

**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO PROGRAMA 1
RRI MEDAN DALAM MENINGKATKAN MINAT
PENDENGAR PADA SAAT “ON AIR”**

SKRIPSI

OLEH:

CELINA KHAIRANI SITEPU

218530136



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 13/3/26

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 (repositori.uma.ac.id)13/3/26

**STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO PROGRAMA 1
RRI MEDAN DALAM MENINGKATKAN MINAT
PENDENGAR PADA SAAT “ON AIR”**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area*

OLEH:

CELINA KHAIRANI SITEPU

218530136

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Celina Khairani Sitepu

NPM : 218530136

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Penyiar Radio Program 1 RRI Medan
Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Saat "On Air"

Disetujui Oleh:

Pembimbing


Dr. Dedi Sahputra, S.Sos, M.A

Diketahui Oleh,



Dr. Walid Musthafa S.Sos, M.IP

Dekan



Dr. Taufik Walhidayat, S.Sos, MAP

Ka.Prodi

Tanggal Lulus: 22 Juli 2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 13/3/26

Access From (repositori.uma.ac.id)13/3/26

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Celina Khairani Sitepu

Npm: 218530136

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri, adapun bagaian-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-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apalagi dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 22 Juli 2025
METERAI TEMPEL
6480BANX086925510
Celina Khairani Sitepu
218530136

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

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

Nama : Celina Khairani Sitepu
NPM : 218530136
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti NonEksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Programa 1 Rri Medan Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Saat "On Air"" 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, 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.

Medan, 22 Juli 2025



Celina Khairani Sitepu

218530136

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan penyiar programa 1 RRI Medan dalam meningkatkan dan mempertahankan minat pendengar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah penyiar programa 1 RRI Medan. Penelitian ini menggunakan Teori *Framing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh penyiar radio programa 1 RRI Medan dalam meningkatkan minat pendengar saat “*on air*” meliputi beberapa hal penting. Pertama, penyiar memilih bahasa dan menyusun kalimat yang menarik serta bervariasi, namun tetap mudah dipahami oleh pendengar dari berbagai kalangan. Kedua, strategi *framing* diterapkan dengan cara memilih topik atau informasi terbaru yang relevan dan sedang ramai dibicarakan, serta menyaring berita *viral* agar sesuai dengan nilai yang layak disampaikan. Ketiga, penyiar menggunakan sudut pandang yang relevan dan tidak bersifat pribadi, karena setiap informasi yang akan disiarkan terlebih dahulu didiskusikan kelayakannya. Keempat, penyiar juga membangun hubungan emosional dengan pendengar melalui sapaan yang akrab dan sopan, serta interaksi yang menggambarkan suasana kekeluargaan tanpa melewati batas yang tidak diharapkan.

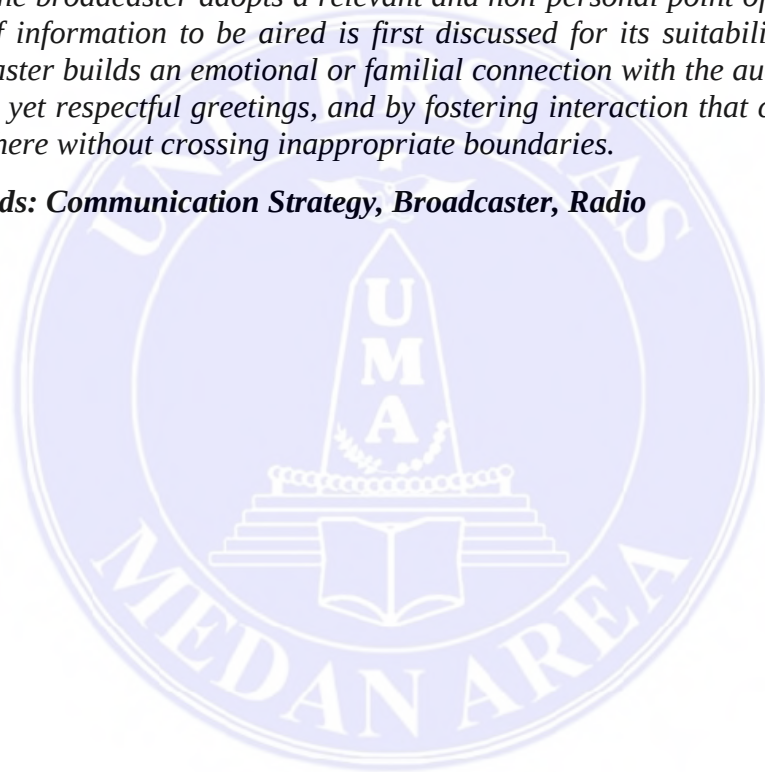
Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Penyiar, Radio



ABSTRACT

This study aims to identify the communication strategies used by broadcasters of Programa 1 RRI Medan in increasing and maintaining listener interest. The research employs a descriptive qualitative approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The subject of the research is the broadcaster of Programa 1 RRI Medan. This research uses Framing Theory. The findings indicate that the communication strategies used by the radio broadcaster to engage listeners during “on air” sessions include several key aspects. First, the broadcaster selects language and constructs sentences that are attractive and varied, yet remain easily understood by listeners from diverse backgrounds. Second, the framing strategy is applied by selecting relevant and trending topics or information, while filtering viral news to ensure its appropriateness for broadcast. Third, the broadcaster adopts a relevant and non-personal point of view, as every piece of information to be aired is first discussed for its suitability. Fourth, the broadcaster builds an emotional or familial connection with the audience through friendly yet respectful greetings, and by fostering interaction that creates a warm atmosphere without crossing inappropriate boundaries.

Keywords: *Communication Strategy, Broadcaster, Radio*



RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama lengkap Celina Khairani Sitepu, lahir di Delitua, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara pada 29 Agustus 2003, Anak dari Amir Salim Habibi Sitepu dan Sri Anum Hasibuan. Peneliti merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Tahun 2020 peneliti menyelesaikan pendidikan tingkat SMK di SMK Istiqlal Delitua.

Pada tahun 2021 peneliti memilih melanjutkan pendidikan Strata-1 di Universitas Medan Area yang terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi.

Dengan rahmat dan pertolongan Allah SWT, serta doa yang tiada henti dari kedua orang tua, peneliti berhasil menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul *“Strategi Komunikasi Penyiar Radio Programa 1 RRI Medan Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Saat ‘On air’”* sebagai bagian dari perjalanan akademik selama masa perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, atas segala nikmat dan kemudahan yang diberikan-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Programa 1 RRI Medan dalam Meningkatkan Minat Pendengar pada Saat *"On air"*". Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Penyusunan proposal ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc**, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. **Bapak Dr. Walid Mustafa Sembiring, S.Sos, M.IP**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. **Bapak Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.Kom**, selaku Wakil Dekan serta Dosen Penasehat Akademik
4. **Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. **Bapak Dr. Dedi Sahputra, S.Sos., M.A.** selaku Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang sangat berarti, sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan lancar hingga selesai.

6. **Kepada orang tua dan keluarga tercinta** yang senantiasa memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, serta tidak pernah lelah mendoakan setiap langkah peneliti.
7. **Bapak Armansyah Matondang, S.Sos., M.Si dan Bapak Irsan Mulyadi, S.Sos., M.I.Kom**, selaku ketua dan sekretaris pada sidang skripsi saya yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan saran dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
8. **Teman-teman** yang turut memberikan semangat dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terakhir, peneliti menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang mendalam kepada diri sendiri atas dedikasi dan kerja keras yang telah dicurahkan hingga titik ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan penelitian ini di tahap selanjutnya. Harapan peneliti, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi, serta bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Peneliti,

(Celina Khairani Sitepu)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 5
2.1 Strategi Komunikasi	5
2.1.1 Teknik Strategi Komunikasi.....	6
2.1.2 Proses Perencanaan Strategi	8
2.2 Teori <i>Framing</i>	9
2.2.1 Proses <i>Framing</i> dalam Penyiaran Radio.....	10
2.2.2 Penerapan <i>Framing</i> dalam Strategi Komunikasi Radio.....	11
2.2.3 Implikasi <i>Framing</i> dalam Meningkatkan Minat Pendengar	12
2.3 Komunikasi Massa	12
2.3.1 Ciri-ciri Komunikasi Massa	14
2.4 Radio.....	15
2.4.1 Penyiar Radio (<i>Announcer</i>).....	17
2.4.2 Karakteristik Penyiar.....	20
2.4.3 <i>On air</i>	21
2.5 RRI Medan	23
2.5.1 Programa	24
2.6 Penelitian Terdahulu	27
2.7 Kerangka Berpikir	29

BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Metode Penelitian	30
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.3 Subjek dan Objek	31
3.4 Informan Penelitian	32
3.5 Sumber Data	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
3.8 Keabsahan Data	36
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Radio Republik Indonesia Medan	39
4.1.2 Struktur Organisasi Radio Republik Indonesia Medan.....	48
4.1.3 Gambaran Umum Informan.....	49
4.1.4 Hasil Penelitian Strategi Komunikasi Penyiar	49
4.2 Pembahasan	55
4.2.1 Penerapan Teori <i>Framing</i> Pada Strategi Komunikasi Penyiar Pro 1 Pada saat <i>On air</i>	58
4.2.2 Media Tambahan Untuk Melancarkan Proses Siaran Dan Menarik Minat Pendengar	59
4.3 Triangulasi Sumber.....	68
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	70
 DAFTAR PUSTAKA.....	 71
 LAMPIRAN	

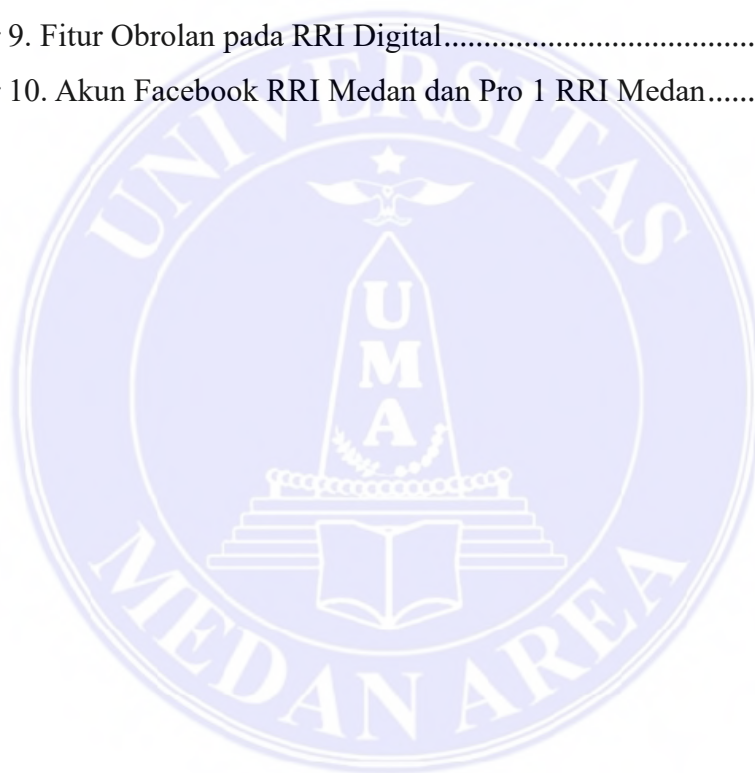
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2. Waktu Penelitian.....	31
Tabel 3. Keterangan Informan.....	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	29
Gambar 2. Struktur Organisasi Medan.....	48
Gambar 3. Akun Instagram RRI Medan	60
Gambar 4. Akun YouTube RRI Medan	61
Gambar 5. Akun Tiktok RRI Medan	60
Gambar 6. Tampilan RRI Digital Diakses Melalui Desktop Sumber:	61
Gambar 7. Tampilan RRI Digital Diakses Melalui Hp	63
Gambar 8. Viewer Programa 1 Medan Sebanyak 59 ribu.....	65
Gambar 9. Fitur Obrolan pada RRI Digital.....	66
Gambar 10. Akun Facebook RRI Medan dan Pro 1 RRI Medan.....	67



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang telah lama digunakan untuk menyampaikan informasi, hiburan, dan edukasi kepada masyarakat. Meskipun keberadaan media digital dan internet semakin dominan, radio tetap menjadi salah satu media yang relevan di berbagai kalangan, terutama di daerah yang memiliki keterbatasan akses teknologi. Sebagai salah satu lembaga penyiaran publik terbesar di Indonesia, Radio Republik Indonesia (RRI) memiliki peran yang strategis dalam menyampaikan informasi yang terpercaya dan membangun keterlibatan dengan pendengar di seluruh wilayah Indonesia.

Dalam era digital, persaingan media semakin ketat. Radio kini harus bersaing dengan platform-platform digital seperti *Spotify*, *YouTube Music*, dan *Apple Music*, yang menawarkan kemudahan akses serta personalisasi konten yang lebih tinggi. Di sisi lain, kehadiran media sosial memberikan peluang bagi radio untuk meningkatkan interaksi dengan pendengar. Strategi integrasi antara konten radio dengan media sosial seperti *Instagram* atau *Facebook*, terbukti dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat loyalitas pendengar (Nur Kholis, et al., 2023).

Selain itu, penelitian oleh Yuyu Sriwartini dan Gita Safitri menunjukkan bahwa gaya komunikasi penyiar dan hubungan yang dibangun dengan pendengar juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat pendengar. Studi ini mengungkapkan bahwa strategi komunikasi yang melibatkan *fan club*, acara khusus, dan gaya komunikasi yang personal mampu menciptakan hubungan yang

lebih dekat antara penyiar dan audiens, yang pada akhirnya meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pendengar (Yayu Sriwartini & Gita Safitri, 2022).

RRI Medan adalah salah satu stasiun radio yang memiliki berbagai program menarik, baik dari segi informasi lokal maupun nasional. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan preferensi media konsumen, minat masyarakat terhadap radio mulai mengalami penurunan. Kondisi ini menjadi tantangan bagi penyiar radio dalam mempertahankan serta meningkatkan minat pendengar saat siaran langsung atau “*on air*”. Hal tersebut merupakan salah satu tantangan yang dihadapi oleh RRI, khususnya Program 1 RRI Medan, bagaimana menarik perhatian pendengar dan menjaga minat pendengar pada saat “*on air*”.

Radio sebagai media komunikasi massa juga memiliki keunikan karena sifatnya yang “*real-time*” dan langsung. Sifat interaktif ini, jika dimanfaatkan dengan baik, dapat menjadi keunggulan dibandingkan media digital lain yang lebih pasif. Penyiar yang mampu membangun hubungan yang kuat dengan pendengar, baik melalui gaya penyampaian maupun interaksi langsung, dapat menciptakan loyalitas pendengar yang tinggi (Sandy Claes, et al., 2018).

Strategi komunikasi menjadi kunci utama dalam meningkatkan keterlibatan dan minat pendengar. Penyiar berperan sebagai jembatan antara program yang disajikan dengan pendengar, maka penyiar radio perlu menerapkan komunikasi yang interaktif dan dinamis untuk mempertahankan minat pendengar di tengah persaingan dengan media lain yang lebih modern. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh penyiar radio sangat menentukan bagaimana pesan disampaikan, baik dari segi bahasa, gaya penyampaian, maupun interaksi dengan audiens.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan Teori *Framing* sebagai landasan teoritis untuk memahami bagaimana penyiar radio programa 1 RRI Medan membangun hubungan dan mempengaruhi pendengar melalui strategi komunikasi mereka. Dengan menggunakan konsep *framing*, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penyiar radio memilih dan menyajikan informasi, serta bagaimana mereka membangun hubungan dengan pendengar melalui pemilihan bahasa, gaya penyampain dan interaksi yang digunakan. Melalui analisis *framing*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana strategi komunikasi penyiar radio dapat meningkatkan minat dan loyalitas pendengar dan juga diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dalam teori maupun praktik komunikasi, terutama dalam konteks penyiaran radio publik di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh penyiar radio Programa 1 RRI Medan untuk menarik dan mempertahankan minat pendengar pada saat *on air*.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh penyiar radio Programa 1 RRI Medan dalam menarik dan mempertahankan minat pendengar pada saat *on air*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang ingin penulis capai yaitu:

1. Manfaat Akademis.

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi, khususnya dalam konteks media radio dan strategi

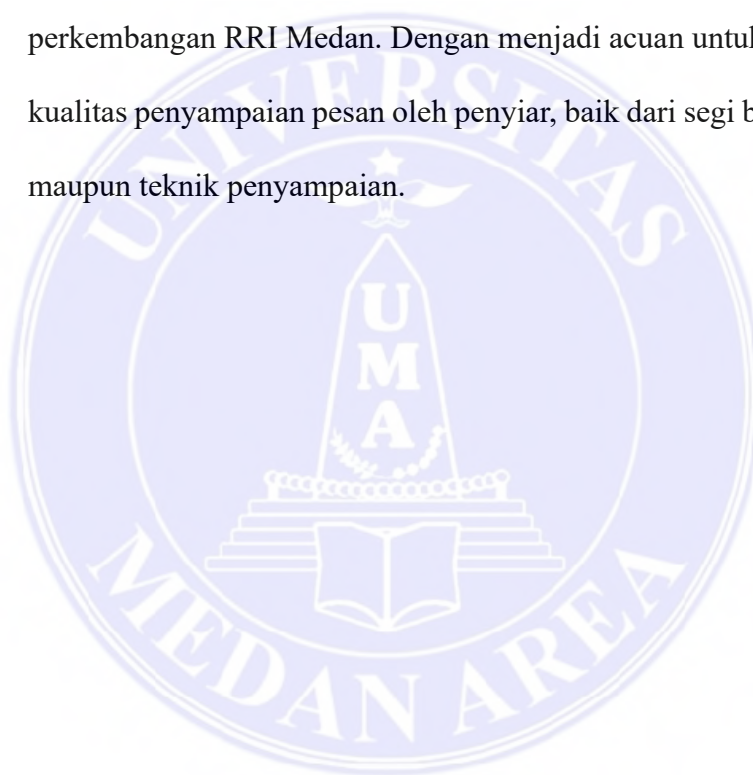
komunikasi penyiar.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat teoritis yang dapat memperkaya literatur dan kajian akademis dalam bidang ilmu komunikasi, terutama dalam penyiaran radio.

3. Manfaat Bagi RRI Medan.

Penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan kontribusi positif bagi perkembangan RRI Medan. Dengan menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas penyampaian pesan oleh penyiar, baik dari segi bahasa, intonasi, maupun teknik penyampaian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi Komunikasi

Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya (Abidin, 2015).

Komunikator, pada saat berkomunikasi harus bisa membuat strategi komunikasi terlebih dahulu agar pesan yang kita sampaikan bisa mencapai target komunikasi yang diinginkan. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk simbol atau kode dari satu pihak kepada yang lain dengan efek untuk mengubah sikap, atau tindakan (Hamidi, 2010).

Strategi komunikasi merupakan suatu *blueprint* atau rancangan yang disusun secara cermat untuk mencapai tujuan spesifik. Tujuan tersebut tidak hanya sebatas penyampaian informasi, namun lebih jauh lagi, yakni menginisiasi perubahan perilaku pada kelompok sasaran. Roger dalam (Cangara, 2013) mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Senada dengan Roger, Middleton mendefinisikan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi dari komunikator, pesan, saluran penerima sampai pada pengaruh yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Strategi komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu formula yang menggabungkan seluruh elemen komunikasi secara optimal. Dengan kata lain, strategi komunikasi adalah seni dan ilmu merancang pesan yang tepat, memilih saluran yang efektif, serta mengidentifikasi audiens yang relevan, dengan tujuan akhir memicu respon yang diinginkan dari penerima pesan. Dalam (Hermawan et al., 2022) Strategi komunikasi adalah suatu perencanaan yang disusun secara sistematis dan efektif untuk menyampaikan informasi, dengan tujuan agar pesan tersebut dapat dipahami dengan baik oleh khalayak dan mampu menimbulkan pengaruh terhadap sikap serta perilaku mereka.

Berdasarkan kutipan dari Ditha Prasanti dan Ikhsan Fuady, Menurut Berger, terdapat tiga pendekatan dalam strategi komunikasi, yaitu strategi aktif, interaktif, dan pasif (Prasanti & Fuady, 2017). Komunikasi yang dikelola secara baik dan terstruktur tentu akan mendapatkan hasil yang diharapkan. Maka dari itu dalam berkomunikasi ada baiknya menyusun strategi agar tepat dan terarah. Melalui strategi komunikasi ini sang komunikator (Penyiar Pro 1 RRI Medan) akan lebih mudah dalam menyampaikan pesan dengan baik kepada pendengar pada saat *on air* dengan hasil yang lebih optimal.

2.1.1 Teknik Strategi Komunikasi

(Anwar, 1994) mengemukakan bahwa terdapat lima teknik yang dapat digunakan dalam strategi komunikasi, yaitu:

1. *Redundancy (Repetition)*

Teknik redundansi atau pengulangan adalah metode untuk mempengaruhi audiens dengan mengulang pesan kepada mereka. Dengan metode ini, banyak manfaat yang dapat

diperoleh. Salah satu keuntungannya adalah audiens akan lebih fokus pada pesan tersebut, karena berbeda dengan pesan yang tidak diulang, sehingga akan lebih menarik perhatian mereka.

2. *Canalizing*

Teknik *canalizing* melibatkan pemahaman dan penelitian tentang bagaimana suatu kelompok mempengaruhi individu atau audiens. Agar komunikasi sukses, perlu mematuhi nilai dan standar kelompok serta masyarakat, lalu perlahan mengubahnya sesuai keinginan. Namun jika tidak memungkinkan, kelompok tersebut akan dibubarkan secara bertahap, sehingga anggota tidak lagi terikat erat. Dengan begitu, pengaruh kelompok akan berkurang dan pada akhirnya akan dihilangkan sepenuhnya. Pada situasi seperti itu, komunikasi pesan akan lebih mudah diterima oleh penerima pesan.

3. Informatif

Teknik informatif merupakan jenis pesan yang didesain untuk memberikan penerangan kepada khalayak dalam rangka mempengaruhinya. Penerangan yang dimaksud adalah memberikan informasi yang jujur dan faktual, berdasarkan data dan pendapat yang benar. Metode ini lebih fokus pada pemanfaatan pemikiran umum, dan disajikan dalam bentuk pernyataan berupa informasi, penjelasan, berita, dsb.

4. Persuasif

Metode persuasi adalah metode yang mempengaruhi melalui

cara-cara membujuk. Dalam situasi ini, audiens diharapkan dapat merangsang baik pikiran maupun perasaannya. Penting untuk diperhatikan bahwa rentang seseorang rentan terhadap sugesti dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam memberikan sugesti kepada orang lain, serta oleh keterbukaan mereka terhadap pengaruh luar.

5. Edukatif

Penggunaan teknik edukatif dapat mempengaruhi khalayak melalui pernyataan umum yang berisi pendapat, fakta, dan pengalaman. Mendidik yang berarti memberikan ide yang sesungguhnya kepada orang-orang, berdasarkan fakta, pendapat, dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan, dilakukan secara sengaja, teratur dan terencana, dengan tujuan mengubah perilaku manusia sesuai keinginan.

2.1.2 Proses Perencanaan Strategi

Menurut (Hamijoyo, 2000) terdapat empat tahapan proses perencanaan strategi komunikasi dalam pengelolaan komunikasi, yaitu:

1. Analisa Situasi (*Fact Finding*)
2. Mengembangkan Tujuan dan Strategi Komunikasi (*Planning*)
3. Menjalankan Strategi Komunikasi (*Actuating*)
4. Evaluasi yang mencakup monitoring atau *controlling*.

UNESCO juga membuat beberapa tahapan dalam pelaksanaan strategi komunikasi, dikutip dari penelitian (Mahendra, 2021) yaitu :

1. Mencari informasi mengenai keadaan suatu sumber daya komunikasi, apakah dioperasikan oleh pemerintah atau swasta, atau mungkin keduanya.
2. Melakukan analisis mengenai struktur dan sumber daya komunikasi yang ada, termasuk jumlah stasiun TV, stasiun radio, dan surat kabar yang tersedia. Apa yang termasuk dalam lapisan masyarakat.
3. Melakukan evaluasi kritis terhadap kebutuhan komunikasi khalayak dan menentukan jenis informasi yang diinginkan, apakah berupa hiburan, opini, atau berita.
4. Menganalisis komponen komunikasi dimulai dari asalnya, isi pesan, cara penyampaiannya, orang yang menerima, dan respon dari pendengar.
5. Mengadakan analisis studi mengenai kemajuan komunikasi, apakah ada peningkatan atau tidak.
6. Menentukan target yang ingin dicapai.

Langkah-langkah dalam menerapkan strategi komunikasi dapat disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan yang ada. Segala sesuatu yang terkait dengan perencanaan komunikasi dapat diubah sesuai kebutuhan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh pihak yang berkepentingan.

2.2 Teori *Framing*

Teori *framing* adalah salah satu teori relevan dalam studi komunikasi, khususnya dalam memahami bagaimana pesan disampaikan oleh media massa, termasuk penyiar radio. Dalam hal ini, teori *framing* menjadi penting untuk

memahami bagaimana penyiar radio dapat membingkai informasi yang disampaikan selama siaran berlangsung, untuk meningkatkan minat pendengar.

Teori *framing* pada dasarnya menjelaskan bagaimana media atau komunikator memilih, menekankan, dan menyajikan aspek-aspek tertentu dari sebuah realitas untuk mempengaruhi cara penerima pesan memahami suatu isu. *Framing* melibatkan proses seleksi elemen-elemen yang dianggap penting untuk membentuk pemahaman atau penilaian tertentu oleh audiens (Scheufele, 1999).

Menurut (Entman, 1993) *framing* adalah tindakan memilih elemen dari suatu realitas yang dirasakan dan menjadikannya lebih menonjol dalam pesan yang disampaikan, dengan tujuan memberikan definisi, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan rekomendasi penanganan untuk isu tersebut. Dalam konteks penyiar radio, *framing* dapat digunakan untuk mengarahkan perhatian pendengar pada aspek-aspek tertentu dari konten siaran, seperti isu-isu populer, sudut pandang yang menarik, atau narasi yang menggugah.

2.2.1 Proses *Framing* dalam Penyiaran Radio

Framing bukan hanya proses pasif dalam menyampaikan informasi, tetapi juga melibatkan penentuan bagaimana pesan disusun, bahasa yang digunakan, serta unsur emosional yang diintegrasikan dalam penyampaian pesan. Penelitian yang dilakukan oleh (Reese, 2007) menunjukkan bahwa *framing* memberikan ruang bagi komunikator, seperti penyiar radio, untuk menggunakan strategi narasi yang berbeda, termasuk metafora, jargon, dan cerita, untuk mempengaruhi persepsi audiens.

Scheufele juga membagi proses *framing* menjadi dua kategori besar: *frame building* (pembentukan bingkai) dan *frame setting* (penetapan bingkai).

Frame building mengacu pada proses di mana media (dalam hal ini, penyiar radio) mengonstruksi pesan. Sedangkan *frame setting* adalah bagaimana audiens menanggapi pesan yang telah dibingkai tersebut. Kedua proses ini sangat relevan untuk memahami bagaimana penyiar radio RRI Medan bisa meningkatkan minat pendengar pada saat siaran langsung.

2.2.2 Penerapan *Framing* dalam Strategi Komunikasi Radio

Penerapan *framing* dalam komunikasi radio melibatkan pemilihan isu, penggunaan bahasa yang menarik, serta penyajian sudut pandang yang dapat memikat audiens. Misalnya, penyiar dapat menggunakan *framing* positif yang menekankan keuntungan atau manfaat suatu isu bagi pendengar, atau *framing* negatif yang berfokus pada risiko atau tantangan yang mungkin dihadapi jika suatu tindakan tidak diambil.

(Tsai, 2007), dalam penelitiannya mengenai *framing* pesan untuk komunikasi merek, menunjukkan bahwa *framing* yang berhasil mampu memengaruhi sikap audiens terhadap suatu pesan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa *framing* dapat memaksimalkan fungsi persuasi, terutama ketika disesuaikan dengan karakteristik audiens, seperti keterlibatan emosional dan pengetahuan produk.

Dalam konteks penyiar radio, penyiar dapat menggunakan strategi *framing* positif atau negatif untuk menarik minat pendengar terhadap topik tertentu, misalnya dengan menyajikan topik yang kontroversial atau mengundang pendengar untuk berpartisipasi dalam diskusi. Selain itu, *framing* juga dapat diterapkan untuk memperkuat keterhubungan emosional

antara penyiar dan pendengar, seperti menggunakan cerita atau pengalaman pribadi yang relevan.

2.2.3 Implikasi *Framing* dalam Meningkatkan Minat Pendengar

Menggunakan teori *framing* dalam penyiaran radio memungkinkan penyiar untuk mengarahkan cara pendengar menafsirkan informasi yang disajikan. Menurut penelitian (Flusberg, et al., 2018), *framing* melalui media seperti radio dapat meningkatkan pemahaman, retensi pesan, dan persuasi. Hal ini sangat penting dalam meningkatkan minat pendengar, terutama ketika penyiar mampu membingkai pesan dengan cara yang selaras dengan minat dan perhatian audiens.

Penelitian lain, (Anshori, et al., 2022) juga menunjukkan bahwa *framing* yang efektif dalam media dapat membentuk persepsi publik terhadap isu-isu tertentu dan mendorong tindakan yang diinginkan, seperti meningkatnya partisipasi atau keterlibatan audiens dalam program radio. Hal ini menekankan pentingnya *framing* sebagai alat strategis dalam penyiaran, terutama dalam program-program yang berfokus pada peningkatan *engagement* pendengar selama *on air*.

2.3 Komunikasi Massa

Menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) dalam (Nurudin, 2015a) “*Mass communication is a process whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers* (Komunikasi massa adalah sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen)”. *large*, anonim, dan heterogen yang dimaksud

memiliki makna penting dalam proses komunikasi. Jangkauan yang luas membuat pesan dapat disebarluaskan dengan cepat, namun anonimitas dapat menghambat terbentuknya ikatan sosial yang kuat. Selain itu, keragaman individu juga memerlukan strategi komunikasi yang berbeda agar pesan dapat diterima secara efektif oleh semua pihak.

Sementara itu, (Nurudin, 2015) menjelaskan bahwa komunikasi massa sebagai bentuk interaksi sosial yang unik, di mana pesan-pesan disampaikan kepada khalayak yang heterogen dan tersebar luas melalui media massa. Baik media cetak maupun elektronik berperan sebagai perantara dalam menghubungkan sumber informasi dengan audiens yang beragam dalam hal latar belakang, minat, dan kebutuhan.

Defleur serta MeQuail dalam (Winda, et al., 2022) menyatakan komunikasi massa ialah suatu proses dimana komunikator memakai media buat menyebar pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus membangun makna-makna yang diperlukan bisa mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar serta tidak sama dengan melalui berbagai cara. Konsep komunikasi massa yang kita kenal saat ini banyak dipengaruhi oleh formula yang diusulkan oleh Harold D. Lasswell pada tahun 1948, yaitu *“Who says what in which channel to whom with what effect?”*. Dalam bahasa Indonesia, formula ini diartikan “Siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa?”. Elemen-elemen kunci dalam formula ini adalah komunikator (siapa), pesan (apa), media (saluran apa), komunikan (kepada siapa), dan efek (dengan efek apa). Komunikator adalah pihak yang memulai proses komunikasi, pesan adalah isi yang disampaikan, media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan, komunikan adalah penerima pesan,

dan efek adalah dampak yang ditimbulkan oleh pesan tersebut pada komunikan. Melalui formula ini, Lasswell menyoroti pentingnya peran media massa sebagai sarana untuk menyampaikan pesan secara massal dan mempengaruhi khalayak luas, seperti yang juga dijelaskan oleh Syahputra (2016:61) dalam (Wilantari, 2019).

2.3.1 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki beberapa ciri unik yang berbeda dengan komunikasi lainnya:

1. Jangkauannya yang luas dan komunikan bersifat heterogen.

Pesan yang disampaikan oleh media massa dapat menjangkau audiens yang sangat besar dan beragam, baik secara lokal maupun global. Halbert Blumer dalam (Nurudin, 2015) memberikan ciri komunikan sebagai berikut :

- 1) *Audience* dalam komunikasi massa sangatlah heterogen.
- 2) Berisi individu-individu yang tidak tahu atau mengenal satu sama lain dan tidak berinteraksi satu sama lain secara langsung.
- 3) Mereka tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi yang formal.

2. Menimbulkan keserempakan.

Dalam komunikasi massa terdapat keserampakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak yang berarti masyarakat atau audiens dapat menikmati isi dari komunikasi massa hampir secara bersamaan.

3. Sifatnya yang satu arah.

Pesan umumnya mengalir dari sumber (media) ke penerima (audiens) dengan *feedback* yang tidak langsung atau tertunda (*delayed feedback*), karena komunikasi massa tidak dilakukan secara tatap muka, maka respons dari audiens terhadap pesan yang disampaikan seringkali tidak langsung dan membutuhkan waktu. Hal ini menyebabkan terjadinya penundaan dalam proses komunikasi.

4. Pesannya bersifat umum atau publik.

Pesan yang disampaikan oleh media massa bersifat publik dan terbuka untuk siapa saja yang memiliki akses. Sifat umum pesan dalam komunikasi massa memiliki konsekuensi yang signifikan terhadap isi dan bentuk pesan yang disampaikan. Media massa cenderung menghindari penggunaan bahasa yang terlalu teknis, istilah-istilah khusus, atau referensi yang hanya dipahami oleh kelompok tertentu. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa pesan dapat dipahami oleh semua kalangan audiens, tanpa memandang tingkat pendidikan atau latar belakang sosial.

2.4 Radio

Radio adalah teknologi komunikasi nirkabel yang memungkinkan transmisi informasi melalui gelombang elektromagnetik yang dikenal sebagai gelombang radio. Gelombang ini memancarkan data atau suara Radio, sebagai media massa, memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi secara luas dan cepat. Teknologi radio bekerja dengan mentransmisikan gelombang elektromagnetik yang

dapat menangkap sinyal dari berbagai sumber dan menyiarkan ke audiens besar secara serentak., melalui frekuensi yang diatur dalam spektrum elektromagnetik. Radio bekerja dengan cara mengubah gelombang elektromagnetik menjadi sinyal yang bisa ditangkap oleh penerima (*receiver*) melalui antena (Ilmuips, 2020).

Dikutip dari (RG, 2018), Amerika Serikat menjadi pionir dalam perkembangan radio sebagai media massa. Berawal dari penemuan Guglielmo Marconi yang disempurnakan oleh Dr. Lee De Forest pada 1906, radio di AS mengalami pertumbuhan eksponensial. Terbentuknya 556 stasiun radio pada 1923 dan kemunculan raksasa media seperti NBC (*National Broadcasting Radio*) dan CBS (*Columbia Broadcast System*) pada 1926 semakin mengukuhkan dominasi AS dalam industri radio. Inspirasi ini kemudian menyebar ke berbagai negara di dunia, seperti Inggris, Prancis, Jepang, dan RRC. Setelah mengalami perkembangan dari tahun ke tahun, radio memasuki tahap penyempurnaan. Prof. E.H Amstrong dari Universitas Columbia pada tahun 1933 memperkenalkan sistem *Frequency Modulation* (FM) sebagai penyempurnaan dari *Amplitudo Modulation* (AM). Keuntungan FM dari AM, antara lain:

1. Dapat dihilangkan interference (gangguan/percampuran) karena cuaca.
2. Dapat menghilangkan interference yang disebabkan dua stasiun radio yang bekerja pada gelombang yang sama.
3. Menyiarkan suara sebaik-baiknya.

Di antara media lain seperti televisi dan media cetak, radio memiliki beberapa kelebihan yang penting. Radio dapat diakses dengan mudah tanpa memerlukan keahlian khusus dari pendengar sasaran, seperti kemampuan membaca, karena radio menggunakan imajinasi sebagai media. Selain itu, radio memungkinkan

masyarakat memperoleh informasi dengan cepat dan biaya yang relatif rendah. Kekuatan lain dari radio adalah kehangatan dan suasana santainya sebagai media pendengar, radio memungkinkan penyampaian pesan melalui program-program yang menarik dan mudah dipahami.

(Scupham, 1969) mengatakan Radio adalah salah satu media massa pertama yang memungkinkan penyebaran informasi secara langsung dan *real-time* kepada publik. Sebagai media yang mudah diakses, terutama di negara berkembang, radio seringkali digunakan untuk mengedukasi, menyebarkan informasi kebijakan, dan mempengaruhi opini publik. Contohnya, di banyak daerah di dunia, radio digunakan untuk mengkomunikasikan isu-isu penting kepada masyarakat luas. Kemampuan radio dalam menghadirkan informasi yang aktual, mendidik, dan menghibur secara serentak telah menjadikannya media yang cukup sulit tergantikan.

Fleksibilitas radio dalam menembus berbagai lapisan masyarakat, baik di perkotaan maupun pedesaan, semakin memperkuat posisinya sebagai media yang paling akrab dan diakses oleh masyarakat luas. Selain itu, karakteristik radio yang bersifat personal dan interaktif, memungkinkan pendengar untuk merasa lebih terhubung dengan isi siaran, sehingga menciptakan ikatan emosional yang kuat antara radio dan pendengarnya.

2.4.1 Penyiar Radio (*Announcer*)

Penyiar adalah individu yang berperan penting dalam menyampaikan informasi, hiburan, dan pesan kepada audiens melalui media elektronik, khususnya radio. Penyiar bukan hanya bertugas sebagai pembaca berita atau presenter acara, tetapi juga memiliki peran yang lebih luas dalam menjaga

keterlibatan audiens, menciptakan suasana yang menarik, dan menghidupkan program yang disiarkan. Keterampilan komunikasi yang efektif menjadi elemen krusial dalam profesi ini, karena penyiar merupakan penghubung langsung antara stasiun radio dan pendengar (Febriyanty & Oktavini, 2021).

Dalam konteks media massa, terutama radio, penyiar memegang peranan sentral dalam membentuk citra program yang disiarkan. Penyiar tidak hanya menyampaikan informasi secara tekstual, tetapi juga mampu membangun ikatan emosional dengan pendengar melalui gaya penyampaian, intonasi suara, dan interaksi langsung. Tugas utama penyiar radio mencakup beberapa aspek penting, antara lain:

1. Menyampaikan Informasi Secara Efektif.

Penyiar bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi kepada pendengar dengan cara yang jelas, ringkas, dan menarik.

Ini mencakup pembacaan berita, wawancara, serta penyajian berbagai informasi lainnya yang disesuaikan dengan format dan tema program yang sedang berlangsung. Keterampilan Bahasa dan kemampuan berkomunikasi yang kuat sangat penting dalam menjalankan fungsi ini.

2. Menciptakan dan Menjaga Suasana Program.

Seorang penyiar memiliki kemampuan untuk menciptakan suasana atau mood tertentu yang sesuai dengan jenis acara yang sedang dipandu. Penyiar harus mampu membuat suasana yang nyaman dan menarik bagi pendengar, sehingga audiens tetap tertarik untuk mendengarkan program yang sedang berlangsung.

Gaya komunikasi yang hangat, ramah, dan interaktif sering kali menjadi kunci dalam mempertahankan minat pendengar.

3. Interaksi dengan Audiens.

Salah satu aspek penting dari pekerjaan penyiar adalah kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan audiens. Ini bisa dilakukan melalui berbagai cara, seperti panggilan telepon dari pendengar, pesan teks, atau bahkan interaksi melalui platform media sosial. Interaksi ini memperkuat hubungan antara penyiar dan pendengar, menjadikan acara lebih personal dan mendekatkan audiens kepada stasiun radio.

4. Membangun Identitas Program.

Penyiar sering kali menjadi ikon atau wajah dari suatu program radio. Gaya berbicara, karakter, dan cara penyiar membawakan acara secara langsung mempengaruhi citra program di mata pendengar. Dengan demikian, penyiar tidak hanya sekadar membaca teks, tetapi juga berperan dalam membangun merek dari program yang dipandunya.

5. Menghadirkan Konten yang Menarik dan Relevan.

Penyiar juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa konten yang disampaikan relevan dengan target pendengar. Mereka harus memiliki pemahaman yang mendalam mengenai audiens mereka dan menyusun materi yang sesuai dengan minat dan kebutuhan audiens tersebut. Dalam hal ini, penyiar sering kali bertindak

sebagai kurator informasi, memilih dan menyusun materi siaran yang tidak hanya menghibur, tetapi juga edukatif dan informatif.

2.4.2 Karakteristik Penyiar

Menurut (Bachtiar, 2006) ada beberapa karakteristik seorang penyiar, yaitu sebagai berikut:

1. **Disiplin**

Penyiar beroperasi dalam kerangka kerja yang disebut kerja tim. Program ini dipandu oleh penyiar yang berbeda secara bergantian. Dalam perannya, ia diharuskan memiliki disiplin yang tinggi, selalu tepat waktu, mematuhi peraturan, dan menjunjung tinggi tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

2. **Teliti dan Kritis**

Penyiar senantiasa mematuhi buku catatan program harian yang tersedia. Penyiar tiba lebih awal untuk melakukan pemeriksaan terhadap segala sesuatu. Dari peralatan siar hingga iklan yang diputar serta semua yang berhubungan dengan proses siaran sebelum program dimulai.

3. **Kreatif**

Apabila seorang penyiar diberikan kepercayaan untuk mengelola dan menyelenggarakan sebuah program, ia akan selalu mampu menyajikan sesuatu yang inovatif dan kreatif.

4. **Terbuka**

Penyiar juga diharapkan untuk bersikap sportif, siap dan bersedia menerima berbagai kritik dan saran, serta senantiasa menerima

masukan, baik yang bersifat konstruktif maupun tidak.

5. Kerjasama Tim

Tidak mengutamakan ego dalam pelaksanaan tugas. Apabila harus tidak hadir karena halangan tertentu, maka penyiar perlu mencari pengganti dan demikian pula sebaliknya, bersedia menggantikan rekan yang mengalami halangan.

Dalam era digital saat ini, peran penyiar semakin berkembang. Tidak hanya terbatas pada media radio tradisional, penyiar juga diharapkan mampu mengoperasikan media digital seperti platform *streaming* dan media sosial untuk memperluas jangkauan program dan berinteraksi dengan pendengar secara lebih luas. Kemampuan penyiar untuk memanfaatkan teknologi digital menjadi faktor penting dalam kesuksesan mereka di dunia penyiaran modern. Strategi komunikasi digital, seperti menggunakan media sosial untuk membangun hubungan dengan pendengar, telah menjadi praktik yang semakin penting bagi penyiar (Nur Kholis, 2023)

2.4.3 *On air*

On air dalam siaran radio merujuk pada proses penyiaran langsung suatu program atau acara kepada publik melalui frekuensi radio. Konsep ini merupakan inti dari operasi penyiaran radio, di mana penyiar menyampaikan informasi, hiburan, musik, atau program lainnya secara *real-time* kepada pendengar yang mendengarkan melalui perangkat radio. Penyiaran *on air* melibatkan penggunaan frekuensi radio yang disesuaikan dengan regulasi pemerintah untuk memastikan sinyal dapat ditangkap oleh audiens di berbagai wilayah.

Dalam siaran *on air*, peran penyiar sangat krusial karena mereka adalah wajah atau suara dari program yang diperdengarkan. Penyiar harus mampu menyajikan program dengan menarik dan interaktif agar pendengar tetap terlibat selama siaran berlangsung. Ini melibatkan kemampuan komunikasi yang kuat serta kemampuan beradaptasi dengan dinamika audiens yang berbeda.

Ciri-Ciri Siaran *On air*:

1. *Real-Time Communication*: Salah satu karakteristik utama dari siaran *on air* adalah komunikasinya yang berlangsung secara langsung dan *real-time*. Hal ini memungkinkan penyiar untuk segera memberikan tanggapan terhadap umpan balik audiens atau menyesuaikan materi siaran berdasarkan situasi terkini (Silviana Ramadhani, 2022)
2. Interaksi dengan Pendengar: Penyiaran *on air* memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara penyiar dan pendengar. Ini dapat terjadi melalui telepon, pesan teks, atau bahkan media sosial. Interaksi semacam ini penting dalam membangun keterlibatan pendengar dan memberikan suasana siaran yang lebih personal dan interaktif (Sandy Claes R. B., 2018)
3. Fleksibilitas Siaran: Siaran *on air* memungkinkan penyesuaian konten secara cepat sesuai dengan kebutuhan audiens atau perubahan situasi, seperti breaking news atau informasi darurat. Penyiar memiliki kebebasan untuk menyesuaikan materi siaran

agar tetap relevan dan menarik bagi pendengar pada saat itu (Schiemer, 2016)

4. Penggunaan Teknologi: Meskipun teknologi digital semakin berkembang, radio masih mempertahankan relevansinya melalui siaran *on air*. Penyiaran tradisional kini juga didukung dengan platform digital seperti *streaming online*, memungkinkan pendengar untuk mengikuti siaran melalui internet jika tidak berada dalam jangkauan frekuensi radio tradisional. Ini membantu memperluas jangkauan siaran *on air* ke audiens yang lebih luas.

2.5 RRI Medan

Radio Republik Indonesia (RRI) Medan adalah salah satu cabang dari jaringan stasiun radio nasional milik negara yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi publik di seluruh wilayah Indonesia. RRI sendiri resmi berdiri pada tanggal 11 September 1945, setelah proklamasi kemerdekaan Indonesia. Sebagai bagian dari lembaga penyiaran publik, RRI Medan memiliki peran penting dalam menyebarluaskan informasi, budaya, serta edukasi kepada masyarakat Medan dan sekitarnya.

RRI Medan beroperasi dengan misi utama sebagai sarana komunikasi yang mendukung pembangunan bangsa, memperkuat identitas nasional, serta menyebarkan berita dan informasi yang independen, objektif, dan terpercaya. Dalam sejarahnya, RRI telah berkontribusi dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam masa perjuangan mempertahankan kemerdekaan Indonesia. RRI digunakan sebagai alat propaganda melawan penjajah, dengan

mengkomunikasikan perkembangan perang kemerdekaan kepada publik secara cepat dan luas melalui siaran radio.

Seiring berjalannya waktu, RRI Medan terus berkembang menjadi platform yang mendukung penyebaran informasi budaya lokal serta nasional. Seperti stasiun-stasiun RRI lainnya di Indonesia, RRI Medan memainkan peran penting dalam memperkenalkan dan melestarikan budaya daerah melalui program-program berbasis budaya lokal. Misalnya, RRI Yogyakarta dan Surakarta pernah mengadakan program “Sandiwara Daerah”, yang berfungsi untuk mempertahankan dan memperkaya budaya lokal (Dhanang Respati Puguh, 2020). Hal ini juga relevan dengan peran RRI Medan dalam melestarikan warisan budaya Sumatera Utara melalui siaran-siaran radio.

Dalam menjalankan fungsinya, RRI Medan juga telah memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan siaran, seperti menyediakan *streaming online* yang memungkinkan masyarakat untuk mendengarkan siaran dari perangkat digital di mana saja. Selain itu, RRI Medan juga menjadi wadah bagi mahasiswa dan pelajar untuk melakukan program magang, memperkuat hubungan antara RRI dan institusi pendidikan setempat (Rindiani, 2023)

Secara keseluruhan, RRI Medan tetap menjadi salah satu elemen penting dalam menjaga arus informasi dan melestarikan budaya di Sumatera Utara, serta terus berinovasi untuk menjawab tantangan era digital.

2.5.1 Programa

Radio Republik Indonesia (RRI) Medan merupakan salah satu cabang dari jaringan RRI yang memiliki beberapa kanal siaran atau yang dikenal dengan sebutan “Programa”. Setiap programa memiliki fokus yang berbeda

dalam hal konten siaran, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pendengar dengan berbagai minat. Berikut adalah pembahasan mengenai Program 1, Program 2, Program 3 dan Program 4 di RRI Medan:

1. Program 1/Pro 1 (94.3 FM) (Kanal informasi dan Inspirasi)

Program 1 RRI Medan berfokus pada siaran yang bersifat informasi lokal dan interaktif. Konten siarannya mencakup berita-berita lokal, pendidikan, dan hiburan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat di wilayah Medan dan sekitarnya. Program 1 ini sering kali menjadi sarana bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam diskusi langsung melalui telepon atau pesan singkat. Di sini, keterlibatan masyarakat sangat dihargai, dengan siaran-siaran yang mengangkat topik-topik yang relevan secara lokal, seperti perkembangan kebijakan daerah, pendidikan, dan kesehatan (Dwiva Devi Shintia, 2019)

2. Program 2/Pro 2 (92.4 FM) (Teman Terbaik Kamu)

Program 2 RRI lebih berfokus pada siaran hiburan dan gaya hidup. Pro 2 dikenal karena memberikan siaran musik, terutama musik populer yang digemari oleh kaum muda. Selain musik, siaran ini juga menyertakan program-program tentang gaya hidup dan tren-tren terkini. (Laili Etika Rahmawati, 2016)

3. Program 3/Pro 3 (88.8 FM) (Terus Mengudara Untuk Indonesia)

Program 3 dari RRI Medan lebih berfokus pada siaran berita nasional dan internasional. Pro 3 dikenal sebagai kanal yang secara eksklusif menyiarkan informasi berita yang lebih

mendalam dan berjangkauan lebih luas, mencakup berita nasional hingga internasional. Program ini sangat relevan bagi pendengar yang menginginkan *update* cepat dan akurat tentang perkembangan nasional, politik, ekonomi, serta peristiwa-peristiwa penting di luar negeri. Programa ini juga menekankan pentingnya analisis mendalam terhadap isu-isu yang sedang hangat, baik di dalam maupun di luar negeri, yang didukung oleh narasumber ahli dan jurnalis profesional (R.Online, n.d.)

4. Programa 4/Pro 4(88.4 FM) (Suara Budaya Nusantara)

Program 4 berfokus pada kebudayaan dan pendidikan, termasuk program-program yang mengangkat topik budaya lokal, seni, sejarah, serta tradisi-tradisi yang ada di Indonesia. Program ini memiliki tujuan melestarikan budaya Indonesia, khususnya budaya-budaya lokal di Sumatera Utara. (Rindiani, 2023)

Keempat programa tersebut saling melengkapi untuk memberikan layanan yang menyeluruh kepada masyarakat, baik dalam hal informasi, pendidikan, maupun hiburan. RRI Medan terus berinovasi untuk tetap relevan dengan perkembangan teknologi dan perubahan preferensi pendengar, khususnya dengan memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan audiens.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

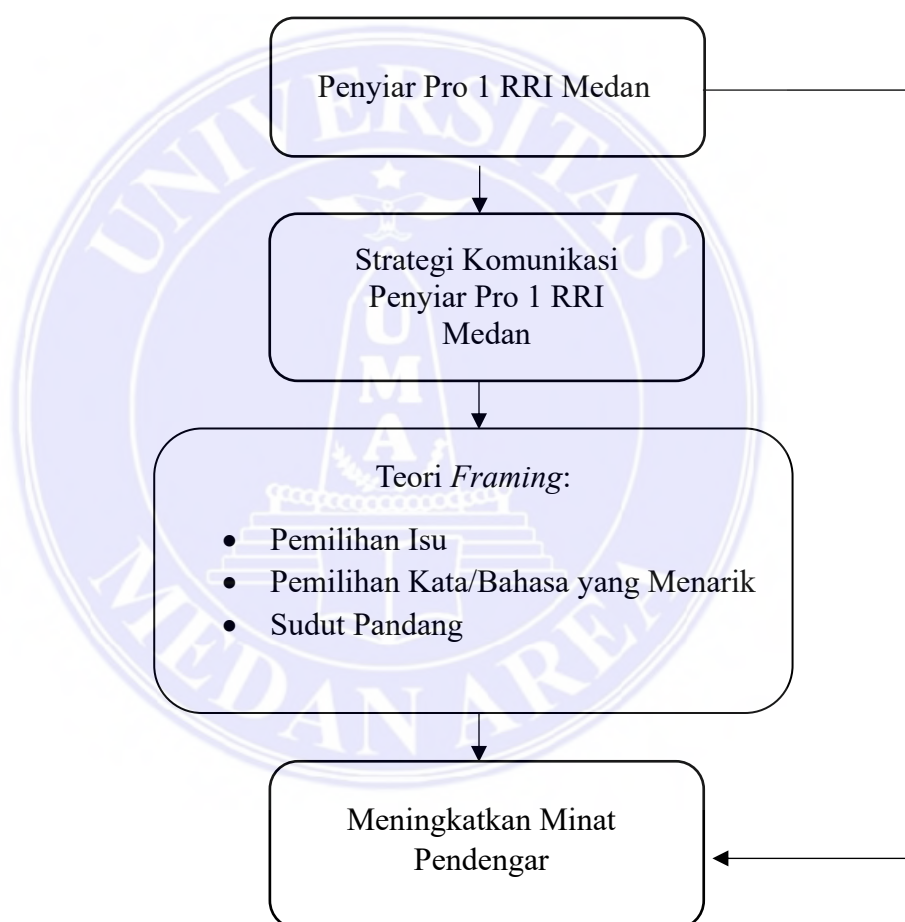
No.	Judul, Nama dan Tahun Penelitian	Metode & Teori	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Strategi Komunikasi Radio dBs 101,9 FM Banjarmasin Dalam Menarik Partisipasi Pendengar Pada Program Request Lagu. Aisya Fitria Hasan, Sarwan, Muhammad Muthahhari Ramadhani (2021)	Kaulitatif dan teori <i>Uses and Gratification</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio dBs 101,9 FM menggunakan strategi komunikasi yang efektif serta strategi yang mencakup pemahaman audiens dan penataan pesan. Dan ditemukan faktor pendukung yaitu musik yang beragam dan promosi yang berkesinambungan. Sedangkan faktor penghambatnya adalah kendala teknis dan persaingan dari platform <i>streaming</i> .	Metode penelitian, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi radio melalui sebuah program.	Penelitian menggunakan teori <i>Uses and Gratification</i> .
2.	Strategi Komunikasi Penyiar Radio SLA Fm 105.6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar. Dinda Helsa Novia, Besti Rohana Simbolon (2019)	Kualitatif dan teori <i>Uses and Gratification Model</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyiar menggunakan berbagai strategi komunikasi dalam meningkatkan minat pendengar, yaitu strategi kesesuaian, strategi menggunakan bahasa Persuasif, strategi daya penarik pendengar, dan strategi pembentuk kebiasaan, dan penyiar selalu memberikan siaran informasi dan hiburan terbaru.	Metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi penyiar dalam meningkatkan minat pendengar.	Teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori <i>Uses and Gratification Model</i> .
3.	Strategi Komunikasi Siaran Radio Gen 98.7 FM Jakarta Dalam Program Siaran Dj Sore Untuk Mempertahankan Pendengar.	Kualitatif dan Teori POAC	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi radio Gen 98.7 FM pada dalam program DJ Sore adalah dengan menggunakan Teori POAC yang dikemukakan oleh George R.	Metode penelitian, Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi radio.	Penelitian ini fokus dengan bagaimana “mempertahankan” pendengar.

	Annastasya Rizqa Prisanastiti, Djudjur Luciana Radjaguguk (2020)		Terry, yaitu perencanaan (<i>planning</i>), pengorganisasian (<i>organizing</i>), pelaksanaan (<i>actuating</i>), dan pengawasan (<i>controlling</i>).		
4.	Strategi Penyiar Radio Sonora 102,6 FM Palembang Dalam Menarik Minat Pendengar Dalam Program Acara Anda Meminta Kami Memutar (AMKM) Muhammad Lindu, Sumaina Duku, Hartika Utami Fitri (2023)	Kualitatif dan teori Strategi.	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh penyiar Radio Sonora 102,6 FM Palembang dalam menarik minat pendengar adalah menjadi penyiar yang menggunakan bahasa yang mudah dipahami, sopan, ramah, dan yang paling penting memposisikan pendengar sebagai teman agar pendengar merasa nyaman sehingga dapat mempertahankan minat pendengar lainnya. Selain itu perkembangan teknologi yang semakin pesat dan canggih hingga melahirkan media baru yang lebih canggih menjadi faktor penghambat utama dalam mempertahankan eksistensi radio.	Menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan observasi, wawancara dan juga dokumentasi untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi penyiar radio.	Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Strategi.
5.	Bens Radio 106.2 FM Jakarta <i>Strategy in Building Relations With Listeners.</i> Yayu Sriwartini, Gita Safitri (2022)	Kualitatif dan teori Manajemen Hubungan dan teori Pertukaran Sosial.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat strategi utama dalam membina hubungan dengan pendengar, yaitu pembentukan fan club melalui media sosial, penyelenggaraan acara khusus, perayaan ulang tahun secara rutin, serta pemeliharaan keakraban melalui gaya dan cara komunikasi penyiar..	Metode penelitian, Tujuan penelitian yaitu untuk mendeskripsikan strategi komunikasi radio.	Penelitian ini fokus dengan Teori yang digunakan adalah teori Manajemen Hubungan dan teori Pertukaran Sosial.

Sumber: Peneliti, 2024

2.7 Kerangka Berpikir

(Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa, kerangka berpikir adalah sebuah model konseptual mengenai bagaimana teori terhubung dengan sejumlah faktor yang telah dikenali sebagai persoalan yang signifikan. Kerangka berpikir adalah fondasi berpikir yang melibatkan teori, fakta, dan penelitian yang akan menjadi dasar dalam menulis skripsi. Kerangka berpikir dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Peneliti, 2024

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif sebagai kerangka analisis. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya untuk menggali makna mendalam dan konteks sosial dari fenomena yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih kaya dan nuansa mengenai strategi komunikasi penyiar radio serta dampaknya terhadap minat pendengar.

Melalui interaksi yang intensif dengan informan kunci, peneliti dapat mengungkap pemahaman mendalam tentang bagaimana partisipan menafsirkan dan merespons pesan-pesan radio. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk fleksibel dalam menyesuaikan instrumen dan strategi penelitian sesuai dengan konteks yang berkembang.

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif karena ditujukan untuk mencari tahu bagaimana “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Program 1 RRI Medan Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Saat *“On air”* yang akan diteliti dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Tabel 2. Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Waktu Penelitian										
		Sept 2024	Okt 2024	Nov 2024	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	Mei 2025	Jun 2025	Jul 2025
1.	Pengajuan Judul											
2.	Penyusunan Proposal											
3.	Seminar Proposal											
4.	Penelitian/ Pengambilan Data											
5.	Penulisan dan Bimbingan Skripsi											
6.	Seminar Hasil											
7.	Perbaikan											
8.	Sidang Meja Hijau											

Sumber: Peneliti, 2024

Penelitian ini dilakukan di Radio Republik Indonesia Medan, Jl. Gatot Subroto No.214, Sei Sikambing C. II, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara 20123. Penelitian ini berfokus pada Penyiar Pro 1 RRI Medan.

3.3 Subjek dan Objek

Subjek penelitian merupakan sumber utama penelitian yang memuat data penelitian. Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang bertanggung jawab, memahami sepenuhnya, dan menguasai konteks penelitian. Adapun yang menjadi subjek didalam penelitian ini yaitu koordinator programa siaran, sub koordinator programa 1 dan penyiar pro1. Sedangkan objek dalam penelitian ini yaitu RRI Medan yang menjadi tempat penelitian penulis.

3.4 Informan Penelitian

Dalam buku Metode Penelitian Kualitatif, Moleong (2006;132) mengemukakan bahwasanya Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Penelitian ini membutuhkan sumber informasi yang baik, yang memiliki pemahaman mendalam tentang topik yang akan diteliti, yaitu:

1. Informan Kunci

Informan kunci merupakan individu yang memiliki pengetahuan mendalam mengenai konflik yang menjadi fokus peneliti. Informan kunci tidak hanya memiliki pemahaman terhadap kondisi atau fenomena umum masyarakat, tetapi juga memiliki informasi terkait dengan informan yang paling signifikan (UMA, 2022). Maka dari itu informan kunci pada penelitian ini yaitu:

- a. Ketua Team Program Siaran yaitu: Eddy Siswanto

2. Informan Utama

Dikutip dari (UMA, 2022) Informan utama merupakan individu dan kelompok yang dijadikan sebagai informasi awal atau sebagai sumber berita dalam menyampaikan ilustrasi teknis mengenai masalah penelitian. Berikut merupakan informan utama untuk penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti:

- a. Pengelola Programa 1 yaitu:

Asyifah Nur Istyanti, S.Ag

- b. Penyiar Programa 1:

Desy Utami

Syahrudi

3. Informan Tambahan

Informan tambahan merujuk pada individu atau kelompok yang berfungsi sebagai sumber informasi atau sebagai isu sekunder, ketika mereka memberikan deskripsi yang mendukung sumber informasi utama yang terkait dengan masalah penelitian (Ryan, 2022). Maka dari itu informan tambahan dalam penelitian ini adalah:

- a. Pendengar RRI Medan Program 1

3.5 Sumber Data

Dalam (Mahendra, 2021) Data penelitian merupakan komponen utama yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian melalui proses pengolahan dan analisis. Jumlah data yang tersedia sangat banyak, namun tidak semuanya relevan atau sesuai dengan fokus penelitian. Karena setiap penelitian memiliki tujuan yang spesifik, maka hanya data yang konsisten dengan tujuan tersebut yang dapat digunakan. Oleh karena itu, diperlukan pemilihan sumber data secara selektif untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan penelitian. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa sumber, di antaranya:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari pihak-pihak yang memiliki informasi relevan, biasanya melalui metode seperti wawancara. Dalam penelitian ini, sumber data primer mencakup individu-individu yang terlibat secara langsung dalam pelaksanaan strategi komunikasi penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) Medan dalam upaya menarik minat pendengar. Informan tersebut meliputi

penyiar Programa 1 RRI Medan, Koordinator Parencanaan dan Evaluasi Siaran RRI Medan, serta Sub Koordinator Perencanaa dan Evaluasi Siaran Programa 1 RRI Medan.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merujuk pada data yang telah tersedia sebelumnya dan tidak diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data ini berasal dari berbagai literatur seperti buku, skripsi, jurnal ilmiah, serta hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan profil Radio Republik Indonesia (RRI) Medan dan strategi komunikasi yang digunakan oleh para penyiar dalam menarik minat pendengar.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sesuatu yang sangat penting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data. Oleh karena itu penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa:

1. Wawancara

Wawancara adalah proses komunikasi dua arah antara peneliti dan subjek penelitian, di mana peneliti mengajukan pertanyaan dan subjek memberikan tanggapan. (Sugiyono, 2017a) Metode ini digunakan untuk memperoleh data langsung dari sumbernya. Tujuan utama dari proses wawancara adalah untuk memperoleh yang tepat dan valid, karena itu penting untuk menggunakan teknik wawancara yang efektif, seperti memperkenalkan diri, menjelaskan maksud wawancara, menciptakan lingkungan yang nyaman, dan membangun hubungan yang baik dengan orang yang diwawancarai.

2. Observasi

Observasi adalah teknik mengamati dan mencatat secara teratur terhadap hal atau peristiwa yang tengah terjadi. (Sugiyono, 2013) Observasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tingkat ketelitian dan kecermatan yang sama pentingnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah rekaman kejadian yang telah terjadi sebelumnya. Dokumentasi dapat berupa tulisan, anekdot, buku harian, gambar, ataupun karya monumental seseorang (Ibrahim et al., 2018). Dokumentasi dapat menjadi penunjang metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi yang diperlukan untuk melengkapi informasi dari hasil observasi dan wawancara.

3.7 Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2018) mengemukakan bahwa metode atau teknik pengolahan data kualitatif dapat dilakukan melalui tiga tahap, yakni *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/Verification*.

Adapun teknik analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum yaitu:

1. Reduksi Data (*data reduction*)

Informasi yang didapat dari lapangan tentu sangat melimpah dan berupa data non-kuantitatif. Maka, bisa dilakukan pengecilan data dengan cara merangkum, memilih poin utama, fokus pada hal penting, mencari tema dan pola, serta menghilangkan yang tidak perlu.

2. Penyajian Data (*data display*)

Penyajian data adalah menampilkan data agar lebih terlihat dengan jelas. Penggambaran informasi yang disajikan dapat berupa tabel sederhana dengan tata letak yang teratur, grafik, diagram, piktogram, dan lain sebagainya. Dengan penyajian data yang demikian, data menjadi terstruktur dan disusun dalam pola hubungan, sehingga lebih mudah dipahami.

3. Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing/Verification*)

Dalam penarikan kesimpulan (Miles, B. Mathew, 1992) berpendapat bahwa kesimpulan awal itu bersifat sementara dan dapat berubah jika ditemukan bukti yang kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun, jika bukti tetap valid dan konsisten saat peneliti mengumpulkan data lagi, maka kesimpulan yang dihasilkan akan dianggap kredibel.

3.8 Keabsahan Data

(Sugiyono, 2015) mengemukakan bahwa teknik pemeriksaan keaslian data merupakan tingkat keyakinan terhadap data yang dikumpulkan dalam penelitian bertanggung jawab atas kebenarannya. Penelitian ini menggunakan pengujian keabsahan data dengan menggunakan metode triangulasi. Triangulasi ini adalah metode untuk memeriksa dan membandingkan data dalam pengujian data.

Sugiyono berpendapat, keabsahan data kualitatif dapat dijamin oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Triangulasi

Peneliti menggunakan triangulasi dalam penelitian ini untuk menguji kredibilitas. (Moloeng, 2016), berpendapat bahwa triangulasi merupakan cara untuk memastikan keabsahan data dengan menggunakan sumber data tambahan untuk memverifikasi, juga dikenal sebagai komunikasi data. (Sugiyono, 2015) mengemukakan triangulasi adalah metode untuk memastikan keabsahan data yang menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data, serta memanfaatkan informasi dari luar data penelitian untuk tujuan pengecekan atau perbandingan terhadap data yang sudah diperoleh.

Metode triangulasi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2020), triangulasi sumber merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui berbagai sumber yang berbeda. Suatu data dianggap valid apabila terdapat kecocokan atau konsistensi antara informasi yang diberikan oleh satu informan dengan informan lainnya. Dalam penelitian ini sebagai triangulasi sumber peneliti memilih Bapak Khairullah, S.I.kom, M.I.Kom., peneliti mengetahui dan meyakini bahwansanya beliau ahli dalam bidang yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini.

2. Diskusikan pertanyaan penelitian dengan jelas

Penting untuk mengklarifikasi pertanyaan penelitian agar data tetap valid. Karena pertanyaan yang ambigu dapat mengakibatkan jawaban yang ambigu juga. Dengan menjelaskan pertanyaan penelitian dengan baik, data yang dikumpulkan akan menjadi lebih spesifik dan dapat dipercaya.

3. Menjamin keandalan dan keberhasilan alat pengumpulan data

Ketepatan dan keberhasilan alat pengumpulan data juga bisa berpengaruh terhadap kevalidan data kualitatif. Oleh karena itu, penting untuk menjamin bahwa alat pengumpul data yang dipakai telah diuji keandalannya dan dapat menghasilkan data yang tepat.

4. Analisis data terperinci

Analisis data adalah hal yang krusial untuk memastikan validitas data secara kualitatif. Penganalisisan data yang teliti dapat membantu mendeteksi data yang tidak konsisten atau mengandung kesalahan.

5. Percaya dan tidak memaksakan hasil

Mempercayai dan tidak memaksakan hasil juga bisa berkontribusi dalam menjamin keabsahan data kualitatif. Hindari memaksakan hasil sesuai harapan karena bisa merusak validitas data yang didapat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Simpulan pada Strategi Komunikasi Penyiar Radio Programa 1 RRI Medan Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Saat “*On air*” yaitu:

- a) Pemilihan bahasa dilakukan secara cermat dengan menggunakan kalimat yang menarik, bervariasi, namun tetap mudah dipahami oleh pendengar dari berbagai latar belakang.
- b) Strategi framing diterapkan dalam pemilihan berita atau fakta yang disampaikan kepada audiens, dengan mengutamakan informasi terkini, valid, dan relevan, serta mempertimbangkan kelayakan penyampaian terhadap isu-isu viral.
- c) Sudut pandang yang digunakan dalam siaran disesuaikan dengan konteks informasi, tanpa melibatkan perspektif pribadi. Setiap sudut pandang dibahas terlebih dahulu untuk menilai kelayakannya sebelum disiarkan.
- d) Penyiar membangun kedekatan emosional dengan pendengar melalui sapaan yang ramah dan sopan, serta interaksi ringan seperti menanyakan kegiatan harian. Meski demikian, tetap dijaga batas profesional agar tidak melampaui norma yang berlaku.
- e) Penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi bagi pengembangan RRI Medan, khususnya dalam peningkatan kualitas penyampaian pesan oleh penyiar. Selain itu, penelitian ini juga memberikan sumbangan teoritis dan akademis bagi pengembangan kajian komunikasi, khususnya dalam konteks media radio dan strategi komunikasi penyiar.

5.2 Saran

Penyiar Programa 1 RRI Medan hendaknya terus menjaga serta meningkatkan kualitas acara-acara yang disiarkan setiap harinya serta elemen-elemen penting di dalamnya seperti musik, penyiar, dan konten program agar para pendengar setianya tetap bertahan bahkan mengalami peningkatan untuk masa yang akan datang.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi : Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Pustaka Setia.
- Andi Ibrahim, Asrul Haq Alang, Madi, Baharuddin, Muhammad Aswar Ahmad, D. (2018). *Metodologi Penelitian*. Gunadarma Ilmu.
- Anshori, M., Pawito, P., Kartono, D. T., & Hastjarjo, S. (2022). Comparative Framing: Media Strategy in Public Communication Policy. *KnE Social Sciences*, 2022, 126–139. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i5.10545>
- Anwar, A. (1994). *Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*. CV. Amrico.
- Bachtiar, S. (2006). *Cara Gampang Jadi Penyiar Radio*. Indonesia Cerdas.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Wiley, Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Febriyanty, F. R., & Oktavini, F. (2021). *Gaya Komunikasi Penyiar Dalam Mempertahankan Broadcaster Communication Method in Maintaining*. 6(1), 98–111.
- Flusberg, S. J., Lauria, M., & Thibodeau, P. H. (2018). Metaphor Framing in Multiple Communication Modalities. *Proceedings of the 40th Annual Meeting of the Cognitive Science Society, CogSci 2018*, 372–377.
- Hamidi. (2010). *Teori komunikasi dan strategi dakwah*. UMMPress.
- Hamijoyo, S. S. (2000). Landasan Ilmiah Komunikasi: Sebuah Pengantar. In *Mediator* (Vol. 1, pp. 1–10). <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/676/0>
- Hermawan, F., Sahputra, D., & ... (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Vivo Smartphone Dalam Membentuk Brand Awareness Di Kalangan Remaja Kelurahan Sei Putih Barat Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Ilmu ...*, 4(1), 62–70. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v4i1.1152>
- Ilmuips. (2020). *Pengertian Radio Menurut Para Ahli Meliputi Sejarah, Cara Kerja, Penggunaan dan Jenis - Jenis Radio Secara Lengkap*. Ilmuips.My.Id. <https://www.ilmuips.my.id/2020/09/pengertian-radio-menurut-para-ahli.html>
- Mahendra, R. (2021). *Strategi Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia Medan Dalam Menarik Minat Pendengar*. <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/14687>

- Miles, B. Mathew, M. H. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. UIP.
- Moloeng, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya.
- Nur Kholis, Galuh Ayu Savitri, N. H. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Bagi Industri Radio (Strategi Konten dan Pemasaran untuk Meningkatkan Loyalitas Audiens). *E3S Web of Conferences*, 9.
- Nurudiin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Grafindo Persada.
- Nurudin. (2015a). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Grafindo Persada.
- Nurudin. (2015b). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT RajaGrafindo Persada.
- Online, R. (n.d.). *RRI PRO 3 Medan*. Radio Online. Retrieved May 30, 2025, from <https://radio-online.id/rri-pro-3-medan>
- Prasanti, D., & Fuady, I. (2017). Strategi Komunikasi Dalam Kesiapan Menghadapi Bencana Longsor Bagi Masyarakat Di Bandung Barat Studi Kasus Tentang Strategi Komunikasi Dalam Kesiapan Menghadapi Bencana Longsor Bagi Masyarakat Kawasan Pertanian Di Kaki Gunung Burangrang, Kab.Bandung B. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 135. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v11i2.3329>
- Pusat Layanan STIE STEKOM. (n.d.). *ENSIKLO PEDIA DUNIA*. Retrieved February 27, 2025, from https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/RRI_Medan
- Reese, S. D. (2007). The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited. *Wiley, Journal of Communication*, 57(1), 148–154.
- RG. (2018). *Sejarah Singkat Perkembangan Radio*. Komisi Penyiaran Indonesia. <https://kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio>
- RRI. (n.d.). *Profil RRI*. Informasi Publik PPD RRI. [https://ppid.rri.go.id/profil-rri#:~:text=RRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik,positif bangsa di dunia internasional](https://ppid.rri.go.id/profil-rri#:~:text=RRI%20sebagai%20Lembaga%20Penyiaran%20Publik,positif%20bangsa%20di%20dunia%20internasional)
- RRI. (2022). *Visi dan Misi RRI*. <https://ppid.rri.go.id/visi-dan-misi-rri>
- Ryan. (2022). *Pengertian Informan dan Prosedur Pemilihannya dalam Penelitian Kualitatif*. Universitas Medan Area Fakultas ISIPOL Prodi Komunikasi.
- Sandy Claes, Rik Bauwens, M. M. (2018). Augmenting the Radio Experience by Enhancing Interactions between Radio Editors and Listeners. *Association For Computing Mechinery*, 215–220.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *International Communication Association*, 49(1), 103–122.

- Scupham, J. (1969). *The Media of Mass Communication*. 1969 Pergamon Press Ltd., 5, 91–105.
- STEKOM, S. (n.d.). *Ensiklopedia Dunia, RRI Medan*. https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/RRI_Medan
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Sugiyonoo. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tsai, S.-P. (2007). Message Framing Strategy for Brand Communication. *Journal Of Advertising Research*, 47(3), 364–377.
- UMA, B. (2022). *Pengertian Informan dan Prosedur Pemilihannya dalam Penelitian Kualitatif*. <https://bpmpp.uma.ac.id/2022/12/27/pengertian-informan-dan-prosedur-pemilihannya-dalam-penelitian-kualitatif/>
- Wibisono, D. (2006a). *Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik Perusahaan*. Erlangga.
- Wibisono, D. (2006b). *Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik Perusahaan*. Erlangga.
- Wilantari, N. N. A. (2019). Komunikasi Massa Dalam Siaran Radio. *Jurnal Dharma Duta*, 3.
- Winda Kustiawan, Fikrah Khairani Siregar, Sasi Alwiyah, Rofifah Abiyyah Lubis, Fatma Zuhro Gaja, Nilam Sari Pakpahan, N. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 2–3.
- Yayu Sriwartini, & Gita Safitri. (2022). Bens Radio 106.2 FM Jakarta Strategy in Building Relations With Listeners. *IJESS International Journal of Education and Social Science*, 3(1), 14–22. <https://doi.org/10.56371/ijess.v3i1.71>

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

A. Pertanyaan wawancara informan kunci (Eddy Siswanto)

1. Apakah ada pelatihan dalam membimbing informasi dalam penyiaran?
2. Apakah ada proses pemilihan isu dalam menyampaikan siaran?
3. Apakah ada dukungan manajemen terhadap upaya meningkatkan minat pendengar?
4. Dari perspektif mana biasanya penyajian berita atau informasi? Apakah lebih sering menggunakan sudut pandang pribadi, tujuan, atau meminta pendapat dari narasumber?
5. Apakah RRI Medan berusaha menyajikan berbagai sudut pandang dalam satu isu? Jika iya, bagaimana melakukannya?

B. Pertanyaan wawancara informan Utama (Asyifah Nur Istyanti, S.Ag dan Penyiar Pro 1 RRI Medan)

1. Bagaimana memastikan bahwa penyiar memahami dan menerapkan strategi komunikasi yang telah ditetapkan?
2. Apakah ada kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi komunikasi?
3. Apakah ada perubahan dalam pemilihan kata, sudut pandang, atau aspek cerita yang disampaikan seiring berjalannya waktu?
4. Aspek apa yang paling disorot dalam setiap cerita atau informasi yang disampaikan?
5. Tren apa yang sedang berkembang di dunia penyiaran radio saat ini?
6. Bagaimana menjaga interaksi dengan pendengar selama siaran berlangsung?

7. Bagaimana menggambarkan gaya bahasa yang digunakan saat siaran?
Apakah lebih suka menggunakan bahasa yang formal, santai, atau bahkan humoris? Mengapa?
8. Bagaimana menjelaskan istilah-istilah teknis yang mungkin sulit dipahami oleh pendengar awam? Strategi apa yang digunakan agar informasi tetap mudah dicerna?
9. Tantangan apa yang paling sering dihadapi dalam memilih kata-kata dan menyajikan cerita atau informasi yang sesuai dengan minat pendengar?

C. Pertanyaan wawancara informan Tambahan (Pendengar Pro 1 RRI Medan)

1. Seberapa sering Anda mendengarkan Programa 1 RRI Medan?
2. Pada waktu-waktu apa saja Anda biasanya mendengarkan?
3. Bagaimana Anda menilai gaya penyiaran di Program 1 RRI Medan?
4. Apakah ada penyiar tertentu yang Anda sukai? Mengapa?
5. Apakah Anda merasa terhubung dengan penyiar pada saat segmen yang dapat berinteraksi dengan penyiar?
6. Bagaimana menurut Anda cara penyiar dalam melibatkan pendengar?
7. Apa yang membuat Anda terus mendengarkan Programa 1 RRI Medan?
8. Fitur atau segmen apa yang menurut Anda paling menarik?
9. Apakah ada perubahan yang Anda amati pada Programa 1 RRI Medan dalam beberapa waktu terakhir? Jika ada, perubahan apa?
10. Apakah perubahan tersebut membuat Anda lebih tertarik atau tidak?

LAMPIRAN

Lampiran 1

Hasil wawancara dengan informan kunci yaitu Eddy Siswanto

Lokasi Penelitian : Kantor RRI Medan

Narasumber : Eddy Siswanto

Jabatan : Koordinator Perencanaan dan Evaluasi Siaran RRI Medan

Waktu : Senin, 03 Februari 2025, pukul 11.30 WIB

1. Apakah ada pelatihan dalam membingkai informasi dalam penyiaran?

Ada, jadi dalam meningkatkan kualitas SDM khususnya penyiar kita membuat pelatihan (*Capacity building*) untuk meningkatkan atau membangun kapasitas atau kemampuan penyiar, misalnya saat ini penyiar dituntut tidak hanya sekedar bisa siaran, akan tetapi juga harus bisa menulis, karena RRI saat ini tidak hanya mengandalkan suara namun juga ada berita *online* yang bisa di baca, maka dari itu penyiar dituntut untuk bisa menulis berita yang ia siarkan kedalam sebuah tulisan baik dalam bentuk artikel ataupun *feature*. Tidak hanya itu penyiar saat ini juga harus mampu memproduksi program dan konten siaran, penyiar akan mendapatkan pelatihan bagaimana menulis naskah sandiwara radio atau iklan layanan masyarakat.

2. Apakah ada proses pemilihan isu dalam menyampaikan siaran?

Ada dua, yang pertama siaran yang diasuhnya sendiri, itu dianggap sudah terverifikasi bahwasanya berita tersebut benar adanya, misalnya penyiar berdialog dengan narasumber BKKBN mengangkat tentang isu stunting, itu berarti memang benar isu stunting ini merupakan salah satu program

pemerintah maka masyarakat harus diberi pencerahan mengenai isu ini. Yang kedua yaitu agenda setting, setiap pagi kita melakukan agenda setting, kita dipandu, RRI seluruh indonesia harus mengangkat isu yang telah ditentukan, misalnya ada beberapa pemilihan isu dan itu setiap hari berubah tergantung situasi dan kondisi, biasanya sabtu-minggu mengangkat isu yang santai seperti pariwisata, kuliner dan budaya. Jika terjadi suatu bencana atau cuaca ekstrim maka kita akan diminta untuk mengangkat isu tentang bagaimana kondisi cuaca di daerah masing-masing. Kemudian ada agenda setting lokal, biasanya reporter RRI akan langsung memberikan usulan bahwa besok dia akan mengangkat suatu isu, lalu kami bahas bersama isu tersebut apakah penting atau tidak? Jika penting maka silahkan jika tidak maka akan mengangkat isu lain yang sudah kita dapatkan dan kadang juga ada arahan selain isu-isu insidental. Tapi RRI bukan Radio yang mengejar *viral*, bagaimanapun *viralnya* suatu berita jika tidak penting atau bahkan berdampak buruk bagi masyarakat maka berita tersebut tidak akan diangkat.

3. Apakah ada dukungan manajemen terhadap upaya meningkatkan minat pendengar?

Ada, secara otomatis kita dari pihak manajemen mengarahkan semua komponen terkhusus bidang media sosial untuk membuat konten-konten menarik, termasuk konten yang mempromosinya acara kami, bagaimana caranya melalui konten-konten tersebut netizen jadi tertarik mendengarkan acara kami. Netizen pada akhirnya akan tergiring untuk mendengarkan

radio. RRI punya banyak sosial media yang digunakan untuk menarik minat netizen.

4. Dari perspektif mana biasanya penyajian berita atau informasi? Apakah lebih sering menggunakan sudut pandang pribadi, tujuan, atau meminta pendapat dari narasumber?

Kalau reporter berita RRI pasti menganut paham UU, ada etika jurnalistik. Salah satunya adalah berita yang disampaikan harus cover outside atau tidak boleh pakai opini pribadi, harus ada kedua belah pihak misalnya ada perselihan kami harus memberi ruang yang sama. Tidak boleh dalam berita tersebut masuk unsur pribadi kita, RRI itu kan harus berada ditengah-tengah, independen.

5. Apakah RRI Medan berusaha menyajikan berbagai sudut pandang dalam satu isu? Jika iya, bagaimana melakukannya?

Sama dengan yang tadi, kita tidak dari opini pribadi, tidak satu pandang caranya kita akan melakukan agenda setting kemudian didalam agenda setting tersebut kita kemudian akan membahas siapa yang akan kita jumpai narasumbernya untuk mengorek keterangan, kemudian kita perlu ada keterangan dari pihak satunya atau kita perlu keterangan ahli dari mereka maka itulah kita sajikan ke pendengar tentang pendapat mereka.

Lampiran 2

Hasil wawancara dengan informan utama yaitu Asyifah Nur Istyanti, S.Ag dan penyiar pro 1 RRI Medan

Lokasi Penelitian : Kantor RRI Medan

Narasumber : Asyifah Nur Istyanti, S.Ag

Jabatan : Sub Koordinator Perencanaan dan Evaluasi Siaran Programa 1

Waktu : Jumat, 17 Januari 2025, pukul 12.30 WIB

Narasumber: Syahrudi & Dessy Utami

Jabatan: Penyiar Programa 1 RRI Medan

Waktu : Rabu, 22 Januari 2025, pukul 10.00 WIB

1. Bagaimana memastikan bahwa penyiar memahami dan menerapkan strategi komunikasi yang telah ditetapkan?

Asyifah : Berhasil dan tidaknya penyiar menyampaikan pesan itu saat pendengar mengetahui apa yang disampaikan oleh penyiar, dan apa yang disampaikan itu dapat ditangkap dengan jelas oleh pendengar.

Syahrudi : Penyiar itu punya strategi, gaya dan karakteristiknya sendiri dalam menarik pendengar mereka, bagaimana menjalin hubungan yang baik dengan pendengar dan hal itu dapat dilakukan dengan cara menganggap mereka sebagai teman atau keluarga, namun tetap dengan batas yang ada.

Dessy : Membangun hubungan yang baik dengan pendengar, pada saat momen interaksi seperti panggilan telepon dengan mengajak mereka untuk berbagi pengalaman mereka, jadi tetap jaga komunikasi dengan pendengar.

2. Apakah ada kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi komunikasi?

Asyifah : Tidak ada kendala, karena untuk menjadi seorang penyiar sudah pasti menguasai apa yang harus dilakukan, terkhusus mengenai strategi komunikasi yang akan dilakukan dan mengenai informasi yang akan dia sampaikan. Penyiar selalu menerapkan komunikasi yang enak diterima

Syahrudi : Tipikal pendengar RRI ini berbeda-beda, ada yang meledak-ledak ada yang kalem ada juga yang suka nanya, jadi penyiar harus memberikan informasi atau penjelasan yang lebih effort lagi, ada juga pendengar yang ga ada attitude maksudnya dia menyalahi komunikasi yang baik dan benar, menggunakan bahasa yang tidak baik karna itu tadi mereka menganggap dekat dengan kita maka dari itu harus ada batasan dalam menjalin hubungan tadi, dan jika pada acara dialog maka penyiar harus mampu menengahi kesalahpahaman yang terjadi antara pendengar dan narasumber.

Dessy : Kendala yang paling sering terjadi yaitu kendala teknis dan perubahan jadwal.

3. Apakah ada perubahan dalam pemilihan kata, sudut pandang, atau aspek cerita yang disampaikan seiring berjalannya waktu?

Asyifah : Pasti ada, penyiar harus mengikuti perkembangan jaman, informasi dan juga penggunaan kosa kata, santai namun sesuai EYD.

Pendorong perubahan tersebut tentunya untuk menambah atau mempertahankan pendengar, masyarakat yang selalu mendengarkan acara-acara RRI tidak pindah ke saluran lain.

Syahrudi : Ketika saya sebagai penyiar menyampaikan sebuah topik dan 5-10 menit tidak ada respon berarti ada kesalahan, apakah topik yang disampaikan kurang menarik atau tidak sesuai dengan pola pendengar, maka dari itu kami akan cari topik dan penggunaan kosakata yang lebih mudah dan menarik.

Dessy : Terkadang ada perubahan namun tidak signifikan, mengalir saja tetap masih bisa diterima dengan baik oleh pendengar.

4. Aspek apa yang paling disorot dalam setiap cerita atau informasi yang disampaikan?

Asyifah : Aspek yang dibutuhkan oleh masyarakat, menyesuaikan kalangan usia dan situasi, kira-kira apa yang dibutuhkan oleh pendengar.

Syahrudi : Untuk informasi yang disampaikan yang paling disoroti itu pasti sebuah “fakta”, bukan hanya berita yang *viral* yang belum tentu keabsahannya.

Dessy : Untuk berita atau informasi yang *viral* itu disaring terlebih dahulu, apakah layak untuk disiarkan atau tidak.

5. Tren apa yang sedang berkembang di dunia penyiaran radio saat ini?

Asyifah : *Trend* pada media sosial, semua sosmed diikuti *trendnya* atau informasi apa yang sedang *ngetrend*, tidak hanya itu bahkan promo-promo juga mengandalkan sosial media.

Syahrudi : Kami tidak bisa bertahan di dunia tradisional yang hanya melalui frekuensi, mau tidak mau harus mengikuti perkembangan zaman. Maka dari itu ada banyak saluran digital yang dapat mengakses radio sekarang.

Dessy : Sekarang Radio sudah ada ranah digitalnya, jadi sebagai penyiar harus eksis dengan ranah digital tersebut, kami hubungkan juga dengan konvensional dan juga *trend* radio sekarang yaitu dapat diakses kapan aja melalui saluran digital seperti *Streaming* dan *Podcast*.

6. Bagaimana menjaga interaksi dengan pendengar selama siaran berlangsung?

Asyifah : Pada saat siaran harus merasa bahagia, selalu merasa seolah-olah berdekatan dengan penyiar sehingga terciptalah rasa dekat dengan pendengar yang membuat mereka bertahan untuk mendengarkan acara kami.

Syahrudi : Ada beberapa acara yang kami adakan untuk konsumsi, ada yang one way dan ada juga yang feedback, jadi tergantung pola acaranya jika acaranya membutuhkan pendapat atau opini pendengar kami buka lewat telepon, WA atau platform yang memungkinkan kami berinteraksi.

Dessy : Interaksi terjadi tidak hanya melalui momen telepon pada saat siaran atau acara tertentu saja namun juga dapat dilakukan melalui WA dan semua sosmed RRI.

7. Bagaimana menggambarkan gaya bahasa yang digunakan saat siaran?

Apakah lebih suka menggunakan bahasa yang formal, santai, atau bahkan humoris?

Asyifah : Gaya bahasa yang mudah diterima oleh masyarakat, sesuai EYD, baku dan mudah dimengerti.

Syahrudi : Tetap menggunakan bahasa-bahasa yang baik, walaupun formal namun tidak kaku lebih dinamis, santai kadang sering diselipkan humor juga.

Dessy : Karna sekarang uda digital tidak seperti dulu penggunaan bahasanya yang terlalu kaku dan formal, sekarang dapat dikatakan semi formal karna santai namun tetap menggunakan bahasa yang baik dan benar dengan pembawaan yang lebih rileks tidak kaku.

8. Bagaimana menjelaskan istilah-istilah teknis yang mungkin sulit dipahami oleh pendengar awam? Strategi apa yang digunakan agar informasi tetap mudah dicerna?

Asyifah : Sama seperti yang tadi yaitu dengan menggunakan istilah dan kalimat-kalimat yang mudah diterima oleh masyarakat, sesuai EYD, baku dan mudah dimengerti.

Syahrudi: Harus mengenali siapa pendengarnya dan pendengar utama pro 1 itu di usia 25-50 tahun peringkat dewasa namanya, tapi pada faktanya pendengar pro 1 itu dari berbagai lapisan masyarakat, jadi kami gatau mereka kelas menengah atas atau kelas menengah bawah jadi strateginya yaitu menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh kedua kalangan tersebut seperti bahasa yang santai, ringan seperti bahasa sehari-hari dengan tetap sopan, kecuali acara dialog yang memungkinkan penyiar untuk lebih formal.

Dessy : Contohin kasus dulu, mereka harus paham dulu dengan pembahasannya, jangan langsung to the point ada sistematisnya. Pendengar kami sering salah paham diacara Opini Publik karna bahasa yang digunakan

itu bahasa-bahasa politik yang mungkin sedikit berat untuk kategori pendengar kami.

9. Tantangan dan hambatan apa yang paling sering dihadapi dalam pemilihan kata, isu dan berinteraksi dengan pendengar?

Asyifah : Tidak ada tantangan, semua harus dikuasai oleh penyiar, harus siap, wajib.

Syahrudi : Karna kami gatau spesifiknya pendengar kami dari kalangan mana, jadi kami dituntut untuk ekstra peka dengan siapa kami berbicara, agar kami dapat menyesuaikan penggunaan bahasa bahasa yang akan kami gunakan.

Dessy : Takut informasi yang disampaikan tidak dapat dipahami, pemilihan kata juga harus benar-benar sesuai, dan untuk hambatan Cuma ada hambatan teknis seperti tiba-tiba mati lampu.

Lampiran 3

Hasil wawancara dengan informan tambahan yaitu pendengar pro 1 RRI

Medan

Narasumber: Nur Ridha Widya

Waktu : Selasa, 21 Januari 2025, pukul 21.20 WIB

Lokasi Penelitian : Melalui *Direct Messege* Instagram

Narasumber: Wan Ramadhani

Lokasi Penelitian : Melalui *Direct Messege* Instagram

Waktu : Rabu, 22 Januari 2025, pukul 14.02 WIB

Narasumber : Mhd Syafiq Andika

Lokasi Penelitian : Melalui Whatsapp

Waktu : Sabtu, 08 Februari 2025, pukul 08.50 WIB

1. Seberapa sering Anda mendengarkan Programa 1 RRI Medan?

Nur : jarang, sebulan paling banyak sekali dua kali aja

Wan : Tidak terlalu sering, terkadang hanya sekali saja.

Syafiq : Hampir setiap hari

2. Pada waktu-waktu apa saja Anda biasanya mendengarkan?

Nur : biasanya pas lagi ngerjain kerjaan rumah, iseng iseng aja.

Wan : Biasanya dengerin radio waktu lagi ngerjain kerjaan rumah misalnya nyetrika, itu juga kalo kepikiran buat dengerin radio karna biasanya dengerin spotify

Syafiq : Saat nyantai atau lagi ga sibuk

3. Bagaimana Anda menilai gaya penyiaran di Program 1 RRI Medan?

Nur : gimana ya, gaya penyiarnya bagus bagus aja, gamoang si pahami, karna penggunaan kata bahasanya pun ya ga aneh aneh kayak sehari hari aja.

Wan : Menurut saya ketika mereka berhasil membuat saya membayangkan apa yg sedang disampaikan, dgn gaya penyiaran yg cukup mengajak pendengar nya masuk kedalam apa yg lagi disampaikan

Syafiq : Bagus, sopan dan menarik

4. Apakah ada penyiar tertentu yang Anda sukai? Mengapa?

Nur : saya suka semua penyiarnya, orang itu punya caranya masing-masing, enak enak didengar, jadi suka semuanya.

Wan : Saya menyukai semua penyiar tdk ada terkecuali, dgn cara mereka masing-masing, saya menyukai semuanya, tdk ada tertentu, jd sama semua.

Syafiq : Ada. Karna pembawaan penyiar tersebut menarik dan tema yg ditentukan mereka unik pula

5. Apakah Anda merasa terhubung dengan penyiar pada saat segmen yang dapat berinteraksi dengan penyiar?

Nur : kalo merasa interaksi ya tidak ada ya karena saya juga jarang kali dengerin radio, tapi saya rasa buat yang sering dengerin si pasti ada interaksi yang terjadi soalnya penyiarnya emang se asik itu kak.

Wan : Saya rasa semuanya secara ga langsung ngebuat saya terhubung ke penyiar ya, soalnya menurut saya mereka seperti ngobrol sehari-hari jadi ya terikut juga

Syafiq : Ya, saya merasa terhubung

6. Bagaimana menurut Anda komunikasi penyiar saat berinteraksi dengan pendengar?

Nur : paling saya notice itu biasanya penyiarnya pake intonasi-intonasi tertentu gitu kayak ngobrol bareng jadi terasa terikut.

Wan : Menurut saya melakukan interaksi dengan penelpon, walaupun saya tidak pernah nelpon/ditelpon tapi saya rasa mereka cukup interaktif, umpannya aja jadi ga sepi interaksi nya

Syafiq : Komunikasi penyiaran baik, sopan, dan terkadang membuat pendengar nya asik atau ketawa

7. Apa yang membuat Anda terus mendengarkan Programa 1 RRI Medan?

Nur : asik aja kak, nambah nambah kosakata juga kan jadi ya balance la.

Wan : Tidak ada alasan khusus, hanya iseng dan suka aja tergantung mood

Syafiq : Karna semua penyiar nya bagus dan sopan, serta gaya bicaranya yg kadang-kadang membuat penyiar ikut tertawa.

8. Program apa yang menurut Anda paling menarik?

Nur : karaoke, seru tapi sayangnya tayangnya terlalu malam jadi saya ga terkalu ngikutin kak.

Wan : Menurut saya pribadi si segmen obrolan siang tu biasanya jam 12 siang, biasa saya dengerinnya sambil nyetrika.

Syafiq : Muterin Lagu Indonesia (MLI)

9. Apakah ada perubahan yang Anda amati pada Programa 1 RRI Medan dalam beberapa waktu terakhir? Jika ada, perubahan apa?

Nur : Menurt saya si tidak ada kak, karna saya kurang notice yang gitu gitu, saya rasa seperti biasa ga ada yang beda, bagus bagus aja.

Wan : Selama ini saya mendengarkan RRI tdk ada perubahan yg signifikan, atau mungkin ada tp saya tdk sadar karena saya tidak mengikuti secara intens

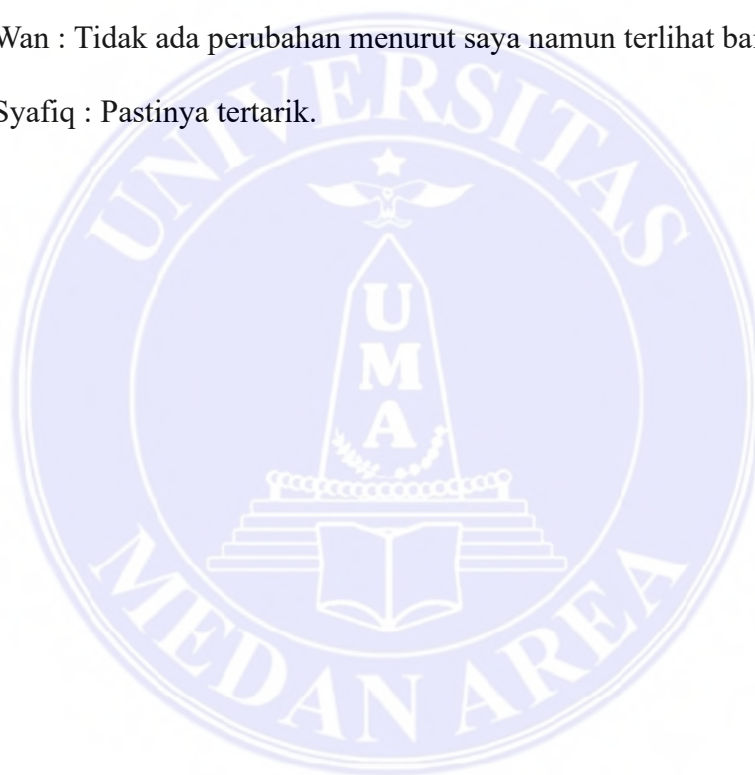
Syafiq : Biasanya daftar lagu yg disediakan, lagu-lagu lama. Tetapi sekarang sudah campur dengan lagu yg sekarang.

10. Apakah perubahan tersebut membuat Anda lebih tertarik atau tidak?

Nur : Saya merasa tidak ada perubahan.

Wan : Tidak ada perubahan menurut saya namun terlihat baik-baik saja.

Syafiq : Pastinya tertarik.



Lampiran 4

Dokumentasi pengumpulan data selama penelitian



Peneliti saat sedang melakukan kegiatan wawancara bersama informan kunci yaitu Bapak Eddy Siswanto selaku Koordinator Perencanaan dan Evaluasi Siaran RRI Medan.



Peneliti dan Informan kunci Bapak Eddy Siswanto foto bersama



Peneliti (sebelah kiri) saat sedang melakukan kegiatan wawancara bersama informan utama yaitu Ibu Asyifah Nur Istyanti, S.Ag selaku Sub Koordinator Perencanaan dan Evaluasi Siaran Program 1.



Peneliti (sebelah kiri) dan Informan utama foto bersama Ibu Asyifah Nur Istyanti, S.Ag



Peneliti (sebelah kiri) saat sedang melakukan kegiatan wawancara bersama informan utama yaitu Bapak Rudy selaku penyiar pro 1 RRI Medan



Peneliti (sebelah kiri) dan Informan utama foto bersama.



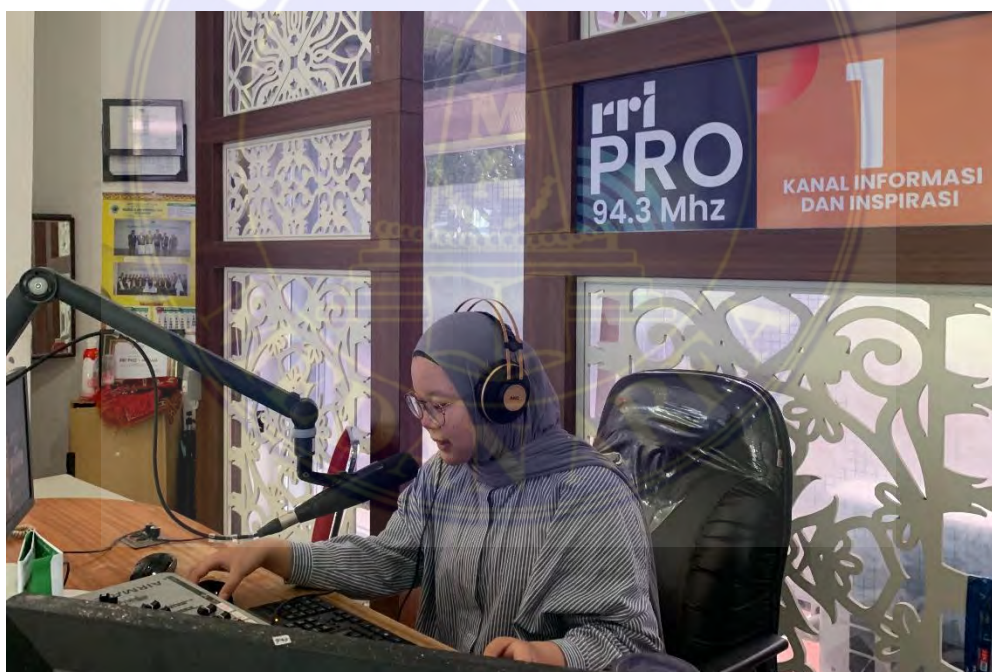
Peneliti (tengah) saat sedang melakukan kegiatan wawancara bersama informan utama yaitu Bapak Rudy sekaligus dengan Dessy Utami selaku penyiar pro 1 RRI Medan.



Peneliti (sebelah kanan) dan Informan utama foto bersama.



Peneliti observasi kegiatan siaran yang dilakukan oleh penyiar pro 1 RRI Medan, Dessy Utami.



Peneliti mencoba mengoperasikan audio mixer.



Peneliti foto bersama Bapak Khairullah, S.Ikom, M.I.Kom, (Baju Kotak-kotak) selaku triangulasi sumber.

Lampiran 5

Surat Izin dan Surat Selesai Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8225331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 100 /FIS.3/01.10/I/2025
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Medan, 14 Januari 2025

Kepada Yth.
Kantor RRI MEDAN
Jl. Gatot Subroto No.214, Sei Sikambing C. II, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara 20123

Dengan hormat,

Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Celina Khairani Sitepu
NIM : 218530136
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada RRI MEDAN untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

"Strategi Komunikasi Penyiar Radio Program 1 RRI Medan Dalam meningkatkan minat pendengar pada saat "On Air""

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

a.n Dekan
Wakil Bidang Penjaminan Mutu Akademik



Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.Kom

Tembusan:

1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



rri RADIO REPUBLIK INDONESIA

SURAT KETERANGAN
Nomor : 30 /RRI-Mdn/UM.01.01/02/2025

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

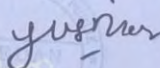
Nama : Yusrizal, S.Sos
NIP : 19680528 199102 1 001
Jabatan : Kabag. Tata Usaha RRI Medan

dengan ini menerangkan bahwa:

No	Nama	NIM	Jurusan
1.	Celina Khairani Sitepu	218530136	Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Menyatakan benar bahwa nama tersebut telah melakukan riset dengan judul: **"Strategi Komunikasi Penyiar Radio Programa 1 RRI Medan Dalam meningkatkan minat pendengaran pada saat "On Air""** di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Medan terhitung dari tanggal 14 Januari 2025 s/d 14 Februari 2025.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 14 Februari 2025
Kabag. Tata Usaha RRI Medan,

Yusrizal, S.Sos
NIP. 19680528 199102 1 001

RADIO REPUBLIK INDONESIA Medan
Jl. Gatot Subroto No 214 KM 5,5 Medan Sumatera Utara
Nomor Telp.061-8463116 Nomor Fax.061-8463116 Email :set.rrimedan@rri.go.id