

**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR PADA  
RRI PRO 2 KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**HANSEL CHRISTIAN**

**18853116**



**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN**

**2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/4/25

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

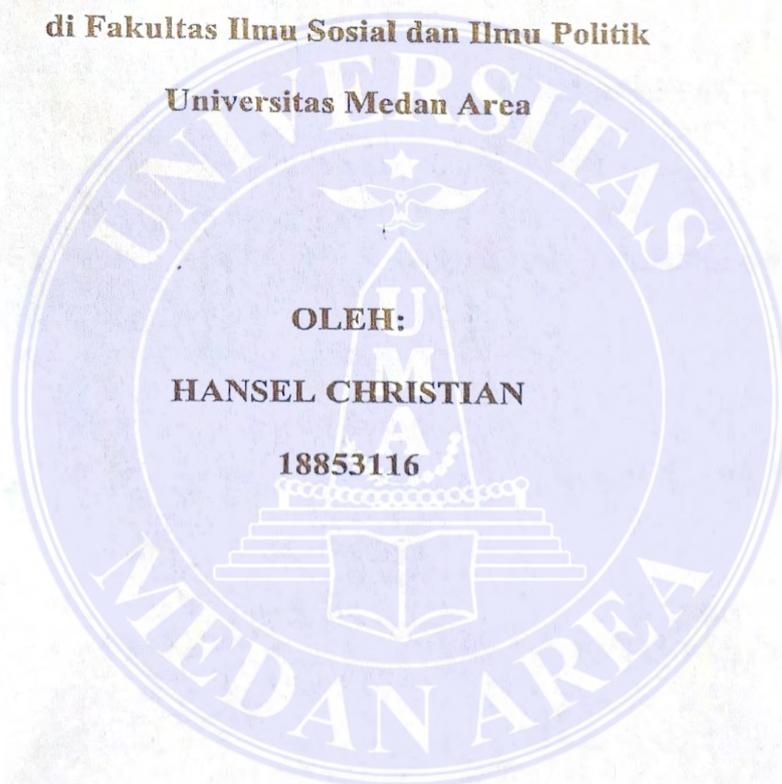
Access From (repository.uma.ac.id)21/4/25

**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR PADA  
RRI PRO 2 KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Medan Area**



**OLEH:**

**HANSEL CHRISTIAN**

**18853116**

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

**i**

Document Accepted 21/4/25

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)21/4/25

## LEMBAR PENGESAHAN

NAMA : HANSEL CHRISTIAN  
NPM : 18853116  
JUDUL : STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR PADA RRI PRO 2  
KOTA MEDAN.

Disetujui oleh,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
(Taufik Wal Hidayat,S.Sos.,MAP)

  
(Rehia K.Isabela Barus,S.Sos.M.SP)

Dekan

Kaprodi



(Dr. Yuli Musthafa S.,S.Sos.,M.IP)

  
(Taufik Wal Hidayat,S.Sos.,MAP)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana S-1, Skripsi ini adalah hasil karya tulis yang saya buat sendiri dengan penuh kesadaran dan ketulusan, adapun beberapa tambahan yang saya kutip dari karya ilmiah milik orang lain sudah saya sertakan sumber referensinya sebagai bahan pendukung penulisan skripsi saya.

Penulisan skripsi ini sudah saya lakukan berdasarkan etika penulisan karya ilmiah dengan mencantumkan sumber kutipan, oleh karena itu, saya sebagai penulis bersedia dan bertanggung jawab serta menerima sanksi-sanksi berdasarkan peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari ditemukan hasil plagiat dalam skripsi yang telah saya tulis.



Medan, Juni 2024  
Peneliti,

*Hansel Christian*  
Hansel Christian

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Hansel Christian  
Npm : 18853116  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tugas akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan,menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti NonEksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR PADA RRI PRO 2 KOTA MEDAN.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan 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 Juni 2024



Yang menyatakan

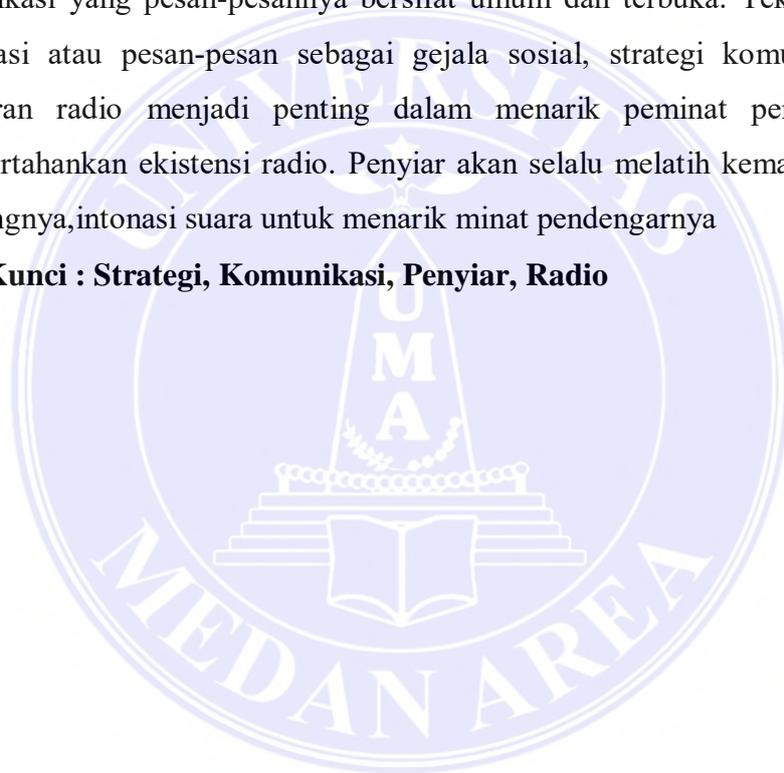
(Hansel Christian)

## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR PADA RRI KOTA MEDAN

Komunikasi turut memberikan kontribusi lahirnya media massa. Di dunia pendidikan, positif. Hasil perkembangan komunikasi yang dilakukan manusia yaitu Media. Produk pertama media massa bidang penyiaran yaitu radio. Radio merupakan gelombang suara. Suara penyiar memiliki komponen visual yang menciptakan gambaran di benak pendengar. Radio komunikasi massa sebagai komunikasi yang pesan-pesannya bersifat umum dan terbuka. Tekanannya pada informasi atau pesan-pesan sebagai gejala sosial, strategi komunikasi dalam penyiaran radio menjadi penting dalam menarik peminat pendengar serta mempertahankan ekistensi radio. Penyiar akan selalu melatih kemampuan public speakingnya, intonasi suara untuk menarik minat pendengarnya

**Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Penyiar, Radio**



## **ABSTRACT**

*Communication also contributed to the birth of mass media. In the world of education, positive. The result of the development of communication carried out by humans is Media. The first product of mass media in the broadcasting sector was radio. Radio is a sound wave. The announcer's voice has a visual component that creates an image in the listener's mind. Radio mass communication is communication whose messages are general and open. With the emphasis on information or messages as social phenomena, communication strategies in radio broadcasting are important in attracting interested listeners and maintaining the existence of radio. Broadcasters will always practice their public speaking skills and voice intonation to attract the interest of their listeners*

**Keywords : Strategy, Communication, Announcer, Radio**



## RIWAYAT HIDUP

Saya penulis skripsi ini bernama Hansel Christian lahir pada Tanggal 21 Oktober 2000 di Padangsidimpuan, merupakan anak ke 1 dari 3 bersaudara dari dari Ayah yang bernama Sofian dan Ibu yang bernama Paulina, terakhir kali penulis menyelesaikan bangku pendidikan di SMAN 1 Padangsidimpuan, dan pada tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik dengan Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area, Pada Tahun 2021 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Radio Republik Indonesia, Kota Medan. Tahun 2022 penulis dengan penuh kesungguhan dan rasa semangat menyusun skripsi dari awal hingga tahap akhir dengan judul skripsi “Strategi Komunikasi Penyiar pada Pada RRI Pro 2 Kota Medan”. Besar harapan penulis skripsi ini tidak hanya bermanfaat bagi penulis pribadi melainkan juga untuk memberikan manfaat bagi dunia pendidikan dan juga masyarakat

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas terselesaikannya skripsi dengan judul “ STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR PADA RRI PRO 2 KOTA MEDAN.” Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk dapat mencapai gelar Sarjana S-1 Atau Strata satu di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, penulis sangat menyadari dalam penyusunan skripsi ini begitu banyak kekurangan karena keterbatasan penulis sebagai manusia yang jauh dari kata sempurna, untuk itu izinkan penulis mengucapkan permohonan maaf atas segala kekurangan yang ada dalam penyusunan skripsi ini. Tidak lupa juga penulis ingin menyampaikan rasa ucapan terima kasih yang begitu besar kepada seluruh pihak terkait yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya secara khusus kepada ;

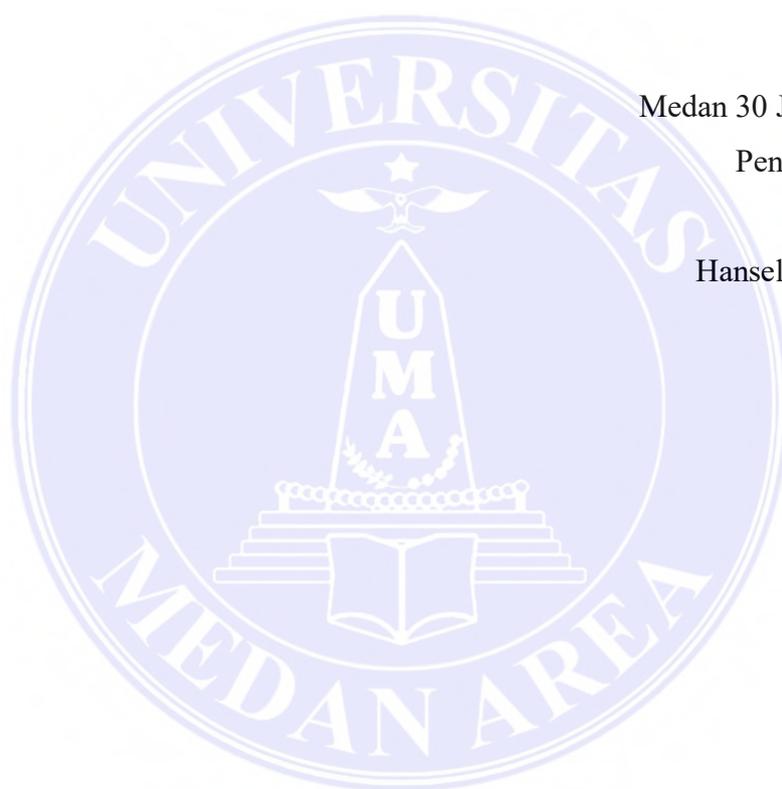
1. Bapak Prof.Dr.Dadan Ramdan,M.Sc,selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Walid Musthafa S.,S.Sos.,M.IP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. Bapak Taufik Wal Hidayat,S.Sos.,MAP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi ,Fakultas Ilmu Sosial Dan ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Bapak Taufik Wal Hidayat,S.Sos.,MAP,sebagai Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia dan penuh kesabaran dalam memberikan arahan kepada saya dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Rehia K.Isabela Barus,S.Sos,M.SP sebagai Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia dan penuh kesabaran dalam memberikan arahan serta bimbingan kepada saya dalam penyusunan skripsi.
6. Khairullah,S.I.Kom,M.I.Kom sebagai sekretaris yang juga ikut serta memberikan bantuan dan arahan dalam penyusunan skripsi saya.

7. Kepada Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, secara khusus dosen program studi Ilmu Komunikasi.
8. Kepada kedua orang tua penulis yang tiada henti nya memberikan segala kebutuhan hidup dan pendidikan yang lebih dari cukup.
9. Kepada seluruh teman Seangkatan Program studi Ilmu komunikasi.
10. Kepada Narasumber yang bersedia saya wawancarai.

Medan 30 Juni 2024

Penulis

Hansel Christian



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK/GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Fokus Penelitian .....	6
1.3.Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1.Landasan Teori.....	9
2.1.1.Pengertian Komunikasi .....	9
2.1.2.Jenis-Jenis Komunikasi.....	11
2.1.3.Komunikasi Massa.....	11
2.1.4. Pengertian Komunikasi Massa.....	12
2.1.5. Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	13
2.1.6. Fungsi Komunikasi Massa .....	15
2.1.7. Karakteristik Komunikasi Massa.....	17
2.2.Radio.....	18
2.2.1. Karakteristik Radio .....	19
2.2.2. Lembaga Penyiaran Publik.....	21
A.SOP Lembaga Penyiaran.....	23
B.Manajemen Penyiaran Berita.....	24
2.3 Penyiar .....	25
2.3.1. Syarat Menjadi Penyiar .....	26
2.3.2.Karakteristik Penyiar.....	29
2.3.3. Etika Dalam Lembaga Penyiaran.....	31

2.3.4. Aturan Dalam Penyiaran .....	32
2.3.5. Strategi Komunikasi Penyiar .....	33
2.4. Penelitian Terdahulu .....	35
2.5. Kerangka Pemikiran .....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1. Metode Penelitian .....	40
3.2. Sumber Data .....	41
3.2.1. Data Primer .....	41
3.2.2. Data Sekunder .....	42
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.3.4. Teknik Analisis Data .....	43
3.3.5. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	45
3.3.6. Informan Penelitian .....	45
3.3.7. Triangulasi Data .....	46
3.3.8. Teknik Keabsahan Data .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1. Gambaran Objek Penelitian .....	52
4.1.1. Visi dan Misi LPP RRI Kota Medan .....	58
A. Visi LPP RRI Kota Medan .....	58
B. Misi LPP RRI Kota Medan .....	58
4.1.2. Gambaran Umum program 02 RRI kota Medan .....	59
4.1.3. Struktur Organisasi Lembaga Penyiaran Pubkik RRI Medan .....	62
4.1.4. Informan Penelitian .....	63
4.2. Hasil Penelitian .....	64
4.2.1. Hasil Wawancara .....	64
4.2.2. Hasil Observasi .....	71
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel.2. 1.Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3. 1.Waktu Penelitian .....	45
Tabel 4. 1.Juklak RRI .....	61
Tabel 4. 2>Nama Kru RRI .....	61



## DAFTAR GRAFIK/GAMBAR

Gambar 2. 1.Kerangka Pemikiran .....	39
Gambar 4. 1.Struktur Organisasi .....	62



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Komunikasi turut memberikan kontribusi lahirnya media massa. Di dunia pendidikan, ilmu komunikasi mengajarkan cara berkomunikasi agar menimbulkan hasil yang positif. Hasil perkembangan komunikasi yang dilakukan manusia yaitu media. Produk pertama media massa bidang penyiaran yaitu radio, kemudian diikuti televisi.

Radio merupakan media auditif, sehingga suara merupakan modal utama yang menghubungkan media ini dengan khalayak. Menurut Stanley R. Alten suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditransmisikan melalui media elastis dalam suatu interaksi dinamis antara molekul itu dan lingkungannya . Suara adalah kombinasi tekanan emosional, perseptual, dan fisikal yang timbul dan berasal dari suatu suara yang termediasi oleh teknologi yang kemudian menimbulkan formasi imajinasi visual tertentu dibenak pendengar.

Menurut Undang - Undang Nomor 32 Tahun 2002, Penyiaran yang disebut broadacating memiliki pengertian sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut, dan di antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Radio merupakan salah satu jenis media massa yang memiliki komunikasi satu arah. Radio memiliki peran untuk menyampaikan berita, informasi, dan bahkan menjadi hiburan di beberapa kalangan masyarakat. Pada dasarnya radio telah mengalami berbagai perkembangan zaman yang di mana hingga saat ini setiap smartphone yang kita gunakan memiliki saluran radio.

Ardianto (dalam Sari, 2014) menyatakan bahwa radio telah beradaptasi terhadap perubahan dunia, dengan cara mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan dan dengan cara melengkapinya dengan media lain. Hal ini sejalan dengan pernyataan yang diberikan Fanani (2013 dalam Sari, 2014), dewasa ini radio bukan hanya menjadi sarana hiburan atau informasi, melainkan radio dianggap sebagai media *activation*. Dimana radio sudah memiliki idealisme tersendiri dalam menarik pendengarnya.

Siaran radio sendiri bersifat auditori, artinya hanya bisa didengar, jadi sebaiknya penyiar menggunakan bahasa yang sederhana, kalimat yang ringkas, dan struktur kalimat yang logis dalam gaya obrolannya, karena setiap kata yang diucapkan penyiar harus dapat dipercaya, apa pun yang terjadi. adalah hiburan atau informasi. Kebalikan dari TV adalah audiovisual yang artinya dapat dilihat dan didengar (Febriyanty & Oktavini, 2021). Alasan radio banyak diminati dan didengarkan oleh masyarakat karena radio sangat praktis, karena langsung, tidak menggunakan teknik yang rumit dalam penyampaian informasi, tidak mengenal jarak dan waktu, serta dapat didengarkan kapan saja, dimana saja.

Bahkan saat berkendara di dalam mobil, pendengar tetap bisa terhibur dengan alunan musik yang dimainkan oleh beberapa radio, dan pendengar juga bisa mendapatkan informasi seperti berita (Febriyanty & Oktavini, 2021). Ketika

menyampaikan informasi atau membawakan acara-acara didalam saluran radio, diperlukan peran penyiar yang handal dalam mencairkan suasana atau mampu berkomunikasi dengan baik.

Pada dasarnya penyiar merupakan individu-individu yang bekerja, bertugas atau bertanggung jawab sebagai komunikator didalam sebuah saluran radio. Penyiar memiliki peran yang bertugas sebagai pemberi informasi kepada setiap masyarakat yang mendengarnya (Fanani,2013 dalam Sari, 2014). Individu yang bekerja sebagai penyiar wajib memiliki kemampuan berkomunikasi secara efektif dan efisien (Sari, 2014).

Dalam kegiatan siaran radio, terdapat aspek aspek penyiaran yang dalam bahasa Inggris disebut broadcasting yaitu seluruh kegiatan menyampaikan pesan yang dimulai dari penyiapan materi, proses, berlangsungnya kegiatan, pemancaran, dan penerimaan siaran oleh khalayak. Agar dalam kegiatan penyiaran tidak dominan berisi kepentingan media, maka muncul UU No. 32/2002 butir b disebutkan bahwa lembaga penyiaran merupakan media komunikasi massa yang mempunyai peran penting di kehidupan sosial, budaya, politik, dan ekonomi, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, serta kontrol dan perekat social.

Dalam UU Penyiaran, radio diatur sebagai salah satu jenis media penyiaran yang harus memenuhi persyaratan teknis dan administratif seperti izin operasional dari pemerintah, serta harus memenuhi standar kualitas siaran yang ditetapkan oleh pemerintah. Radio juga harus memenuhi standar etika penyiaran yang ditetapkan oleh pemerintah. Selain itu, radio harus memenuhi kewajiban untuk menyediakan

jasa penyiaran yang berkualitas dan bermanfaat bagi masyarakat, serta memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat.

LPP (Lembaga Penyiaran Publik) adalah sebuah lembaga yang dibentuk dan dikelola oleh pemerintah untuk menyediakan jasa penyiaran yang berkualitas dan berkeadilan bagi masyarakat. Dalam UU Penyiaran di Indonesia, LPP diartikan sebagai badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang penyiaran radio dan televisi. LPP memiliki peran penting dalam menyediakan jasa penyiaran yang berkualitas dan bermanfaat bagi masyarakat, serta memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat.

LPP di Indonesia dibentuk melalui UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang menyatakan bahwa LPP berperan dalam menyediakan jasa penyiaran yang berkualitas dan bermanfaat bagi masyarakat, serta memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat.

LPP juga berperan dalam meningkatkan kualitas penyiaran di Indonesia dan mengembangkan industri penyiaran. LPP di Indonesia diharapkan dapat menjalankan fungsi sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang mampu menyediakan program siaran yang berkualitas, menjadi pembentuk opini yang baik, menjadi sarana edukasi, dan menjadi sarana hiburan yang baik.

Hal ini sejalan dengan pernyataan, yang menyatakan bahwa keberhasilan sebuah program radio dan keberadaan radio ditinjau melalui kualitas penyiar radio tersebut (Reza, 2015). Ketika penyiar memainkan perannya dengan sangat baik dan berkesan maka, hal ini mampu mendongkrak pendengar radio untuk mendengarkan radio secara terus-menerus atau bahkan mengingat nama penyiar radio tersebut. Ini sejalan dengan pernyataan, apabila penyiar memiliki teknik penyiaran yang santai

dan mampu membuat pendengarnya merasa dekat dengan penyiarinya, maka dapat dikatakan siaran itu berhasil (Reza, 2015). Penyiar merupakan ujung tombak berhasil atau tidak berhasilnya sebuah acara radio. Dalam menyiarkan radio, penyiar harus mengikuti kaidah-kaidah atau teknik komunikasi dalam menyiarkan radio yang baik dan efektif, agar informasi yang nantinya akan didengar oleh pendengar setia radio dapat tersampaikan dengan baik.

Penyiar yang Professional merupakan komunikator yang membawakan sebuah acara siaran dengan sangat baik sehingga membuat pendengarnya semakin tertarik untuk mendengarkan (Fanani dalam Sari, 2014). Profesi penyiar dituntut untuk cakap dalam berkomunikasi, dapat menyesuaikan diri dengan cepat, berpikir dengan gesit, serta tidak mengenal lelah.

Bahkan vokal penyiarpun harus bervariasi unggul, sehingga penyiar dituntut untuk memiliki kemampuan untuk ahli dalam menerima serta mengolah kata-kata ketika melakukan penyiaran untuk menghindari kesalahpahaman persepsi mengenai informasi yang disiarkan dan pendengar dapat menerima informasi atau pesan selama siaran dengan baik (Sari, 2014).

Salah satu radio terbaik di kota Medan merupakan radio RRI (Radio Republik Indonesia) yang beralamatkan di Jl. Gatot Subroto Medan. RRI Medan disiarkan pada frekuensi local 93.4 FM. Dengan jumlah penyiar yang terdapat pada LPP RRI (Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia) di Kota Medan yang memiliki 12 orang penyiar. Individu yang berprofesi sebagai penyiar harus memiliki kemampuan dalam mengelola informasi, kata-kata, atau kalimat dengan baik agar tidak menjadi kesalahpahaman bagi penerima informasi dan pembawa informasi disalurkan radio tersebut. Apabila penyiar mengalami kesalahan dalam

menyampaikan kata-kata atau informasi, seorang penyiar harus mampu untuk menjadikan kesalahan tersebut sebagai lelucon atau humor pada pendengarnya.

Selain itu peran penyiar lainnya dalam program dialog yaitu membuat daftar pertanyaan bagi narasumber dapat mempersiapkan jawaban yang tepat, mengetahui SOP saat terjadi kendala teknis dan mempelajari materi, semua tindakan ini disebutkan dalam Teori Penyusunan Tindakan/*Action Assembly Theory*.

Salah satu radio terbaik di kota medan merupakan radio RRI (Radio Republik Indonesia) yang beralamatkan di Jl. Gatot Subroto Medan. RRI Medan disiarkan pada frekuensi local 93.4 FM. Dengan jumlah penyiar yang terdapat pada LPP RRI (Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia) di Kota Medan yang memiliki 12 orang penyiar.

Dari uraian tersebut, mendorong peneliti untuk menggali informasi mengenai kontribusi penyiar radio dalam program siaran radio terutama dalam program dialog. Untuk itu peneliti pada periode Oktober 2022 sampai dengan selesai melakukan pengamatan langsung di radio RRI Medan dan melakukan wawancara staf radio RRI Kota Medan yang dinilai peneliti memberikan informasi untuk data pendukung penelitian ini. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti fenomena mengenai “Strategi Komunikasi Penyiar LPP (Lembaga Penyiaran Publik Radio Indonesia)”.

## 1.2.Fokus Penelitian

Agar pembahasan dalam penelitian ini lebih mudah dan terarah, maka peneliti perlu membuat fokus penelitian yang akan dibahas yaitu hanya meneliti pada peran penyiar dalam menyusun strategi komunikasi, dalam penelitian ini hanya terfokus pada strategi komunikasi penyiar radio di RRI PRO 2 Kota Medan.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada fokus penelitian diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini, yaitu :

- a. Bagaimana Strategi Komunikasi Penyiar Pada Radio RRI PRO 2 Kota Medan?
- b. Apa saja yang menjadi hambatan dalam strategi komunikasi penyiar radio di RRI PRO 2 Kota Medan?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh penyiar radio RRI Pro 2 Kota Medan.
2. Untuk mengetahui Hambatan apa saja dalam strategi komunikasi Penyiar Radio di RRI Pro 2 Kota medan.

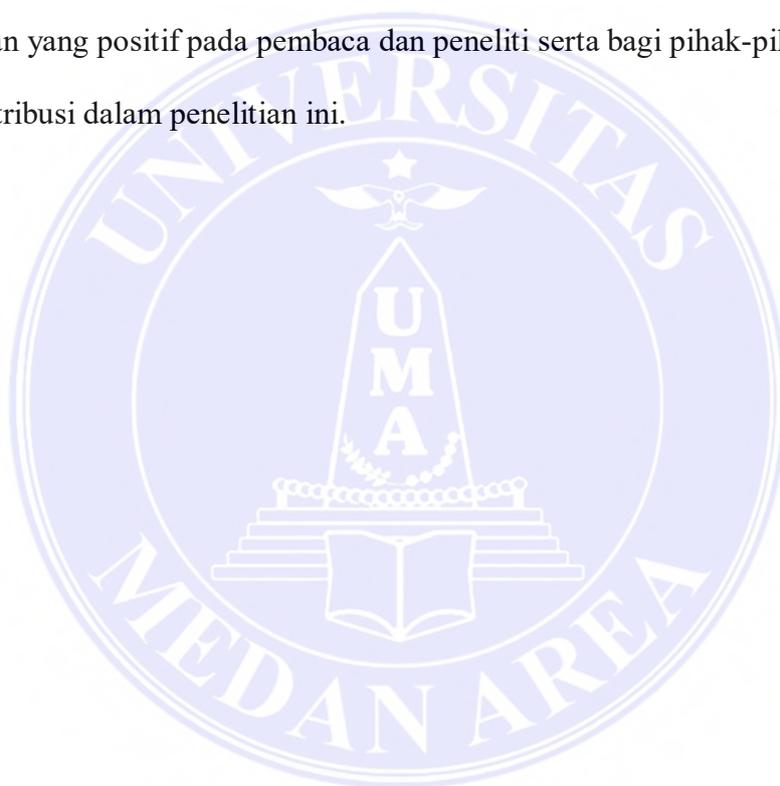
### **1.5. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi ataupun manfaat antara lain:

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau wawasan bahkan khasana penelitian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIPOL Universitas Medan Area.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan serta memperluas wawasan peneliti ilmu komunikasi, secara khusus pada peran penyiar dalam menyusun strategi komunikasi pada radio.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan masukan yang positif pada pembaca dan peneliti serta bagi pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1.Landasan Teori

Komunikasi harus memiliki makna atau pesan yang sama antara dua pihak yang berkaitan, supaya kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, melainkan juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima atau yakin terhadap apa yang disampaikan dalam kegiatan komunikasi. Komunikasi dapat terjadi pada semua level kehidupan pengalaman manusia dalam perubahan perilaku antar individu, komunitas, organisasi dan pendapat umumnya. Oleh karena itu, komunikasi dapat dipelajari secara empiris dan kritis pada berbagai derajat interaksi.

Menurut Deddy Mulyana (Mulyana, 2007:46), komunikasi secara etimologi berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti membuat sama. Komunikasi menyarankan suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi merupakan proses menciptakan suatu kesamaan (*commonness*) atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim dengan penerima.

Keragaman pengertian komunikasi disebabkan perbedaan perspektif dalam melihat komunikasi sebagai fenomena sosial, Harold Laswell dalam bukunya *the structure and function of communication in society*, cara yang baik menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *who, says what, in which channel to whom, with what effect ?* . (Winangsih, 2008:10).

##### 2.1.1.Pengertian Komunikasi

Pada dasarnya, komunikasi juga dapat membuat kesalahpahaman antar individu, apabila komunikatornya tidak dapat memberikan informasi dengan jelas dan intonasi yang baik. Konflik biasanya terjadi apabila sang informan tidak dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan baik, atau pendengar yang tidak dapat mengerti maksud dari perkataan sang informan. Komunikasi menurut (Fatah

Raden, 2016) merupakan proses atau sebuah tindakan dalam penyampaian pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) kepada penerima (*receiver*) melalui sebuah channel, hal ini biasanya mengalami gangguan (*noice*). Komunikasi biasanya terjadi untuk membawa perubahan pada seseorang yang menerima informasi tersebut.

Menurut Edward Depari (Fatah Raden, 2016) komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, gagasan, harapan dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, yang dilakukan oleh penyampai pesan kepada sang penerima pesan. Pesan disini merupakan amanah yang diberikan melalui komunikasi tatap muka dengan sipenerima pesan. Menurut (Mulyana, 2010) komunikasi dapat diartikan secara praktis, yaitu sebuah proses penyampaian pesan kepada penerima pesan atau orang lain.

*The Oxford English* (Mulyana, 2010), menyatakan bahwa komunikasi sebagai “*The imparting, conveying, or exchange of ideas, knowledge, information, etc.* (pemberian, penyampaian, atau pertukaran ide, informasi, pengetahuan, dan lain sebagainya)”. Salah satu jenis komunikasi yang terjadi di Indonesia adalah komunikasi massa. Dalam kamus bahasa inggris, *Mass communication* merupakan komunikasi yang menggunakan alat atau media untuk menyampaikan informasi. George Gerbner (Dewi, 2020) menyatakan komunikasi massa merupakan produksi serta distribusi yang menggunakan teknologi sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada penerima pesan.

Onong Uchajana (Dewi, 2020) menyatakan bahwa komunikasi massa merupakan penyebaran pesan dengan menggunakan media dengan tujuan kepada massa yang abstrak, yaitu sejumlah orang yang tidak tampak oleh sipenyampai pesan. Salah satu komunikasi massa merupakan penyiar radio dan pendengar radio.

Dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses pemberian informasi melalui informan kepada penerima informasi. Komunikasi dapat terjadi juga apabila penyampai pesan dan penerima pesan tidak tatap muka secara langsung, hal ini dapat dikatakan sebagai komunikasi massa.

### **2.1.2. Jenis-Jenis Komunikasi**

Jenis-jenis komunikasi menurut Ajaran Informasi dapat dibedakan menjadi (Pohan & Fitria, 2021) :

1. Komunikasi satu arah, yaitu komunikasi yang berjalan satu pihak saja (*one way Communication*).
2. Komunikasi dua arah, yaitu komunikasi yang bersifat timbal balik (*two ways communication*).
3. Komunikasi ke atas, yaitu komunikasi yang terjadi dari bawahan terhadap atasan.
4. Komunikasi ke bawah, yaitu komunikasi yang terjadi dari atasan terhadap bawahan.

### **2.1.3. Komunikasi Massa**

Sekarang untuk mendapatkan sumber informasi, orang-orang cukup hanya dengan menggunakan ponsel mereka sebagai sumber informasi yang mereka cari, dari masyarakat yang tinggal di kota hingga masyarakat yang tinggal di desa. Karakteristik utama yang dimiliki oleh komunikasi massa adalah kemampuannya yang bertujuan untuk menyebarkan informasi seluas-luasnya kepada masyarakat melalui media massa. Tentunya hal tersebut membedakan komunikasi massa dengan komunikasi lainnya, seperti komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok. Tindakan komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, baik secara *verbal* (kata-kata) maupun *non-verbal* (gerak atau simbol yang mengandung arti). Aksi dan reaksi yang dilakukan oleh sesama manusia ini dalam

ilmu komunikasi disebut tindakan komunikasi. Kegiatan komunikasi pada awalnya telah dilakukan manusia sejak dia belum lahir ke dunia dengan repon-respons yang ia berikan pada ibunya ketika dalam kandungan, contohnya mungkin memberikan tendangan tendangan kecil ketika dia merasakan sesuatu. Bahkan setelah lahir, walaupun belum dapat berbicara, dia memberikan banyak sinyal kepada sesama untuk berkomunikasi.

#### **2.1.4. Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi adalah kegiatan menyampaikan informasi dari komunikator kepada pendengar. Komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara, yakni: (1) Pengertian secara luas yang memandang komunikasi massa sebagai komunikasi yang pesan-pesannya bersifat umum dan terbuka. Tekanannya pada informasi atau pesan-pesan sebagai gejala sosial. Fokusnya pada orang-orang yang melakukan pembagian informasi. (2) Pengertian secara khusus (teknis) yang melihat komunikasi yang pesan-pesannya disampaikan melalui media massa. tekanannya pada media massa sebagai gejala teknik. Fokus kajiannya pada media yang menyebarkan informasi (Abdul Halik, 2013).

Menurut Severin dan Tankard (dalam Abdul Halik, 2013), komunikasi massa adalah sebagian berdimensi keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Joseph A. DeVito menunjukkan karakteristik komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya; disalurkan melalui pemancar audio dan/atau visual. Freidson (Abdul Halik, 2013) mendefinisikan komunikasi massa dengan merujuk pada komunikasi yang dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi, adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi.

Dari sejumlah pengertian di atas, komunikasi massa dapat disimpulkan sebagai komunikasi yang menggunakan media massa. Media massa merupakan ciri utama yang membedakan antara komunikasi massa dan sistem komunikasi lainnya. Di samping itu, pihak penerima pesan dalam komunikasi massa (khalayak) merujuk pada sejumlah besar orang yang tidak harus berada dalam lokasi atau tempat yang sama. Namun, ikatan yang menyatukan mereka adalah karena sama-sama menikmati pesan yang sama dari media massa dalam waktu yang relatif bersamaan. Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

#### **2.1.5. Ciri-Ciri Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan suatu ilmu yang ditujukan kepada audien dengan melalui media massa. Apabila dibandingkan dengan jenis-jenis komunikasi lainnya, komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Menurut Effendy (2006:22), adapun ciri-ciri dari komunikasi massa adalah sebagai berikut :

a. Komunikasi massa berlangsung satu arah

Komunikasi massa berlangsung satu arah (*one way communication*) berarti tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan dari para pembacanya terhadap pesan dan berita yang disiarkan. Demikian pula terjadi pada penyiar televisi, radio, dan sutradara film yang tidak mengetahui tanggapan dari para khalayak yang menjadi sasarannya. Yang dimaksud dengan “tidak mengetahui” adalah tidak mengetahui pada waktu proses komunikasi berlangsung. Konsekuensi dari situasi komunikasi

ini adalah komunikator pada komunikasi massa harus melakukan perencanaan dan persiapan agar pesan yang disampaikan pada komunikan harus bersifat komunikatif sehingga dengan mudah dapat dipahami.

b. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu, komunikatornya melembaga. Komunikator tidak mempunyai kebebasan individual karena dalam menyebarluaskan pesan komunikasinya bertindak atas nama lembaga, sejalan dengan nama stasiun televisi yang diwakilinya. Konsekuensi dari sifat komunikator yang melembaga adalah peranannya dalam proses komunikasi ditunjang oleh orang lain. Kemunculannya dalam media komunikasi tidak sendirian, tetapi bersama dengan orang lain.

c. Pesan komunikasi massa bersifat umum

Pesan yang disebarluaskan melalui media massa bersifat umum karena pesan yang disampaikan atau disebarkan media massa bersifat umum (*public*), ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum, sehingga tidak ditujukan kepada perseorangan atau sekelompok tertentu. Media massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.

d. Media komunikasi massa menimbulkan kerempakan

Media massa mempunyai ciri mempunyai kemampuan yang dapat menimbulkan keserempakan pada khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.

e. Komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikasi atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaanya secara terpecah dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, mempunyai perbedaan dalam berbagai hal seperti jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pengalaman, kebudayaan, pandangan hidup dan sebagainya. Heterogenitas khalayak seperti itu yang menjadi kesulitan seorang komunikator dalam menyebarkan pesannya melalui media massa karena setiap individu dan khalayak menghendaki keinginannya terpenuhi. Cara untuk mengatasi heterogenitas adalah mengelompokkan menurut jenis kelamin, usia, agama, dan lainnya berdasarkan perbedaan.

#### **2.1.6. Fungsi Komunikasi Massa**

Salah satu institusi sosial yang sangat penting dalam kehidupan manusia dewasa ini adalah keberadaan media massa. Media massa melayani kebutuhan hidup manusia modern, baik yang berkaitan dengan pemenuhan layanan informasi, maupun menyangkut hiburan. Media massa juga dimanfaatkan manusia untuk meningkatkan kualitas hidupnya sebagai sumber pengetahuan yang penting (Abdul Halik, 2013).

Para ahli komunikasi massa telah membuat pemetaan yang beragam mengenai fungsi penting komunikasi massa dalam masyarakat modern. McQuail (Abdul Halik, 2013) membedakan fungsi komunikasi massa bagi masyarakat dan fungsi komunikasi massa untuk individu, yakni:

Fungsi komunikasi massa bagi masyarakat:

##### **a. Informasi**

Menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia, menunjukkan hubungan kekuasaan, memudahkan inovasi, adaptasi, dan kemajuan. Komunikasi Massa

b. Korelasi

Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi, Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan, Melakukan sosialisasi, Mengkoordinasi beberapa kegiatan, Bentuk kesepakatan, Menentukan urutan prioritas dan memberikan status relatif.

c. Kesenambungan

Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru, meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d. Hiburan

Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi, Meredakan ketegangan sosial.

e. Mobilisasi

Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang juga dalam bidang agama.

2) Fungsi komunikasi massa bagi individu

a. Informasi

Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia. Mencari bimbingan berbagai masalah

praktis, pendapat, dan hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum. Belajar, pendidikan diri sendiri. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

b. Identitas pribadi

Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi. Menemukan model perilaku. Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media). Tingkatkan pemahaman tentang diri-sendiri.

c. Integrasi dan interaksi sosial

Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial, mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial, memperoleh teman selain dari manusia, Bantu menjalankan peran sosial, memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungkan sanak keluarga, teman, dan masyarakat.

d. Hiburan

Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan. Bersantai, peroleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, penyaluran emosi.

### 2.1.7. Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa dibatasi pada lima jenis media massa yang dikenal sebagai *The Big Five of Mass Media*. Media massa ini terdiri dari koran,

majalah, radio, televisi, dan film. Karakteristik komunikasi massa secara konseptual adalah (Ii et al., 2000):

- a. Komunikasi media massa diperuntukkan bagi khalayak luas, heterogen dan tersebar, serta tidak mengenal batas geografis kultural.
- b. Bentuk kegiatan komunikasi melalui media massa bersifat umum.
- c. Penyampaian pesan melalui media massa cenderung berjalan satu arah.
- d. Kegiatan komunikasi melalui media massa dilakukan secara terencana, terjadwal, dan terorganisasi.
- e. Penyampaian pesan melalui media massa, dilakukan secara berkala, tidak bersifat temporer.
- f. Isi pesan yang disampaikan melalui media massa mencakup berbagai aspek kehidupan manusia seperti sosial, ekonomi, politik, budaya, dan lainnya yang mencakup di sekitar lingkungan manusia

## 2.2. Radio

Dewasa ini, manusia sangat bergantung pada informasi. Informasi yang dibutuhkan oleh manusia merupakan informasi yang cepat, aktual, dan dapat dipercaya. Informasi yang cepat, aktual dan dapat dipercaya berkaitan dengan media massa, atau media cetak. Salah satu bagian dari media massa merupakan radio, radio menyajikan informasi dengan cepat dan sudah mengikuti perkembangan teknologi (Masduki dalam Febriyanty & Oktavini, 2021).

*Radio is the birth of the broadcasting* (radio adalah anak pertama dari dunia siaran). Radio merupakan gelombang suara. Suara penyiar memiliki komponen visual yang menciptakan gambaran di benak pendengar. Radio merupakan media

auditif (hanya dapat didengar), tetapi murah, populer, dan dapat dibawa atau didengarkan ke mana saja. Radio menjadi media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesarnya sebagai media imajiner karena sebagai media buta ia mengilhami begitu banyak suara dan mencoba memvisualisasikan suara penyiarnya.

Hal ini sejalan dengan pernyataan, yang menyatakan bahwa radio merupakan salah satu teknologi yang pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik), gelombang elektromagnetik merambat melalui udara bahkan melintasi luar angkasa yang memiliki ruang hampa udara (Permana, 2018).

Dari beberapa pendapat diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa radio merupakan media penyiaran auditori, yang dimana hanya dapat mendengarkan gelombang suara dari penyiarnya. Radio merupakan media massa pertama untuk menyampaikan informasi yang cepat, aktual, dan dapat dipercaya serta menjadi media massa pertama yang menyajikan hiburan bagi para pendengarnya.

### **2.2.1. Karakteristik Radio**

Mark W. Hall dalam bukunya yang berjudul *Broadcast Journalism* menyatakan bahwa terdapat perbedaan mendasar antara media cetak dan siaran radio. Media cetak dibuat untuk konsumsi mata sedangkan radio diciptakan untuk konsumsi telinga. Untuk siaran radio sendiri terdapat beberapa karakteristik siaran radio (Ardianto dalam Permana, 2018).

#### **a. Auditori**

Radio yang bersifat auditori sudah menjadi konsekuensi yang harus ditanggung oleh pendengarnya. Dikarenakan pada dasarnya radio merupakan media

massa yang mengandalkan gelombang suara penyiarnya. Dikarenakan kemampuan mendengar manusia itu terbatas, maka pesan yang disampaikan oleh siaran radio tidak dapat diulang kembali atau hanya selintas. Ketika informasi yang disampaikan oleh penyiar kurang jelas diterima oleh pendengar, maka pendengar tersebut tidak akan dapat meminta penyiar radio untuk *rehearing* atau mengulang kembali informasi tersebut. Berbeda dengan media cetak, ketika pembaca mengalami kesulitan saat membaca atau kurang mengerti akan penulisan atau penyampaian kata-kata pada media tersebut, maka pembaca dapat membuka kamus atau bahkan menanyakan kepada orang lain mengenai hal tersebut. Charnley (Permana, 2018) menyatakan pesan yang disiarkan oleh radio harus disusun dengan rapi dan jelas (*consise*). Pesan radio itu harus *be cristal clear* menurut Mark W. Hall (Permana, 2018).

### **b. Radio Is The Now**

Apabila ditinjau dari aktualisasi berita yang disiarkan oleh radio, dibandingkan media massa lainnya adalah yang paling aktual. Radio dapat memberikan informasi kepada pendengarnya dalam waktu yang cepat dan penyampaian informasi yang simple atau tidak bertele-tele. Radio juga sering melakukan liputan langsung pada tempat kejadian.

Misalkan saja, “Telah terjadi kasus pembacokan disekitaran Pancing pada jam 00.30 wib, korban merupakan mahasiswa dikampus A”.

### **c. Imajinatif**

Radio menggunakan penyampaian yang jelas sehingga membuat pendengarnya dapat mengimajinasikan berita yang disampaikan oleh penyiarinya. Dengan kata lain radio bersifat imajinatif.

#### **d. Akrab**

Radio harus bersifat akrab dan santai. Penyiar yang baik membuat pendengarnya larut dalam suasana siaran radio yang dibawakannya. Penyiar harus memiliki keahlian untuk membangun suasana seolah ia berada disekitar pendengar, contohnya dengan memberikan pernyataan untuk mengingatkan pendengarnya, seperti “Jangan lupa menutup jendela”. Hal ini membuat pendengar dan penyiar seolah-olah sedang bersama disatu tempat yang sama dan membuat pendengarnya merasa akrab dengan penyiarinya.

#### **e. Gaya Percakapan**

Newsom (Permana, 2018) menyatakan bahwa terdapat rumus-rumus siaran radio, yakni “*keep it simple, keep it conversational, and keep it short*”. Penyiar radio harus mampu membuat suasana seolah dia berasama dengan pendengarnya melalui gaya bicaranya. Percakapan yang dilakukan oleh penyiar harus terdengar dengan jelas dan mudah untuk dimengerti oleh pendengarnya. Maka dari itu susunan siaran radio harus *write the way you talk*.

#### **f. Menjaga Mobilitas**

Mendengarkan radio biasanya diiringi dengan aktivitas lainnya, seperti mengendarai mobil, sedang belajar, melakukan pekerjaan rumah atau bahkan ketika berbicara dengan orang lain. Jadi, mobilitas pendengar terjaga, karena pendengar tidak meninggalkan radio.

### **2.2.2. Lembaga Penyiaran Publik**

LPP RRI merupakan lembaga penyiaran yang mempunyai tugas memberikan pelayanan siaran informasi, pendidikan, pelestarian budaya, hiburan yang sehat, kontrol sosial, dan menjaga citra positif bangsa di dunia internasional. Pelayanan publik yang dilakukan oleh RRI sejalan dengan UU No. 25 tentang Pelayanan Publik. Dalam poin a menimbang, UU No. 25 tentang, Pelayanan Publik, disebutkan bahwa melayani setiap warga negara dan penduduk untuk memenuhi hak dan kebutuhan dasarnya dalam kerangka pelayanan publik yang merupakan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 merupakan kewajiban negara.

Kemudian, dalam pasal 1 ayat (2) disebutkan bahwa penyelenggara pelayanan publik yang selanjutnya disebut penyelenggara adalah setiap institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayanan publik, dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik. Kemudian, UU No. 32 Tahun 2002, PP No. 11 dan 12 Tahun 2005 menyebutkan bahwa RRI merupakan lembaga penyiaran berbadan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen dan demi kepentingan masyarakat. Fungsi utama RRI dalam kaitan ini-bersama dengan TVRI-adalah menyelenggarakan penyiaran.

Penyelenggaraan penyiaran itu sendiri merupakan hak warga negara di bidang siaran, dan karenanya harus disediakan Negara melalui LPP RRI. LPP RRI adalah lembaga penyiaran yang salah satu tugasnya adalah memberikan layanan publik. Pelayanan Lembaga Penyiaran Publik RRI terangkum dalam dua kegiatan, yakni layanan siaran dan layanan non-siaran. Layanan siaran merupakan kewajiban utama RRI (*core business*), sedangkan layanan nonsiaran merupakan layanan yang

harus diberikan RRI kepada masyarakat sebagai konsekuensi atas layanan siaran. Berbagai pedoman yang berhubungan dengan layanan utama misalnya Pedoman siaran Pro 1, Pro 2, Pro 3 dan juga Pro 4 telah disusun sebagaimana mestinya.

Pedoman itu dirumuskan agar LPP RRI benar-benar mampu melaksanakan visi dan misinya sebagai lembaga penyiaran publik dalam ranah siaran (*on air*). Sementara itu, untuk program layanan non-siaran, perlu dirumuskan suatu standar layanan tersendiri sebagai bagian penting untuk menjawab persoalan layanan RRI di luar program siaran *on air*.

### **A.SOP Lembaga Penyiaran**

Dalam pasal 4 ayat (2), UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik disebutkan bahwa setiap orang berhak (a) melihat dan mengetahui informasi publik; (2) menghadiri pertemuan publik yang terbuka untuk umum guna memperoleh informasi publik; (3) mendapatkan salinan informasi publik sesuai ketentuan undang-undang Keterbukaan Informasi Publik; dan (4) menyebarluaskan informasi publik sesuai dengan ketentuan undang-undang. Sementara itu, pasal 7 ayat (1) undang-undang yang sama menyatakan bahwa badan publik wajib menyediakan, memberikan dan/atau menerbitkan informasi publik, selain informasi yang dikecualikan sesuai dengan ketentuan. Kemudian, dalam pasal 17 ayat (2) Undang – Undang yang sama disebutkan, “Badan Publik wajib menyediakan informasi public yang akurat, benar dan tidak menyesatkan”. Kemudian, dalam ayat (3) pasal yang sama dikemukakan, “Untuk melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2), Badan Publik harus membangun dan mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola informasi public secara baik dan efisien

sehingga dapat diakses dengan mudah”. LPP RRI sebagai lembaga publik atau lembaga Negara karenanya terikat dengan undang – undang ini. Dengan kata lain, LPP RRI wajib menyediakan informasi public baik diminta ataupun tidak. Berikut adalah SOP untuk layanan informasi public baik karena diminta informasi public yang harus disediakan oleh LPP RRI secara berkala.

## **B.Manajemen Penyiaran Berita**

Banyaknya program-program siaran radio belakangan ini, membuat kru yang bersangkutan harus membuat program yang menari. Dalam hal ini, program yang dibuat harus dimanage sebelum dilakukan siaran radio tersebut. Manajemen penyiaran radio tersebut sebagai berikut:

### **1. Merencanakan Program Siaran**

Sebelum melakukan siaran akan dilakukan perencanaan, perencanaan adalah unsur penting dikarenakan siaran mempunyai efek yang besar dan kuat. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang matang serta data dan fakta yang lengkap. Program siaran sendiri harus mempertimbangkan produk, yang berarti sebuah produk yang ditawarkan kepada pendengar. Harga (*Price*), harga yang dikeluarkan untuk melakukan atau membeli sebuah program. Tempat (*Place*), 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).

### **2. Produksi dan Pembelian**

Distribusi program mengacu pada proses penyampaian program yang benar, dan promosi mengacu pada proses memberitahukan kepada penonton tentang keberadaan program dan membuat mereka tertarik untuk mendengarkannya (Morissan, 2008: 281).

### 3. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan yang mendemonstrasikan program yang tepat rencana terjadwal. Strategi Penyampaian Program yang baik. Banyak hal tergantung pada seberapa beragamnya program yang akan ditayangkan (Morissan, 2008: 342). Penentuan jadwal tayang acara ditentukan oleh perilaku Audiens, yaitu catatan aktivitasnya sepanjang hari dan kebiasaan mendengarkan radio pada waktu tertentu.

### 4. Pengawasan dan Pengevaluasian Program

Selama proses pengawasan dan pengevaluasian program diperuntukkan untuk meninjau seberapa jauh tingkat keberhasilan program radio tersebut.

## 2.3 Penyiar

Penyiar radio adalah orang yang mampu mengkomunikasikan gagasan, konsep, dan ide serta bertugas membawakan atau menyiarkan suatu program acara di radio, dalam hal ini penyiar memiliki tanggung jawab terhadap

acara yang sedang dibawakan sehingga dapat berlangsung dengan baik.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) penyiar merupakan orang-orang yang bertugas untuk menyiarkan atau penyeru siaran radio. Penyiar juga dapat disebut dengan *Disk Jockey* (DJ), hal ini dikarenakan penyiar melakukan tugas perangkai susunan lagu. Penyiar menurut (Wanda,2010) penyiar merupakan individu yang memiliki tugas untuk membawakan gagasan, ide, konsep atau program acara siaran di radio. Hal ini sejalan dengan pendapat dari (Harley & Rustam, 2013), penyiar merupakan seseorang yang membawakan siaran, menyajikan produk komersil, menyiarkan berita atau informasi, membawa acara kuis, diskusi, bahkan membawakan peran sebagai pembaca naskah atau narator pada siaran radio.

Penyiar menurut (*No Title*, 2018) merupakan orang yang mampu berkomunikasi dengan baik, mampu menarik perhatian dari para pendengarnya serta orang yang memiliki kemampuan untuk mengendalikan hal yang berkaitan dengan kepenyiaran. Said menyatakan penyiar radio merupakan juru bicara dari stasiun siaran radio. Bahkan penyiar merupakan ujung tombak dari keberhasilan atau kegagalan sebuah siaran radio.

Penyiar merupakan individu yang terampil dalam melakukan pekerjaannya sebagai penyiar, membawakan informasi/berita, atau bahkan membawakan acara hiburan (Permana, 2018). Dari beberapa pendapat diatas, peneliti menarik kesimpulan bahwa penyiar merupakan orang-orang yang membawakan berita, acara, atau informasi melalui radio maupun televisi.

### **2.3.1. Syarat Menjadi Penyiar**

Prayudha (dalam Permana, 2018), menyatakan bahwa syarat menjadi seorang penyiar merupakan kedisiplinan dan berkarakter, namun pada umumnya terdapat syarat menjadi penyiar.

**a. Memiliki Kualitas Vokal Yang Baik**

Setelah penilaian kualitas suara yang memadai atau tidak, tergantung pada penilaian pendengar. Jadi merekrut penyiar harus memperhatikan apakah suara penyiar atau suara penyiar dianggap cocok untuk segmen siaran. Ketika jenis suara yang diinginkan tidak tersedia, stasiun radio sering melatih penyiar yang bersangkutan untuk mengoptimalkannya penyesuaian dengan sifat proyek yang direncanakan oleh pemimpin proyek. Yang terpenting, bagaimana penyiar mengoptimalkan jenis suara agar sesuai dengan perencanaan program dan harapan audiens.

**b. Memahami Format Radio dan Format Clock**

Dalam menjalankan tugasnya, lembaga penyiaran harus memahami format stasiunnya, termasuk teks dan musik, serta aturan lain yang berlaku untuk stasiunnya. Jelas, format di sini lebih merupakan komposisi dasar atau rencana program untuk pendengar tertentu. Untuk *format clock* merupakan susunan perintah kerja, misalnya pemutaran lagu, iklan, radio ekspos, penempatan ID, dan toleransi waktu berbicara penyiar.

**c. Pemahaman Akan Segmen Radio**

Penyiar harus mampu memahami segala segmen radio yang dibawakannya, agar penyiar paham mengenai target radio kepada siapa yang akan mendengarkannya. Selain itu penyiar wajib mengetahui karakter dari

pendengarnya dan hal apa yang disukai oleh pendengar ataupun hal apa yang sedang hangat menjadi bahan perbincangan saat ini.

#### **d. Menampilkan Rasa Simpati Dan Empati Terhadap Pendengarnya**

Penyiar harus membangun rasa akrab dan dekat terhadap pendengarnya, sehingga membuat pendengar merasa penyiar memiliki empati dan simpati terhadap dirinya. Penyiar harus melihat dari sudut pandang pendengar juga. Menghasilkan Gagasan atau Ide yang bagus penyiar harus memiliki tingkat kreativitas yang tinggi, dikarenakan penyiar memiliki tugas untuk menghibur para pendengarnya. Pada dasarnya sebagian besar manusia sangat tertarik pada hal-hal yang sedang nge-trend, sehingga penyair pun harus mampu mengikuti zaman dalam membawakan siaran radionya dan menjadi lebih kreatif agar dapat bersaing dengan para pesaing diluar sana.

#### **e. Mampu Bekerjasama Dalam Tim**

Individu yang bekerja disebuah stasiun radio harus memiliki integritas yang baik, dikarenakan bekerja di stasiun radio bukan perorangan melainkan per team. Maka dari itu setiap penyiar harus memiliki kemampuan untuk bekerjasama dengan timnya.

Akan tetapi untuk menjadi seorang penyiar radio, ada hal-hal penting yang harus diperhatikan menurut Masduki (Permana, 2018), yaitu *Announcing skill* merupakan kemampuan seseorang untuk menyampaikan segala sesuatu yang berkaitan dengan musik yang diputar, kata atau lirik lagu yang disajikan. *Operating Skill* merupakan kemampuan yang harus dimiliki seorang penyiar untuk mengoperasikan alat-alat siaran yang

digunakan selama siaran radio berlangsung. Dan yang terakhir merupakan *Musical Touch*, merupakan kemampuan yang harus dimiliki seorang penyiar untuk merangkai musik pada sebuah tatanan agar menyentuh emosi pendengarnya.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa syarat menjadi penyiar bukanlah hal yang mudah, hal ini dikarenakan penyiar harus mampu membangun rasa dekat dengan pendengar yang ia sendiri tidak mengenalnya, memiliki kreatifitas yang tinggi dan bahkan penyiar harus mampu mengoperasikan semua alat-alat yang ia gunakan selama siaran berlangsung.

### **2.3.2. Karakteristik Penyiar**

Penyiar memiliki karakteristik tersendiri, seorang penyiar harus memiliki 4 karakteristik dibawah ini (Permana, 2018):

#### *1. DJ As Sales Person*

Penyiar harus berperan dalam membuat pendengarnya untuk tertarik, antusias dan ingin mendengarkan kembali siaran radio yang dibawakan oleh penyiar tersebut. Biasanya siaran radio akan memutar lagu-lagu, selain itu penyiar harus membuat pendengarnya tertarik mendengarkan spot iklan yang diputar dalam siaran tersebut, dan bahkan membuat pendengarnya penasaran akan iklan yang diputar dalam siaran tersebut. Selain membawakan informasi, penyiar juga bertugas untuk mengiklankan produk-produk yang bekerjasama dengan radio tersebut, maka dari itu penyiar bertugas sebagai sales yang harus meyakinkan pendengarnya dan membuat pendengarnya membeli produk tersebut.

## 2. Penyiar sebagai sahabat

Mendengarkan siaran radio membuat orang tidak merasakan kesepian selama beraktivitas. Televisi penempatannya harus diruangan yang cukup lega agar dapat ditonton bersama-sama, namun berbeda dengan radio. Radio dapat digunakan dimana saja bahkan melalui smartphone sekalipun. Akar komunikasi bahkan mengatakan "*Radio is a portable friend*", sahabat yang bisa dibawa kemana-mana bahkan ditempat pribadi sekalipun yaitu tempat tidur atau kamar mandi. Karena sifat radio yang pribadi itulah maka seorang penyiar harus berusaha menjadi sahabat yang baik bagi pendengarnya. Sebagai sahabat yang punya derajat yang setara, pendengar biasanya tidak suka penyiar yang terlalu monoton, kasar, sombong, suka melecehkan, merendahkan bahkan menghina pendengar. Jadi pendengar suka penyiar yang bisa dijadikan sahabat yang hangat, wajar dan tidak dibuat-buat (Permana, 2018).

## 3. Pendengar

Menyapa para pendengar bukan lagi hal yang tabu bagi seorang penyiar radio. Bahkan seorang penyiar harus memberikan sapaan yang akrab dan membuat intonasi suara yang rendah tetapi memiliki power yang bagus,

bahkan ramah agar pendengar merasa senang. Bahasa yang digunakan oleh penyiar haruslah terdengar sedang menyapa sahabatnya secara langsung.

#### 4. Personality Lebih Penting Dibandingkan Suara Yang Bagus

Bukan hanya karakteristik vokal atau kemampuan vokal, tetapi juga karakter yang lebih terbuka dan akrab sebagai seorang penyiar. Secara umum, pendengar lebih tertarik pada apa yang dikatakan penyiar dan bagaimana hal itu disampaikan dari pada seberapa baik suara penyiar. Penyiar adalah sumber dan sumber informasi yang dipercaya pendengar, sehingga sangat penting bagi penyiar untuk menyampaikan pesan secara jujur. Ternyata tidak demikian, kecuali penyiarnya juga hangat, ramah, berpengetahuan dan kritis sehingga informasi yang diberikan kualitas yang dapat diandalkan.

#### 2.3.3. Etika Dalam Lembaga Penyiaran

Penyiaran menurut UU no. 32 tahun 2002 adalah : Kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran, dan atau sarana transmisi di darat, laut, atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan atau media lainnya untuk diterima secara serentak oleh masyarakat melalui perangkat penerima siaran. (Mufid, 2010)

Penyiaran, atau dalam bahasa inggris disebut *broadcasting* berasal dari kata kerja *to broadcast* yang diartikan sebagai alat berbicara atau menampakkkan diri di radio atau televisi. Ada juga yang mengartikan pengiriman program oleh media radio dan televisi (*the sending out programmers by radio or television*). Etika penyiaran bisa diartikan sebagai

ilmu mengenai norma tentang baik dan buruk dalam kegiatan pemancarluasan siaran melalui media radio ataupun televisi atau media lainnya untuk diterima secara serentak oleh masyarakat melalui perangkat penerima siaran.

Kegiatan penyiaran meliputi dua bagian yaitu penyiaran radio dan penyiaran televisi. Sedangkan Malfin de Fleur menjelaskan bahwa penyiaran adalah jenis media massa yang menggunakan instrumen elektromagnetik dalam penyampaian pesan ke *audience* nya secara simultan (Malfin L. DeFleur & Everet E Dennis, *Understanding Mass Communication*, 1985). (Mufid, 2010).

#### 2.3.4. Aturan Dalam Penyiaran

Menurut P3SPS (Peraturan Pemerintah tentang Penyiaran dan Program Siaran), ada beberapa hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam penyiaran radio, diantaranya. Hal-hal yang boleh dilakukan:

- a. Menyajikan program siaran yang berkualitas dan bermanfaat bagi masyarakat
- b. Menyajikan program siaran yang memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat
- c. Menyajikan program siaran yang memperhatikan konteks sosial dan budaya masyarakat
- d. Menyajikan program siaran yang memperhatikan prinsip-prinsip etika penyiaran
- e. Menyajikan program siaran yang memperhatikan persyaratan teknis dan administratif yang telah ditentukan oleh pemerintah

Hal-hal yang tidak boleh dilakukan:

- a. Menyajikan program yang melanggar hak cipta.
- b. Menyajikan program yang mempromosikan produk atau jasa yang melanggar hukum
- c. Menyajikan berita yang tidak benar atau berita hoax.
- d. Menyajikan program yang mengandung unsur SARA (Suku, Agama, Ras, Antar Golongan)
- e. Menyajikan program yang mengandung unsur pornografi atau kekerasan.
- f. Menyajikan program yang mengandung unsur pemujaan terhadap narkoba.

### **2.3.5. Strategi Komunikasi Penyiar**

Radio merupakan salah satu jenis komunikasi massa yang saat ini sebagian masyarakat masih setia mendengarkannya. Radio merupakan salah satu jenis media massa yang memiliki komunikasi satu arah. Radio memiliki peran untuk menyampaikan berita, informasi, dan bahkan menjadi hiburan di beberapa kalangan masyarakat. Pada dasarnya radio telah mengalami berbagai perkembangan zaman yang dimana hingga saat ini setiap smartphone yang kita gunakan memiliki saluran radio.

Menurut Bungin (2015) dalam Trisha (2021) dalam melaksanakan 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* menyebutkan strategi komunikasi penyiar radio meliputi beberapa aspek strategi, yaitu:

1. Gagasan komunikasi (*communication of ideas*), merupakan kemampuan penyiar dalam menyampaikan ide atau gagasan maupun opini kepada pendengarnya. Pada dasarnya, gagasan atau ide maupun opini yang disampaikan oleh penyiar terhadap pendengaran, haruslah berbeda cara penyampaiannya setiap hari agar tidak membosankan bagi pendengarnya.
2. Kepribadian dalam berkomunikasi (*communication of personality*), seorang penyiar harus memiliki skill pemahaman tingkah laku, pikiran dan perasaan selama siaran. Penyiar juga harus menjadi pribadi yang hangat, mampu beradaptasi dalam segala situasi dan kondisi, mampu menulis serta mengkomunikasikannya secara baik agar enak didengar oleh pendengar.
3. Proyeksi kepribadian, penyiar harus mengerluarkan intonasi suara yang baik selama siaran dan memunculkan kesan profesional, seperti keaslian suara, kelincahan berbicara, keramahtamahan penyiar serta kemampuan beradaptasi.
4. Pengucapan (*pronunciation*), seorang penyiar harus mampu memilah atau menghindari kata-kata yang sulit dimengerti oleh masyarakat awam.

5. Control suara (*voice control*), seorang penyiar harus mampu mengontrol intonasi suara maupun cara berbicaranya agar dapat dipahami dan tersampaikan dengan jelas kepada pendengar.

Profesi penyiar dituntut untuk cakap dalam berkomunikasi, dapat menyesuaikan diri dengan cepat, berpikir dengan gesit, serta tidak mengenal lelah, bahkan vokal penyiar pun harus bervariasi unggul, sehingga penyiar dituntut untuk memiliki kemampuan untuk ahli dalam menerima serta mengolah kata-kata ketika melakukan penyiaran untuk menghindari kesalahpahaman persepsi mengenai informasi yang disiarkan dan pendengar dapat menerima informasi atau pesan selama siaran dengan baik (Sari, 2014).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Novia & Simbolon, 2019), yang menunjukkan bahwa penyiar memiliki peran untuk menggunakan berbagai strategi komunikasi untuk membuat para pendengarnya tertarik dengan siarannya. Pada dasarnya peran penyiarlah yang menjadi ujung tombak atas berhasil atau tidaknya siaran radio tersebut. Dalam pemilihan penyiar radio, pihak stasiun radio biasanya mengadakan seleksi atau mengadakan pelatihan terhadap calon karyawannya.

Penyiar radio harus menjadi sahabat bagi para pendengarnya, memberikan informasi atau berita dengan intonasi yang jelas, aktual dan dapat dipercaya, serta penyiar radio berperan sebagai figur untuk stasiun radio tersebut.

#### 2.4. Penelitian Terdahulu

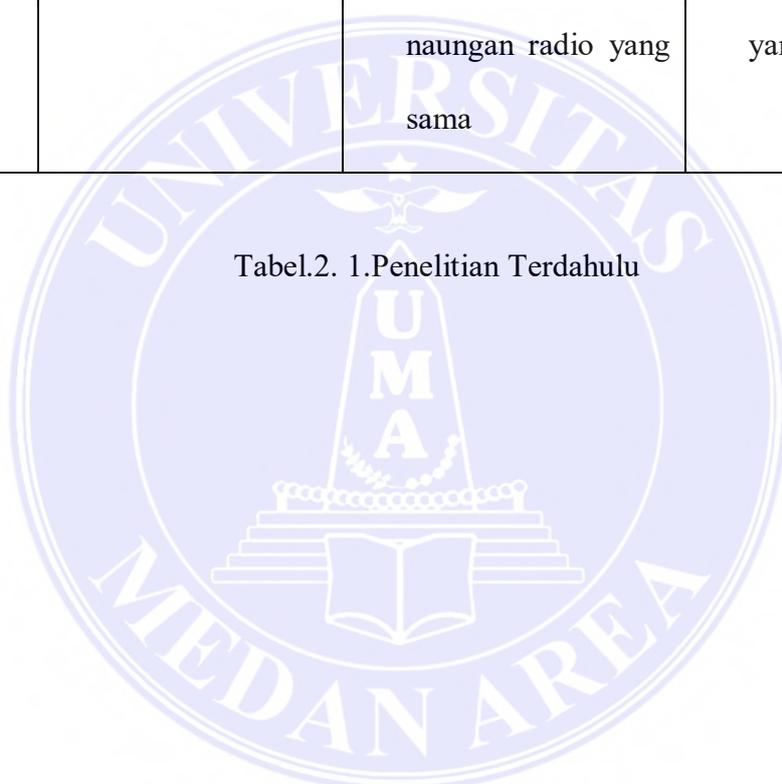
Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan

Rhiryn Riflyana Tirsyad	Strategi komunikasi penyiar i-radio makassar dalam program sorelam	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitatif deskriptif</li> <li>2. Untuk mengetahui strategi komunikasi penyiar</li> <li>3. Sama-sama menggunakan media massa radio</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terfokus pada strategi dan penerepan strategi komunikasi penyiar, sedangkan penelitian ini terkofus pada strategi dan hambatan dalam melakukan penyiaran.</li> <li>2. Teknik pengambilan sampel</li> <li>3. Lokasi dan waktu penelitian</li> </ol>
Septi Ingrid Wulandari	Strategi komunikasi dalam meningkatkan kompetensi penyiar radio venus fm Makassar	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitatif deskriptif</li> <li>2. Secara garis besar terfokus pada strategi komunikasi penyiar</li> <li>3. Menggunakan radio sebagai media massa</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bertujuan khusus sebagai strategi komunikasi dalam meningkatkan kompetensi penyiar</li> <li>2. Industri radio yang berbeda</li> <li>3. Lokasi dan waktu penelitian</li> </ol>
Ramadhan Mahendra	Strategi komunikasi penyiar radio republik indonesia medan dalam menarik minat pendengar	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitatif</li> <li>2. Sama-sama dibawah naungan radio RRI Kota Medan</li> <li>3. Untuk mengetahui strategi dan gaya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak terfokus pada satu jaringan, seperti dalam penelitian ini terfokus pada jaringan PRO 2 RRI Kota Medan</li> </ol>

		berkomunikasi penyiar di RRI kota Medan	<p>2. Teknik pengambilan sampel dan waktu penelitian</p> <p>3. Hanya terfokus pada strategi komunikasi dan gaya komunikasi penyiar sedangkan penelitian ini terfokus pada strategi komunikasi serta hambatan dalam melakukan siaran radio di RRI Pro 2 Kota Medan</p>
Indah Nurseptiani	Strategi komunikasi penyiar radio dakta 107 fm bekasi dalam menarik minat pendengar pada program dakwah mar'atus sholihah	<p>1. Kualitatif deskriptif</p> <p>2. Untuk mengetahui strategi komunikasi penyiar dalam menarik minat pendengarnya.</p> <p>3. Media massa yang digunakan adalah radio</p>	<p>3. 1. Program yang ditayang berbeda</p> <p>3. 2. Waktu dan lokasi penelitian</p> <p>3. 3. Fokus pada implementasi stratego komunikasi penyiar radio, sedangkan penelitian ini terfokus pada strategi dan hambatan penyiar dalam berkomunikasi</p>

<p>Ahmad Gozali</p>	<p>Strategi komunikasi penyiar radio republik indonesia (rri) di bandar lampung</p>	<p>3. 1. Kualitatif 3. 2. Untuk mengetahui stratefi komunikasi penyiar radio di RRI Kota Bandar Lampung 3. 3. Dibawah naungan radio yang sama</p>	<p>1. Meskipun dibawah naungan yang sama akan tetapi beda program yang diteliti. 2. Lokasi dan waktu penelitian 3. Penelitian ini tidak hanya terfokus pada strategi melainkan juga hambatan yang dihadapi penyiar.</p>
-------------------------	---	---	---

Tabel.2. 1.Penelitian Terdahulu



## 2.5. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian secara terstruktur mengenai pokok penting dalam penelitian, kerangka konseptual menjadi penghubung dari tiap elemen permasalahan yang akan diteliti.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang dimana peneliti memaparkan peristiwa atau situasi tanpa melakukan uji hipotesis atau tanpa membuat prediksi. Metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan tipe penelitian naturalistik, dikarenakan penelitiannya dilakukan dalam kondisi alamiah tanpa adanya uji statistik. Penelitian kualitatif (Komunikasi et al., 2013) bertujuan untuk menjelaskan peristiwa-peristiwa melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Tipe penelitian ini, tidak mengutamakan besar jumlah populasi maupun sampel, melainkan apabila data sudah terkumpul sedalam-dalamnya maka penelitian ini tidak perlu mencari sampel lainnya.

Metode penelitian ini adalah kualitatif dan pada penelitian ini dilakukan pada proses analisis data dalam penelitian kualitatif berlangsung sebelum peneliti ke lapangan, kemudian selama di lapangan dan setelah di lapangan, sebagaimana yang diungkapkan oleh (Sugiyono 2008 ; 333-345) bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting serta mana yang perlu dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan" (Sugiyono, 2008).

Dari beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa, metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang menjelaskan peristiwa atau fenomena yang terjadi tanpa melakukan analisis data statistik.

### **3.2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder.

#### **3.2.1.Data Primer**

Sugiyono: Menurut Sugiyono, seorang pakar metodologi penelitian di Indonesia, data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung melalui observasi, wawancara, atau kuesioner untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.

Kothari: R.C. Kothari, seorang ahli metodologi penelitian asal India, mendefinisikan data primer sebagai data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk pertama kalinya dengan tujuan penelitian tertentu. Data ini belum diproses sebelumnya dan diperoleh secara langsung dari sumber yang relevan.

Sekaran: Uma Sekaran, seorang ahli penelitian bisnis, mengartikan data primer sebagai data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama, seperti survei langsung, observasi lapangan, atau wawancara. Data ini diperoleh dengan tujuan khusus untuk penelitian yang sedang dilakukan.

Yin: Robert K. Yin, seorang ahli penelitian kualitatif, memahami data primer sebagai data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui wawancara mendalam, studi kasus, atau pengamatan langsung. Data primer ini merupakan data mentah yang belum diproses sebelumnya.

Data primer merupakan data yang didapatkan dari hasil wawancara, observasi, dan bahkan dokumentasi dengan para responden di RRI Kota Medan.

### **3.2.2.Data Sekunder**

Sugiyono, seorang pakar metodologi penelitian di Indonesia, menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain atau lembaga sebelumnya untuk tujuan lain, tetapi dapat digunakan kembali oleh peneliti untuk penelitian baru.

Kothari: R.C. Kothari, seorang ahli metodologi penelitian asal India, mendefinisikan data sekunder sebagai data yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh organisasi atau lembaga lain dan digunakan oleh peneliti untuk analisis dan interpretasi.

Uma Sekaran, seorang ahli penelitian bisnis, mengartikan data sekunder sebagai data yang telah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan non-penelitian. Data ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti publikasi, laporan pemerintah, basis data, atau catatan historis.

Cooper dan Schindler: Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler, ahli penelitian sosial, mengemukakan bahwa data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk keperluan mereka sendiri. Data ini bisa berupa publikasi, laporan statistik, atau data yang ada dalam organisasi atau lembaga.

Pengertian data sekunder yang dijelaskan oleh para ahli tersebut mencerminkan kesamaan dalam pemahaman bahwa data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya untuk tujuan lain dan digunakan kembali oleh peneliti dalam penelitian mereka. Data sekunder dapat mencakup berbagai jenis sumber seperti publikasi, laporan, basis data, atau catatan historis.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui internet, jurnal, buku, skripsi/thesis, maupun majalah dan koran yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 3.3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini merupakan wawancara, observasi, dan studi pustaka (Sugiyono dalam Cipta et al., n.d.).

#### 1. Wawancara

Wawancara bertujuan untuk menggali maupun menjabarkan tentang fenomena, peristiwa, orang, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, maupun kepedulian. Wawancara dilakukan untuk menjawab setiap permasalahan yang ingin diteliti, informan akan memberikan jawaban kepada peneliti secara mendalam. Dalam memperoleh data, peneliti telah menyiapkan wawancara terstruktur.

#### 2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan atau memperhatikan tingkah laku yang ditampilkan oleh narasumber. Observasi dapat dilakukan menggunakan semua indera kita, salah satunya indera penglihatan maupun indera peraba.

Disini observasi merupakan kegiatan pengamatan langsung. Studi pustaka, pada dasarnya teknik ini menggunakan media dan sumber seperti koran, majalah, jurnal, dan sebagainya sebagai data penelitian.

### 3.3.4. Teknik Analisis Data

Metode penelitian ini adalah kualitatif dan pada penelitian ini dilakukan pada proses analisis data dalam penelitian kualitatif berlangsung sebelum peneliti ke lapangan, kemudian selama dilapangan dan setelah di lapangan, sebagaimana yang diungkapkan oleh (Sugiyono 2008 ; 333-345) bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting serta mana yang perlu dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan" (Sugiyono, 2008). Langkah-langkah analisis data :

Reduksi data adalah step pertama dalam menganalisa data pada penelitian ini. Proses reduksi dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami data yang dikumpulkan. Pada dasarnya ketika data yang telah terkumpul, maka peneliti akan merangkumkan serta memilah mana data yang lebih baik. Proses reduksi pada penelitian ini merupakan bagian dari analisis untuk mempertajam, mengklasifikasikan, ataupun membuang data yang tidak penting.

Penyajian data, pada langkah ini peneliti mulai menyajikan data secara jelas, singkat, dan padat untuk membuat peneliti serta pembaca nantinya lebih memahami masalah-masalah yang diteliti. Oleh sebab itu, data yang digunakan dalam penelitian Kualitatif bukanlah angka atau perhitungan statistik melainkan rangkaian kata-kata.

Penarikan kesimpulan, pada tahap ini merupakan tahapan akhir. Dimana peneliti akan melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi mengenai jawaban

wawancara yang diberikan oleh narasumber. Mulai dari proses pengumpulan data, hingga pada peneliti yang mencatat segala fenomena yang terjadi.

### 3.3.5. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang digunakan penelitian ini berentang waktu pada periode oktober 2023 sampai dengan selesai melakukan pengamatan langsung di radio RRI Medan dan melakukan wawancara staf radio RRI Kota Medan yang dinilai peneliti memberikan informasi untuk data pendukung penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan di stasisun radio RRI Kota Medan. Stasiun RRI beralamatkan pada **Jl. Gatot Subroto No.214, Sei Sikambing C. II, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara 20123**

**Tabel 3. 1.Waktu Penelitian**

No.	Kegiatan	202					2024						
		Mei	Juni	Jul i	Agus	Sept	januari	Februari	Maret	Apr	Mei	Juni	Juli
4.	Perbaikan												
5.	Penelitian												
6.	Penyusunan Hasil penelitian												
7.	Perbaikan												
8.	Seminar Hasil												
9.	Perbaikan												
10.	Sidang Meja Hijau												

### 3.3.6.Informan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *purposive sampling*.

Menurut arikunto (2006), metode *purposive sampling* adalah pengambilan sampel

berdasarkan kriteria bukan secara strata, random ataupun daerah. *Purposive Sampling* pengambilan sampel secara sengaja maksudnya peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena adanya pertimbangan tertentu, yaitu para informan yang dapat memberikan data mengenai strategi komunikasi penyiar pada RRI Pro 02 Kota Medan.

### 3.3.7. Triangulasi Data

Penelitian ini menggunakan triangulasi data untuk meningkatkan validitas data yang didapatkan. Menurut Sugiyono (Rani, 2018), triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam triangulasi data, terdapat empat macam teknik, yaitu:

#### 1. Triangulasi data/sumber data (*data triangulation*)

Denzin: Norman K. Denzin, seorang ahli penelitian kualitatif, mendefinisikan triangulasi data sebagai penggunaan berbagai sumber data atau metode pengumpulan data yang berbeda dalam penelitian. Hal ini dilakukan untuk memperoleh konfirmasi, validasi, atau pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

1. Patton: Michael Quinn Patton, seorang ahli evaluasi dan metodologi penelitian, mengartikan triangulasi data sebagai proses pengumpulan dan analisis data dari beberapa sumber atau metode yang berbeda untuk menghasilkan pemahaman yang lebih akurat dan lengkap tentang fenomena penelitian. Triangulasi data memberikan kesempatan untuk membandingkan dan mengonfirmasi temuan dari sudut pandang yang berbeda.

2. Yin: Robert K. Yin, seorang ahli penelitian studi kasus, mengemukakan bahwa triangulasi data adalah penggunaan berbagai sumber data, termasuk wawancara, observasi, dokumen, atau catatan, untuk mendapatkan konfirmasi atau validasi temuan penelitian. Dengan menggabungkan berbagai jenis data, triangulasi data dapat meningkatkan keandalan dan validitas penelitian.

Pengertian triangulasi data yang dijelaskan oleh para ahli tersebut menunjukkan penggunaan berbagai sumber data atau metode pengumpulan data yang berbeda untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, valid, dan akurat tentang fenomena yang diteliti. Triangulasi data memberikan kekuatan dalam memverifikasi temuan, mengatasi keterbatasan metode tunggal, dan meningkatkan validitas penelitian melalui pengumpulan data yang beragam dan analisis lintas sumber.

2. Triangulasi penelitian (*investigator triangulation*)

Denzin: Norman K. Denzin, seorang ahli penelitian kualitatif, mengartikan triangulasi sebagai penggunaan berbagai sumber, metode, teori, atau peneliti yang berbeda untuk mengkonfirmasi atau memvalidasi temuan penelitian. Triangulasi dapat melibatkan triangulasi data (pengumpulan data dari beberapa sumber), triangulasi metode (penggunaan beberapa metode pengumpulan data), atau triangulasi peneliti (melibatkan beberapa peneliti dalam proses penelitian). Patton: Michael Quinn Patton, seorang ahli evaluasi dan metodologi penelitian, menggambarkan triangulasi sebagai menggunakan berbagai sumber data, metode, teori, dan peneliti untuk menghasilkan pemahaman yang lebih lengkap dan valid tentang fenomena yang diteliti. Triangulasi memungkinkan peneliti untuk menguji

dan memverifikasi temuan dengan memperoleh kesepakatan antara berbagai perspektif dan sudut pandang.

Jick: Todd D. Jick, seorang ahli manajemen, mengartikan triangulasi sebagai penggunaan berbagai sumber data atau metode dalam penelitian untuk menguji dan memvalidasi temuan. Dengan mengumpulkan data dari sudut pandang yang berbeda, triangulasi memperkuat temuan penelitian dan memberikan bukti yang lebih kuat.

Pengertian triangulasi penelitian yang dijelaskan oleh para ahli tersebut menekankan pada penggunaan berbagai sumber data, metode, atau perspektif untuk memperoleh pemahaman yang lebih valid, komprehensif, dan mendalam tentang fenomena yang diteliti. Triangulasi memberikan landasan yang lebih kuat bagi temuan penelitian dan meningkatkan kualitas penelitian dengan memverifikasi atau mengonfirmasi hasil melalui kesepakatan antara berbagai perspektif dan sudut pandang.

### 3. Triangulasi metodologis (*methodological triangulation*)

Triangulasi metodologis adalah konsep yang digunakan dalam penelitian untuk menggabungkan berbagai metode atau pendekatan penelitian dalam rangka memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan valid tentang fenomena yang diteliti. Berikut adalah pengertian triangulasi metodologis menurut beberapa ahli dan tahun:

Creswell (2014): John W. Creswell, seorang ahli penelitian campuran, menjelaskan triangulasi metodologis sebagai penggabungan metode kualitatif dan kuantitatif dalam satu penelitian. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan dan analisis data

kualitatif dan kuantitatif secara paralel atau berurutan untuk memperoleh pemahaman yang lebih lengkap dan mendalam tentang fenomena yang diteliti.

Denzin (1978): Norman K. Denzin, seorang ahli penelitian kualitatif, mengartikan triangulasi metodologis sebagai penggabungan berbagai metode penelitian kualitatif, seperti observasi, wawancara, dan analisis dokumen, untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih kaya dan valid tentang fenomena penelitian. Triangulasi metodologis memungkinkan peneliti untuk mengatasi keterbatasan dan bias yang mungkin terjadi dalam satu metode penelitian.

Jick (1979): Todd D. Jick, seorang ahli manajemen, mendefinisikan triangulasi metodologis sebagai penggunaan beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen, untuk memperoleh konfirmasi dan validasi temuan. Dengan menggabungkan metode-metode tersebut, triangulasi metodologis dapat menghasilkan pemahaman yang lebih kuat dan mendalam tentang fenomena yang diteliti.

#### 4 Triangulasi teoritis (*theoretical triangulation*)

Denzin (1978): Norman K. Denzin, seorang ahli penelitian kualitatif, menjelaskan triangulasi teoritis sebagai penggunaan atau perbandingan berbagai teori yang berbeda dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih kaya dan komprehensif tentang fenomena penelitian dengan melihatnya melalui lensa teori-teori yang berbeda.

Flick (2009): Uwe Flick, seorang ahli penelitian kualitatif, mengartikan triangulasi teoritis sebagai proses menggabungkan atau membandingkan berbagai konsep, model, atau teori yang relevan dalam penelitian. Hal ini dilakukan untuk

memperoleh pemahaman yang lebih dalam dan valid tentang fenomena yang diteliti serta menguji kesesuaian dan validitas teori yang digunakan.

Creswell (2013): John W. Creswell, seorang ahli penelitian campuran, mendefinisikan triangulasi teoritis sebagai penggabungan atau perbandingan konsep-konsep dan teori-teori yang berbeda dalam satu penelitian. Pendekatan ini melibatkan penggunaan beberapa teori sebagai kerangka kerja atau panduan analisis untuk memperoleh pemahaman yang lebih lengkap tentang fenomena penelitian.

Pengertian triangulasi teoritis yang dijelaskan oleh para ahli tersebut menunjukkan penggunaan atau perbandingan berbagai teori atau konsep dalam penelitian untuk memperoleh pemahaman yang lebih valid, komprehensif, dan mendalam tentang fenomena yang diteliti. Melalui triangulasi teoritis, peneliti dapat memperoleh sudut pandang yang beragam, menguji validitas teori, dan memperkaya pemahaman tentang fenomena penelitian dengan mengintegrasikan atau membandingkan konsep-konsep dari berbagai teori yang relevan.

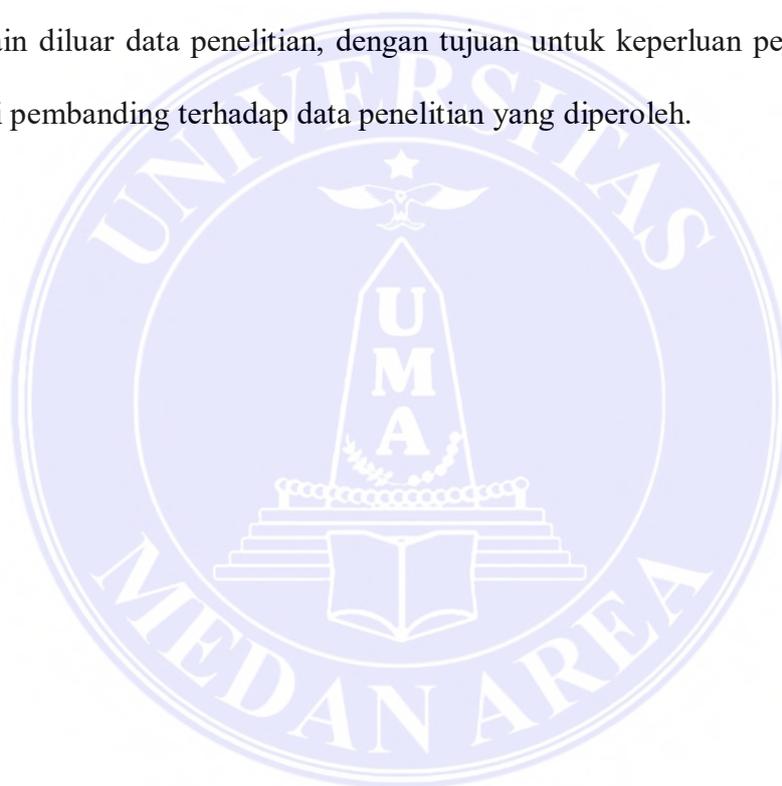
Peneliti dalam penelitian ini melakukan triangulasi teknik dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Triangulasi sumber dengan cara mengecek data yang diperoleh dari kedua belas penyiar di LPP RRI Medan. Triangulasi waktu artinya pengumpulan data dilakukan pada berbagai kesempatan pagi, siang, dan sore.

### **3.3.8. Teknik Keabsahan Data**

Teknik keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti merupakan hasil pengamatan dan editing data-data yang didapatkan dari lapangan. Dalam

menunjang keabsahan data yang diperoleh, peneliti melakukan triangulasi data sebagai Teknik yang memeriksa keabsahan data dengan memanfaatkan data lain atau informasi lain sebagai bahan perbandingan antar data untuk pengecekan keabsahan data.

Dijelaskan juga oleh Sugiyono (2015: 372) triangulasi merupakan teknik pemeriksanaan keabsahan data yang menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada, triangulasi ini memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data penelitian, dengan tujuan untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data penelitian yang diperoleh.





### **A. Kesimpulan**

Strategi Penyiar yang menjadi prioritas adalah kemampuan publik speakingnya, intonasi suara untuk menarik minat pendengarnya, serta gaya berbicara yang alami dalam bersiaran akan membuat pendengar merasa enjoy. Penyiar juga dituntut untuk mampu mengembangkan kemampuan dalam menyampaikan ide atau gagasan yang ia miliki dengan cara yang baik dan mudah dipahami. Kerja sama antara produser dengan penyiar diharuskan lebih aktif dimulai dengan adanya *briefing* sebelum penyiaran serta evaluasi kinerja penyiar setelah penyiaran selesai. Perbedaan karakter pendengar menjadi

hambatan tersendiri bagi para penyiar dalam menjalankan strategi komunikasi penyiaran di RRI Pro 2 Kota Medan, keinginan yang bermacam-macam, kondisi pemikiran dan hati yang berbeda menjadi beberapa tantangan tersendiri ketika penyiar membuka kesempatan berkomunikasi dengan pendengar, kesalahan dalam memberikan tanggapan dapat menimbulkan kurangnya rasa kepercayaan terhadap penyiaran.

## B. Saran

Peneliti mengharapkan Radio Republik Indonesia khususnya kota Medan tetap menjaga eksistensinya dalam bersiaran, tetap mempertahankan siaran yang terhindar dari berita hoax, pornografi serta mengandung unsur sara. Peneliti juga berharap penyiar RRI kota Medan untuk mampu mengembangkan kemampuan berkomunikasi serta keprofesionalannya dalam bersiaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dr. Arie Cahyono, S. (2019). *Menciptakan sebuah kekuatan komunikasi efektif, Unggul Berkomunikasi*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Dewi, Y. V. A. (2020). *Buku ajar Komunikasi*. Buku Ajar Komunikasi Bisnis (ABKA 3208- 2 SKS).
- Nasution A. (2020). *Bahan Ajar Teknik Komunikasi Publik*.
- Mulyana, D. (2010). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Remaja Rosda Karya (Bandung : 2010), hal 92-13. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, 24–55.
- Masduki, R. S. (2001). *Jurnalistik Radio*. Indonesia: LKiS.
- Permana, D. (2018). *Teknik Siaran Penyiar Radio (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Teknik Siaran Penyiar Radio Pada Program Suka-Suka Budi di 99*,
- Prof. Dr. Hafield Cangara, M. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Prof.Drs.H.A.W.Widjaja. (1988). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.

Suryanto, S. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV.Pustaka

T.Wood, J. (2014 :20). *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*. Semarang: Salemba Humanika.

Yulia, W. (2010). *Andai Aku Jadi Penyiar*. Penerbit Andi.

### Jurnal

Abdul Halik. (2013). *Dokumentasi*. 36. [http://repositori.uin-lauddin.ac.id/338/1/Komunikasi Massa full.pdf](http://repositori.uin-lauddin.ac.id/338/1/Komunikasi%20Massa%20full.pdf)

Aesyi, V. S., & Soedarsono, D. K. (2021). *Peran Penyiar Radio Play99ers Bandung pada program siaran ‘ Sarapan Pagi’ Dalam meningkatkan jumlah pendengar di masa Pandemi Covid-19*. *The Role OF Play99ers Bandung Radio Broadcaster In The’ Sarapan Pagi ’ Broadcast Program In Increasing The Number Of L*. 8(5), 7207–7214.

Cipta, H., Lindungi, D., Mengutip, D., Medan, U., Document, A., & From, A. (n.d.). *Universitas medan area* -----

©.

Fatah Raden. (2016). *Pesan Dalam Proses Komunikasi*. 59.  
[http://repository.radenfatah.ac.id/5121/3/BAB II.pdf](http://repository.radenfatah.ac.id/5121/3/BAB%20II.pdf)

Febriyanty, F. R., & Oktavini, F. (2021). Gaya Komunikasi Penyiar Dalam Mempertahankan Eksistensi Radio. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 6(1), 98.  
<https://doi.org/10.52423/jikuho.v6i1.12734>

Ii, B. a B., Berkomunikasi, a K., Tentang, T., & Berkomunikasi, K. (2000). *Berasal Dari Kata Latin*. 1963, 8–51.

Komunikasi, S., Organizer, E., Monday, S., Dalam, M., Tirtayasa, S. A., & Franandar, S. (2013). *No Title*.

Novia, D. H., & Simbolon, B. R. (2019). Strategi Komunikasi Penyiar Radio Sla Fm 105.6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–13.  
<http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/236>

Penyiaran, J., Studi, P., Iii, D., Terapan, K., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Maret, U. S. (2009). *Laporan Kuliah Kerja Media Peran Penyiar Dalam Perencanaan Dan Proses*.

*1 MOST FM Medan*). <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/7065>

Reza, I. (2015). *Strategi Manajemen Media Radio Pas Fm Solo Dalam Meningkatkan Kinerja Kualitas Penyiar Untuk Menjaga Eksistensi Radio*. 1, 105–112.

Sari, D. A. E. (2014). *Teknik Penyiar Radio Fresh 94,3 FM Dalam Menyampaikan Informasi Pada Program Fresh Life Style*.



## 1. Lampiran Pertanyaan Wawancara

### a. Penyiar

1. Persiapan apa saja yang dilakukan oleh penyiar ?
2. Hal apa saja yang dilakukan agar penyiaran tidak memosankan?
3. Adakah Naskah yang disiapkan saat akan melakukan siaran?
4. Bagaimana penyiar membuat ide atau gagasan ?
5. Apa yang dilakukan agar penyiar dapat mempertahankan eksistensinya?
6. Bagaimana cara membangun hubungan yang baik dengan pendengar?

7. Bagaimana penyiar mengutarakan ide atau gagasan kepada pendengar ?
8. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh penyiar agar pendengar dapat merasakan keberadaan siaran tersebut?
9. Apa saja teknik yang dilakukan dalam penyiaran?
10. Bagaimana seorang penyiar dapat menghandel keadaan yang diluar rencana ?
11. Hal apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan penyiar ?

b. Kepala Pro 2 RRI Medan

1. Strategi apa yang dilakukan agar menarik minat masyarakat untuk mendengarkan radio ditengah perkembangan teknologi yang begitu pesat?
2. Apakah RRI Medan juga melakukan kegiatan Publisitas ?

c. Produser RRI Medan

1. Apakah sebelum penyiaran dilakukan briefing terlebih dahulu ?
2. Bagaimana strategi seorang produser mengarahkan penyiaran agar dapat melakukan penyiaran dengan baik ?
3. Apakah Siaran RRI medan sudah dapat dikatakan berhasil ?

4. Menurut anda, bagaimanakah seorang penyiar yang profesional ?
5. Bagaimana strategi yang anda lakukan kepada penyiar anda ?
6. Bagaimana tanggapan anda apabila penyiar melakukan kesalahan selama penyiaran berlangsung ?



## 2.Lampiran Dokumentasi

Penyiar Cheryl Fika



Penyiar Dodi Iskandar

Penyiar Muhammad Rifqi Sakti



Penyiar Aruguanda Pribadi

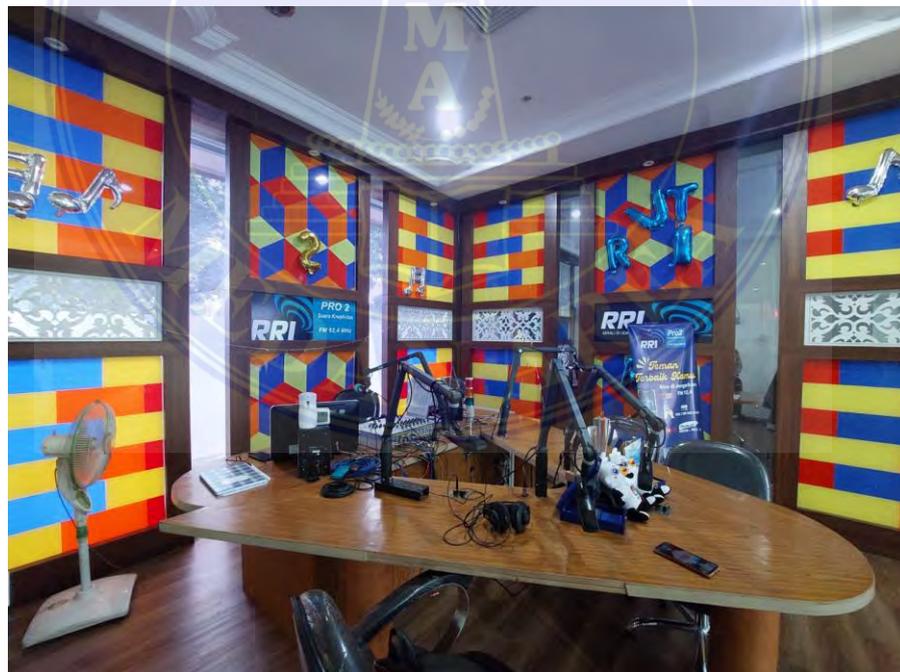




Kepala Pro 2 RRI Medan



Produser RRI Medan



Ruang Penyiaran RRI Medan