanya.

Hormat saya,



PT. RADIO SIARAN RODHESA

**Kumara Guswan**  
Operational Manager

PT. RADIO SIARAN RODHESA

info@963medanfm.com | www.medanfm.id

Jl. Pembangunan I No. 6, Medan-20238, Sumatera Utara | P. +62 61 6622 628 | F. +62 61 6622 630