

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM  
PANYABUNGAN MANDAILING NATAL DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN**

**SKRIPSI**

Oleh:

**RISNA BARUS**

**NPM 1703110115**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Jurusan Penyiaran**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2021**

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

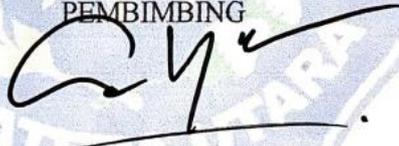
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : **RISNA BARUS**  
N P M : 1703110115  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM  
PANYABUNGAN MANDAILING NATAL DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN**

Medan, 20 September 2021

PEMBIMBING



**CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.**

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI



**AKHYAR ANSORI, S.Sos., M.LKom**

DEKAN



**Dr. ARIEN SALEH, S.Sos, M.SP**

## PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama : RISNA BARUS  
NPM : 1703110115  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Pada hari, tanggal : Selasa, 14 September 2021  
Waktu : Pukul. 08.00 WIB s.d. Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PENGUJI II : TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI III : CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.

### PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom



## PERNYATAAN



Dengan ini saya, Risna Barus, NPM 1703110115, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 20 September 2021

Yang menyatakan,



## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN”** dan juga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Ucapan terimakasih sedalam-dalamnya dan setulusnya saya berikan kepada **Ayahanda Kibar Barus**, dan juga **Ibunda Saharni Matondang** atas dukungan yang telah diberikan kepada saya, yakni dukungan materil, moral, serta nasehat-nasehat kepada saya selama saya berkuliah dan juga dukungan doa serta support yang tiada hentinya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi dan juga perkuliahan saya.

Saya menyadari bahwa Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankanlah saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Abrar Adhani M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Ansori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Progam Studi Ilmu Komunkasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Corry Norica AP Sinaga, S.Sos., M.A selaku dosen pembimbing saya selama proses penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai Biro FISIP UMSU Yang telah membantu saya dalam memenuhi kelengkapan berkas-berkas serta informasinya kepada saya.
9. Bapak Khoiruddin Faslah Siregar selaku direktur Radio Start FM Panyabungan.
10. Ibu Icha Hasby selaku penyiar Radio Start FM Panyabungan
11. Kepada seluruh abang dan kakak kandung saya yang telah memberikan support dan nasehat-nasehat selama selama saya menyelesaikan tugas akhir yaitu Ali Ahmad Novta, Eva Lisna, dan Dody Iskandar
12. Kepada teman-teman saya tersayang yang sama-sama berjuang menyelesaikan tugas akhir dan selalu mendukung saya yaitu Kiki Hasanah, Desi Widya, Mela Tamira, Bella Alamanda, Astika Irawan, dan Nurlinda sari Harahap.

13. Seluruh pihak yang dalam menyelesaikan skripsi ini. Walau tidak tertulis, Insyaallah perbuatan kalian menjadi amal baik, aamiin.

Akhir kata saya mohon maaf jika ada kesalahan dan kekurangan yang tedapat pada skripsi ini. Namun saya berharap saran dan kritik yang membangun dalam rangka perbaikan penulisan skripsi ini.

Medan, 06 September 2021

Penulis

Risna Barus

1703110115

# **STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM PANYABUNGAN MANDAILING NATAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN**

**Risna Barus**  
**1703110115**

## **ABTRAK**

Radio swasta selain sebagai media yang menjadi sumber hiburan dan informasi bagi khalayak, berdiri untuk meraih pendengar sebanyak-banyaknya sehingga aspek rating sangat diperhitungkan. Jumlah pendengar yang banyak akan menjadi pertimbangan besar bagi pengiklan untuk menggunakan media tersebut. Oleh karena itu, radio harus meningkatkan produktifitas dan kualitas mereka mengingat hasil rating masih menjadi acuan para pengiklan untuk menentukan media beriklan karena industri media termasuk radio mendapatkan keuntungan melalui pengiklan sebagai sumber pemasukannya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi Radio Start FM dalam meningkatkan jumlah pengiklan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Dengan objek penelitiannya adalah Manajer dan Penyiar Radio Start FM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh radio Start FM yaitu radio strategi menggunakan strategi Three Ways Strategy menurut Philip Kotler dalam bukunya, strategi pull melakukan berbagai cara menarik perhatian untuk meningkatkan penjualan, strategi push mendorong pengiklan lama dan pengiklan baru dengan berbagai penawaran menarik, dan strategi pass mempengaruhi, sebagai upaya untuk menciptakan image yang menguntungkan.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Three Ways Strategy, Radio*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II URAIAN TEORITIS .....	7
2.1 Komunikasi Umum .....	7
2.2 Komunikasi Massa .....	8
2.3 Komunikasi Iklan .....	11
2.4 Strategi Komunikasi Massa .....	13
2.5 Radio .....	14
2.6 Karakteristik Radio .....	15
2.7 Program-Program Radio .....	16
2.8 Format Siaran Radio .....	17
2.9 Iklan Penyiar .....	20
2.10 Jenis-Jenis Iklan .....	21
2.11 Tujuan Iklan .....	22
2.12 Bentuk-Bentuk Iklan .....	23
2.13 Iklan Radio .....	24
2.14 Three Ways Strategy .....	25
BAB III METODE PENELITIAN .....	29
3.1 Jenis Penelitian .....	29
3.2 Kerangka Berfikir .....	29
3.3 Kerangka Konsep .....	31
3.4 Defenisi Konsep .....	31
3.5 Narasumber .....	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.7 Teknis Analisis Data .....	34
3.8 Penentuan Informan .....	35
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
3.10 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian .....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	45
4.1 Hasil Penelitian .....	45
4.2 Pembahasan .....	66

BAB V PENUTUP.....	74
5.1    Simpulan .....	74
5.2    Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	78
LAMPIRAN	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Di era modern sekarang ini, tidak bisa dipungkiri masyarakat sangat bergantung pada informasi. Informasi yang dibutuhkan oleh manusia adalah informasi yang cepat, aktual, dan terpercaya. Hal itu sangat berkaitan erat dengan media massa, baik media massa cetak maupun elektronik. Salah satu media yang menyajikan informasi dengan cepat dan ditunjang dengan teknologi tinggi adalah radio. Radio hingga kini masih dipercaya menjadi media informasi dan komunikasi yang digemari masyarakat karena mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi yang seimbang dan setimpal di masyarakat, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol, serta perekat sosial yang mengakibatkan radio mendapat julukan kekuatan kelima. Dari beberapa kelebihan yang dimiliki oleh radio, menjadikan media ini banyak diminati oleh masyarakat dan menarik untuk didengarkan. Selain itu radio juga memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan ruang penyiar atau informasi penyiar melalui pendengar.

Radio dapat di jadikan penyiar apa saja, sesuai visualisasi dari pendengar melalui kata-kata yang disampaikan, dan nada suara yang dikeluarkan oleh penyiar. Para pengelola radio harus berbenah, untuk mencapai tingkat standart, bila sebelumnya tidak secara optimal memanfaatkan sebagai penyuluhan, kini

mereka harus memulai adanya usaha-usaha rekrutmen tenaga siap pakai radio siaran. Radio berkembang dengan pesat mulai dari jenis radio pemerintahan, semi pemerintah sehingga swasta. Saat ini, radio yang banyak digemari masyarakat yaitu radio swasta yang memenuhi kebutuhan mereka dengan segmentasi yang sesuai dengan sasaran umur radio tersebut. Radio berdiri sebagai suatu bisnis yang menguntungkan. Itu artinya, para pendengar tentunya ingin mendengarkan suatu hal yang marik, dan berguna untuk mereka. Tentunya radio harus menyajikan lagu-lagu yang enak didengar serta beragam informasi yang berguna untuk para pendengarnya.

Radio swasta selain sebagai media yang menjadi sumber hiburan dan informasi bagi khalayak, juga berdiri untuk meraih pendengar sebanyak-banyaknya sehingga aspek rating sangat diperhitungkan sebagai ukuran gengsi radio, radio menjadi jumlah pendengar kepada pengiklan. Jumlah pendengar yang banyak akan menjadi pertimbangan besar bagi pengiklan untuk menggunakan media tersebut. Oleh karena itu, radio harus meningkatkan produktifitas dan kualitas mereka mengingat hasil rating masih menjadi acuan para pengiklan untuk menentukan media beriklan karena industri media termasuk radio mendapatkan keuntungan melalui pengiklan sebagai sumber pemasukannya. Saat ini, iklan merupakan sarana komunikasi terhadap peroduk yang disampaikan melalui berbagai media. iklan merupakan media informasi yang dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik minat khalayak, orisinal, serta memiliki karakteristik tertentu dan persuasive sehingga para konsumen terdorong untuk melakukan suatu tindakan sesuai dengan yang di inginkan pengiklan.

Salah satu media yang dapat mewadahi penyiar suatu iklan adalah radio. Radio merupakan salah satu media pilihan yang tidak dilupakan para konsumen setelah marak kemunculan berbagai media elektronik termasuk internet. Salah satu kelebihan beriklan diradio adalah lebih singkatnya waktu untuk mempersiapkan materi iklan. Materipun bisa dibawakan dengan gaya bahasa sedemikian rupa sehingga sesuai dengan selera pendengar lokal. Dalam pembuatan iklan, pemilik produk biasanya menggunakan jasa biro iklan, yang kemudian iklan tersebut disiarkan melalui media radio. Dari massa ke massa, peran radio selalu penting. Bermunculan berbagai media elektronik, termasuk maraknya internet tidak menenggelamkan radio sebagai salah satu media pilihan konsumen. Selain itu, para pendengar radio bisa mendengar pesan langsung dari media radio dengan mudah karena radio cepat menyampaikan pesan, luas jangkauannya, tidak terikat waktu, murah, dan tidak memerlukan banyak konsentrasi karena radio banyak untuk didengarkan.

Persaingan dalam radio Start FM Panyabungan dengan yang lain berlangsung sangat pesat. Dari tahun ke tahun Start FM Panyabungan terus menyusun strategi untuk meningkatkan pendapatan iklan dan pendengar. Start FM adalah satu diantara radio yang saat ini mulai menampakkan langkah dan telah menyelenggarakan siaran secara terpadu dan kontinyu yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Radio Start FM nantinya akan menjadi alat kontrol sosial yang efektif dan efisien. Start FM juga memutar lagu-lagu terbaik ditelinga para pendengar.

Start FM bisa dikatakan sebagai radio komersial karena salah satu tujuannya adalah untuk meraup keuntungan dari para pengiklan. Radio ini juga merupakan lembaga penyiar yang bersifat komersial, dimana mempunyai ruang lingkup serta daya jangkau luas untuk keperluan bisnis. Radio Start FM yang dikenal sebagai radio pemberitaan yang edukatif, juga banyak menyajikan iklan berisi informasi yang berasal dari instansi pemerintahan, sehingga iklan yang dipasang oleh para klien pengiklan di Start FM bisa lebih dari iklan yang diputar.

Start FM Panyabungan melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan ruting pendengar agar bisa bertahan di persaingan industri yang semakin berkembang. Radio ini mempunyai strategi pemasaran dalam menjaring dan meningkatkan jumlah pemasang iklan dari berbagai perusahaan agar radio tetap eksis. Start FM tentunya melakukan ini sebagai salah satu bentuk promosi yang tujuan utamanya adalah merebut perhatian, masyarakat dan mempengaruhi publik sebagai sasaran tersebut pengiklan. Selain itu, Start FM Panyabungan juga memanfaatkan media online sebagai bentuk promosi untuk mendapat yang baik dimata pengiklan. Mereka menggunakan media jejaring sosial untuk berhubungan dengan orang-orang. Selain kenyamanan yang ditawarkan, kemajuan besar lain dari internet adalah kemampuannya untuk mengumpulkan, dan mengantarkan sejumlah besar informasi dengan tingkat kecepatan dan efisien.

Adapun jenis-jenis radio yang berada di Panyabungan yaitu:

1. Start FM Panyabungan
2. Mass FM Panyabungan
3. Rama FM Panyabungan

#### 4. Firza FM Panyabungan

Radio Start FM Sراسي Swara di Kabupaten Mandailing Natal nantinya akan menjadi salah satu fasilitas untuk pencapaian pembangunan pemerintah, hingga akhirnya seluruh tahapan dalam proses pembangunan nasional khususnya pembangunan Kabupaten Mandailing Natal. Kota Panyabungan terletak diperbatasan Sumatera Utara dengan Sumatera Barat. Luas daerah 662.070 Ha dengan jumlah penduduk 417.000 jiwa menurut BPS Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2006, dari jumlah potensi pendengar. Radio Start FM memilih segmentasi pendengar dari kalangan penduduk yang berusia antara 15-45 Tahun yang berjumlah 134.155 jiwa dengan komposisi laki-laki 65.021 jiwa dan perempuan 67.134 jiwa. Berikut segmentasi pendengar radio Start Sراسي Swara Panyabungan.

##### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang, pokok masalah yang diajukan adalah **“Strategi Komunikasi Radio Start FM Panyabungan Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan”**. Dari pokok permasalahan tersebut, idea rumusan masalah penelitian yaitu Bagaimana strategi komunikasi Radio Start FM Panyabungan dalam meningkatkan jumlah pengiklan?

##### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi Radio Start FM Panyabungan dalam meningkatkan jumlah jumlah pengiklan.

##### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yaitu :

## **1. Secara Teoritis**

Untuk menambah informasi tentang strategi komunikasi di radio Start FM Panyabungan dan memberikan informasi dalam meningkatkan jumlah pengiklan yang berada di Panyabungan, Mandailing Natal.

## **2. Secara Praktis**

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat berguna khususnya bagi mahasiswa, dan masyarakat peminat radio pada era digital.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

**BAB I** : Bab ini berisi sub latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat peneliti, yang berhubungan dengan pembahasan materi serta peneliti terdahulu dan sistematika penelitian.

**BAB II** : Bab ini berisi sub komunikasi umum, komunikasi iklan, strategi komunikasi media, radio, karakteristik radio, program-program radio, format siaran radio, iklan penyiar dan iklan radio.

**BAB III** : Bab ini berisi tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, narasumber, teknik pengumpulan data, wawancara, teknis analisis data, lokasi dan waktu penelitian.

**BAB IV** : Bab ini berisi tentang penelitian dan pembahasan

**BAB V** : Bab ini tentang jenis kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1. Komunikasi Umum**

Komunikasi adalah suatu proses interaksi antara sesama makhluk tuhan baik dengan menggunakan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku dan tindakan. Pengertian komunikasi ini paling tidak melibatkan dua orang atau lebih dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh seseorang seperti melalui lisan, tulisan maupun sinyal-sinyal non verbal.

Komunikasi merupakan hal mendasar bagi kehidupan setiap manusia, sebagai individu maupun sebagai makhluk sosial. Begitupun dalam kehidupan berorganisasi, tidak ada satupun organisasi yang dapat berbentuk tanpa adanya komunikasi diantara para anggotanya. Komunikasi yang tercipta di antara para anggota organisasi disebut dengan komunikasi organisasi. Salah satu komunikasi yang kerap atau tidak mungkin terjadi dalam organisasi adalah komunikasi interpersonal.

Manusia di dalam kehidupannya harus berkomunikasi, artinya seseorang memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Hal ini sebuah hakekat bahwa sebagian besar pribadi manusia terbentuk dari hasil integrasi sosial dengan sesamanya. Di kehidupan ini manusia sering bertemu satu dengan yang lainnya dalam suatu wadah baik formal maupun informal.

## 2.2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis. Dalam perkembangannya, ada beberapa pendapat mengenai apa saja jenis komunikasi yang termasuk dalam komunikasi massa. Menurut psikologi sosial, komunikasi massa tidak selalu harus menggunakan media massa, contohnya saja operator yang berpidato dihadapan banyak orang, maka itu juga dapat di sebut sebagai komunikasi massa, namun pada penelitian ini, peneliti membatasi pengertian komunikasi dari para pakar komunikasi saja, sehingga pengertian media massa mencakup komunikasi yang menggunakan media mekanis seperti surat kabar, radio, televise, Koran, dan film.

Komunikasi massa memiliki ciri agar dapat dibedakan dengan komunikasi lainnya, yaitu:

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah

Berbeda dengan komunikasi antarpersonal yang berlangsung 2 (dua) arah, komunikasi massa hanya bersifat satu arah, yang berarti tidak ada arus balik (feedback) secara langsung yang akan di terima komunikator. Atau dengan kata lain, komunikator tidak mengetahui bagaimana tanggapan para komunikan. Demikian yang kita ketahui bersama saat ini penyiar radio atau televisi membawakan berita atau acara. Pendengar dan penonton tidak dapat mengutarakan langsung pendapatnya dan komunikator juga tidak mengetahuinya. Oleh karena

itu, orang yang bekerja di media massa harus mempersiapkan materi yang matang agar dapat membawakan acara dengan lancar, tentunya untuk mengurangi resiko yang terjadi jika ada kesalahan saat membawakan acara, terlebih sulit untuk mengedit berita yang disampaikan jika itu bersifat langsung.

## 2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi massa haruslah merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi, hal ini membedakan komunikasi massa dengan komunikasi lainnya. Seorang dalang yang bercerita, ataupun operator yang berpidato secara langsung bertindak atas dirinya sendiri (individual) sehingga bagus tidaknya dalang dan operator dalam menyampaikan pesan berpengaruh pada dirinya sendiri. Berbeda dengan komunikasi massa yang memiliki lembaga, seorang penyiar radio atau membawa acara televisi bertindak atas nama lembaga, dia mewakili lembaga yang dibawakannya dan terikat dengan kebijakan perusahaan, sehingga dirinya tidak memiliki kebebasan berpendapat. Hasil pesan yang disampaikan oleh media massa akan dipengaruhi oleh lembaganya. Misalnya Koran akan melewati redaktur sebelum turun cetak. Atau pembawa acara televisi yang teksnya sudah di persiapkan agar mudah dalam menyampaikan, sehingga komunikasi massa ini dinamakan juga komunikator kolektif, karena pesan yang disampaikan merupakan hasil kerja sama kerabat kerja dalam lembaganya.

### 3. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum

Media massa memiliki target khalayak yang sangat luas dan umum, sehingga pesan yang di sampaikan kepada khalayak adalah mengenai kepentingan umum. Hal ini juga merupakan ciri dari komunikasi massa yang membedakan dengan jenis komunikasi lainnya. Surat, telepon, telegram, meskipun dapat berkomunikasi menggunakan mekanis tetapi mereka bersifat umum, sehingga pesannya dapat bersifat pribadi. Media massa tidak akan menyampaikan berita yang tidak termasuk dalam kepentingan umum, misalnya media massa akan menyiarkan berita seorang kepada daerah baru di provinsi banten. Namun media masa tidak akan menyiarkan berita saat kepala daerah itu menyelenggarakan acara khitan anaknya, karena itu bukan kepentingan umum. Namun pada prakteknya, seorang kepala negara atau presiden selalu mendapat tempat untuk media pemberitaan. Beberapa waktu lalu presiden Amerika Serikat Barack Obama beserta Ibu negara berjoged bersama dengan karakter StarWars di Gedung Putih, dan masyarakat dunia menyiarkannya termasuk Indonesia, berita seperti ini dalam dunia jurnalistik dikenal dengan istilah Human Interest. Media massa menganggap pemberitaan ini menarik untuk diketahui rakyat, karena posisinya menjadi orang yang berkedudukan tinggi itu.

#### 4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Ciri paling hakiki dari komunikasi masa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan. Berbeda dengan poster yang harus dilihat secara bergantian agar pendapat informasi, komunikasi massa yang terjadi dalam media komunikasi massa radio dan televisi menimbulkan keserempakan, radio tidak mengenal jarak dan waktu begitu pesan di keluarkan, maka saat itu juga khalayak mendapat informasi yang sama dengan yang di sampaikan.

#### 5. Komunikasi massa bersifat heterogen

Khalayak sasaran dari komunikasi massa dalam keberadaannya bersifat heterogen, dalam artian mereka saling terpancar, tidak mengenal satu sama lain, berbeda jenis kelamin, agama, usia, pekerjaan, pendidikan, kebudayaan serta pandangan hidup. Sehingga sulit untuk komunikator yang bekerja di komunikasi massa untuk memenuhi keinginan seluruh khalayak, sehingga dalam mengatasi hal ini, lembaga komunikasi masa membaginya dalam beberapa acara dan rubric tertentu untuk dapat di nikmati seluruh khalayak, ada acara yang khususkan untuk anak kecil, remaja, dewasa dan perbedaan agama agar target group (kelompok sasaran) dapat disasar secara di sasar secara maksimal dan merata.

### **2.3. Komunikasi Iklan**

Komunikasi periklanan adalah penyampaian pesan penawaran mengenai suatu produk, jasa atau ide kepada khalayak (konsumen) melalui media massa dan

media lainnya yang dibayar untuk mempengaruhi khalayak sehingga menggunakan produk, jasa atau ide yang ditawarkan.

Dalam proses menuangkan ide kedalam pesan, terjadi proses encoding, dimana ide dituangkan dalam bahasa iklan yang meyakinkan orang. Media kemudian mengambil alih ide tersebut dan kemudian dikonstruksikan menjadi bahan media. pada tahapan ini terjadi decoding karena audiens menangkap bahasa media itu dan membentuk pengetahuan-pengetahuan atau realitas, dan pengetahuan itu bisa mendorongnya merespon balik iklan tersebut. Respon itu terdiri dari dua macam yaitu pemirsa merespon materi iklan dan merespon pesan media. merespon materi iklan bisa berbentuk reaksi terhadap iklan tersebut, karena merugikan pihak-pihak tertentu. Sedangkan merespon pesan media, bisa merupakan sikap untuk memilih atau tidak memilih objek tersebut. Proses ini terjadi secara kontinyu seumur iklan tersebut, atau bahkan memproduksi iklan baru dan itu artinya akan lahir kembali sebuah realitas baru dalam dunia kognisis pemirsa sebagai hasil rekonstruksi.

Untuk membangun komunikasi yang efektif dalam sebuah iklan, pengirim pesan harus tahu sasaran (target audiens) apa yang diinginkan, sehingga pesan yang akan disampaikan dapat mencapai sasaran tersebut harus dikodekan melalui proses konversi menjadi data yang dapat diterima oleh sasaran secara jenis. Pengiriman pesan tersebut harus melalui media yang menjangkau khalayak sasaran dan mengembangkan saluran umpan balik untuk memantau tanggapan yang ada.

1. Pengiriman adalah seseorang, sekelompok orang, perusahaan atau organisasi yang mengirimkan atau menyampaikan ide, serangkaian ide atau promosi kepada pihak lain.
2. Encoding merupakan pengkodean pesan dalam bentuk simbolis untuk mencapai tujuan komunikasi
3. Pesan adalah representasi simbolis pikiran ide dari pengirim atau sumber
4. Media sebagai saluran atau sarana untuk menyampaikan pesan
5. Decoding merupakan pemaknaan dari pesan yang diterima yang merupakan gabungan dari pesan yang sebenarnya dan pengaruh media.
6. Penerima adalah orang-orang atau organisasi yang dituju pengirim untuk berbagai pemikiran, ide dan sebagainya.
7. Noise (kebisingan) menunjukkan gangguan atau impedansi seperti sinyal radio, adalah istilah untuk menggambarkan distorsi pesan pada setiap tahap dalam proses komunikasi pemasaran.

Jika penerima tidak memahami pesan atau tidak bisa menafsirkan dengan cara yang dimaksudkan oleh pengirim, maka komunikasi akan terputus atau rusak. Pesan juga dapat terputus apabila penerima pesan adalah orang lain yang tidak dituju pengirim atau penerima mungkin memahami pesan tetapi mengabaikan atau melupakannya.

#### **2.4. Strategi Komunikasi Media**

Media komunikasi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti telinga dan mata. Media juga

merupakan jendela yang memungkinkan kita untuk dapat melihat lingkungan yang lebih jauh, sebagai penafsir yang membantu memahami pengalaman, sebagai landasan penyampai informasi, sebagai komunikasi interaktif yang meliputi opini audiens, sebagai penanda pemberi intruksi atau penunjuk, sebagai penyaring atau pembagi pengalaman dan focus terhadap orang lain, cermin merefleksikan diri kita dan penghalang yang menutupi kebenaran. Media komunikasi juga dijelaskan sebagai sebuah sarana yang dipergunakan sebagai memproduksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Media komunikasi sangat berperan penting bagi kehidupan masyarakat.

## **2.5. Radio**

Radio merupakan komunikasi yang terjadi atau berlangsung pada khalayak dengan bentuk penerimaan informasi hanya dapat didengar oleh telinga, radio mampu memberikan informasi yang sekiranya diperlukan oleh khalayak atau pendengar radio. Selain memberikan informasi, radio juga bisa bermanfaat sebagai sarana pendidikan, penunjuk, dan hiburan dimana dapat digunakan untuk pengawasan masyarakat pada umumnya.

**“Santri Indra Astuti dalam bukunya yang berjudul radio teori dan praktek dan praktek mengatakan radio”** adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio di udara (Santi, 2008; 5).

**“Julian Newby dalam bukunya Inside Broadcasting (yang dikutip oleh masduki) menyebutkan, radio Is The Birth Of Broadcasting”** (radio adalah

anak pertama dunia penyiaran). Sejarah media penyiaran diawali oleh penemuan teknologi radio (masduki, 2005; 15).

## **2.6. Karakteristik Radio**

Radio sebagai media massa, memiliki beberapa karakteristik yang unik dan khas, yang juga tentunya mempunyai unggulan dan kelemahannya. Dalam menyampaikan pesan atau isi dan pernyataan yang dikemas dalam suatu program, radio mempunyai cara tersendiri yang disebut dengan gaya radio meliputi bahasa kata-kata lisan, music atau lagu dan efek suara. Yang menjadi kunci utama identitas sebuah stasiun radio dalam menyajikan programnya untuk memikat pendengarnya. Bahasa atau kata-kata lisan yang digunakan penyiar dalam menyampaikan pesannya disebabkan apa yang disebut dengan “gaya radio” atau radio style (Triartato, 2010:31-32) sifat radio siaran, gaya radio secara karakteristiknya.

**menurut Triartato (2010:32-33) yaitu :**

- a. Imajinatif , karena sifat radio siaran hanya bisa didengar, ketika penyiar berbicara didepan microphone, maka pendengar hanya bisa mendengarkan suaranya tanpa mengetahui sosok penyiarnya seperti apa. Imajinasi pendengar bisa beragam jenisnya. Pendengar bisa terhanyut perasaannya saat ia mendengarkan drama radio yang disiarkan.
- b. Auditori, radio adalah buntut atau suara yang hanya bisa dikonsumsi oleh telinga. Maka itu, apa yang didengar oleh telinga kemampuannya cukup terbatas. Telinga memiliki keterbatasan dalam mengingat pesan

yang didengarnya. Untuk itu, pesan radio siaran harus jelas, singkat, dan sepintas lalu.

- c. Akrab, media radio siaran adalah intim, karena penyiar menyampaikan pesannya secara personal atau individu, walaupun radio itu didengarkan oleh banyak orang. Sapaan penyiar yang khas seolah ditujukan kepada diri pendengar secara seorang diri, menjadikan penyiar seakan-akan berada disekitarnya. Sehingga radio bisa menjadi “teman” dikala seseorang sedang sedih ataupun gembira. Itulah sifat akrab radio.
- d. Gaya percakapan, bahasa yang digunakan bukan tulisan, tapi gaya obrolan sehari-hari. Tak heran juga banyak bahasa-bahasa percakapan yang unik muncul dari dunia radio yang diperkenalkan oleh penyiar menjadi sesuatu yang ngetrend.

## **2.7. Program-Program Radio**

Tentu dalam menarik minat pengiklan agar tetap konsisten untuk mendengarkan radio, maka diperlukannya strategis program siaran, yang meliputi perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, serta pengawasan dan evaluasi program (Morissan, 2008:273).

### **a. Perencanaan Program**

Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan analisis dan strategi program yang akan dibuat, kemudian membuat perencanaan, tujuan program, dan faktor program.

### **b. Produksi dan Pembelian Program**

Produksi dan pembelian program adalah tahap dimana stasiun penyiaran telah menyusun rancangan kemudian siap untuk melakukan produksi dalam melakukan produksi tersebut yang perlu adalah mengenai produksi program, produksi program lokal, pembelian program, kalkulasi program, dan bagian akuisisi program

**c. Eksekusi Program**

Eksekusi program merupakan tahap pelaksanaan program yang telah dirancang sebelumnya. Dalam menyangkannya pun ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan seperti pembagian waktu siaran dan strategi penayangan yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan audien.

**d. Pengawasan dan Evaluasi Program**

Pengawasan dan Evaluasi Program merupakan kegiatan untuk meninjau ulang mengenai program yang telah disiarkan. Perlu dilakukan pengawasan agar program tetap berjalan sesuai dengan perencanaan awal. Disitu kita menggunakan standar P3SPS (Pedoman Prilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran). Disamping itu juga memerlukan evaluasi program, yang dijadikan sebagai acuan agar mengetahui kekurangan program serta dapat membuat program yang lebih baik untuk kedepannya.

## **2.8. Format Siaran Radio**

Format di kalangan broadcasting disebut dengan bentuk penyajian. Dimana format akan langsung menunjukkan pada sifat dan struktur penyajian serta memiliki pengaruh terhadap proses pembuatannya. Format direncanakan sedemikian rupa sesuai dengan karakteristik stasiun radionya, karena kesalahan

dalam pengambilan keputusan yang selektif dan menantang sering kali menyebabkan penataan kembali program yang sudah ada. Sedangkan pembauatan pola penerapan serangkaian secara yang diberikan tertentu memang sangat dibutuhkan sehingga mencerminkan citra penyaluruh dari suatu stasiun radio.

Format acara sangat berpengaruh terhadap proses penulisan, sebab penulisan materi penggunaan bahasa penyusunan struktur naskah sangat dipengaruhi oleh jenis format acara yang bersangkutan. Oleh karena itu setiap penulisan naskah harus tahu bentuk dari setiap format. Istilah format acara didalamnya mengundang dua pengertian sekaligus, yaitu format produksi dan program.

Format produksi adalah rancangan acara program siaran menurut pendekatan teknik penyajiannya kedalam bahasa radio. Titik tekanannya adalah pada nuansa produksi, bukan pada materinya. Format program adalah rancang penyajian sebuah program acara siaran berdasarkan pendekatan isi materinya. Titik berat dari format program adalah bagaimana suatu materi hendak diangkat ke dalam bentuk program acara siaran radio.

Format menjadi sangat tepat untuk menentukan program yang disajikan. Penyiaran radio merakit formatnya dalam berbagai cara, hal termudah yang sering dijumpai yaitu membuat program yang diletakkan di beberapa segmen waktu. Berikut beberapa macam format yang bisa digunakan:

### **1. Format Uraian**

Merupakan bentuk penyajian acara yang paling sederhana, mudah sehingga paling banyak dikerjakan dan dipakai dalam penyelenggaraan siaran.

Ada juga yang menyebut bahwa uraian merupakan format dasar dalam siaran radio. Format uraian pada dasarnya merupakan bentuk penyajian acara secara monog, satu arah, langsung ke tujuan dan pada umumnya menggunakan bahasa yang formal.

Upaya meningkatkan variasi penyajian format uraian dapat dilakukan dengan:

- a. Menggunakan sekaligus music
- b. Menggunakan dialog pendek
- c. Menggunakan statement tokoh
- d. Menggunakan karakterisasi.

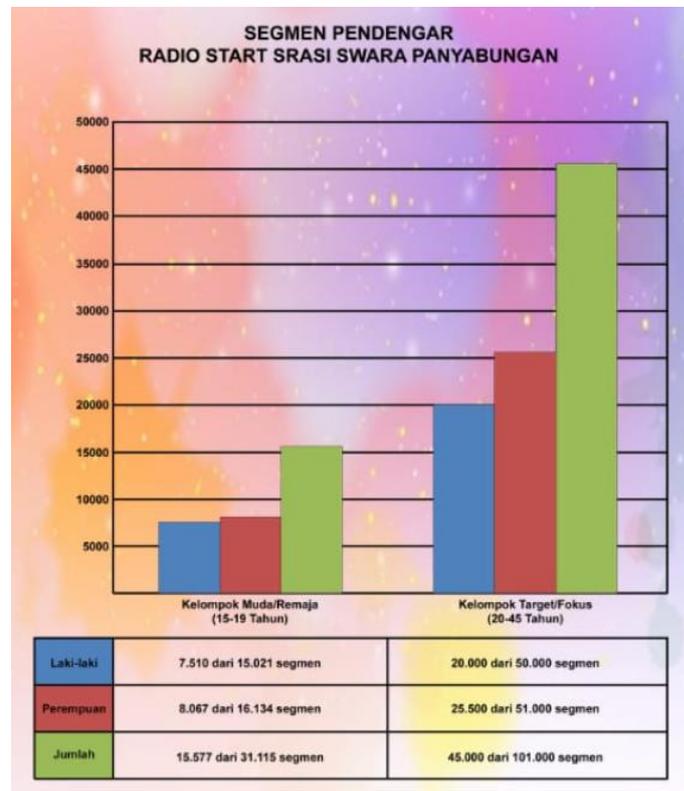
## **2. Format Majalah Udara**

Majalah udara didefinisikan sebagai suatu program (acara) siaran yang menyajikan berbagai topic dengan memadukan berbagai sub format (format dasar) didalamnya. Majalah udara didalamnya terkandung sub format uraian, wawancara, laporan reporter maupun statement seorang tokoh atau ahli.

## **3. Format Feature**

Secara prinsip unsur-unsurnya tetap sama antara feature media cetak dengan radio. Namun dalam dunia penyiaran, feature didefinisikan sebagai paket program yang mengangkat suatu topic ditinjau dari berbagai segi permasalahan (ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, dan lain-lain) dengan memadukan berbagai format dasar (sub format) untuk penyajiannya: dimana musik, sound effect, dan voice merupakan bagian integral yang membentuk kesatuan karya artistic audio.

Adapun segmen pendengar radio start srasi swara panyabungan, sebagai berikut:



Gambar.2.1. SEGMENT LISTENERS RADIO START SRASI SWARA

## 2.9. Iklan Penyiar

Iklan atau merupakan semua bentuk terbayar atas presentasi non pribadi dan promosi ide, barang, atau jasa. Pada dasarnya, periklanan merupakan suatu sarana untuk memperkenalkan, mengingatkan, serta membujuk konsumen agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan.

**Kotler dan Keller, 2009.** Periklanan juga disebut sebagai suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan (Durianto, dikutip oleh Theresia Intas, 2003).

**Fandy Tjiptomo (yang dikutip oleh Widyatama)** mengatakan bahwa iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.

### **2.10. Jenis-jenis Iklan**

Seorang akademis sekaligus praktis yang begitu terkenal dalam bidang komunikasi yang bernama Jhon R.Bittner menggolongkan iklan menjadi dua jenis, yaitu iklan standard iklan layanan masyarakat :

1. Iklan standar, yaitu iklan yang buat secara khusus untuk keperluan memperkenalkan barang jasa dan pelayanan untuk konsumen melalui media tertentu. Iklan jenis ini biasa kita sebut sebagai iklan niaga atau iklan komersil. Iklan seperti ini sering sekali kita lihat dalam media-media yang ada disekitar kita seperti televisi, radio, Koran, internet, dan lainnya.
2. Iklan layanan masyarakat, yaitu iklan yang sifatnya non-profit yang tujuannya hanya keuntungan sosial dalam masyarakat dan bukan keuntungan dalam bentuk materi seperti uang dan lainnya. Contohnya iklan layanan masyarakat yang ada disekitar kita seperti iklan bahaya merokok, iklan bahaya pergaulan bebas, iklan bahaya narkoba, dan lainnya.
3. Iklan Informatif bertujuan menciptakan merek dan pengetahuan tentang produk atau fitur baru produk yang ada. Iklan ini memiliki fungsi untuk memberikan informasi perihal ciri, karakteristik, dan keunggulan produk yang ditawarkan masyarakat.

4. Iklan Persuasif bertujuan menciptakan kesukaan, preferensi, keyakinan dan pembelian produk atau jasa. Iklan ini berfungsi untuk mempengaruhi atau melakukan tindakan persuasi agar masyarakat membeli produk yang di iklankan.
5. Iklan Pengingat bertujuan memstimulasikan pembelian produk dan jasa.
6. Iklan Penguat bertujuan meyakinkan pembeli saat ini bahwa mereka melakukan pilihan tepat.

### **2.11. Tujuan Iklan**

Menurut Kasali, tujuan iklan adalah :

1. Sebagai alat bagi komunikasi dan koordinasi.

Tujuan memberikan tuntunan bagi pihak-pihak yang terlibat, yakni pengiklan (klien), tim kreatif untuk saling berkomunikasi, tujuan juga membantu koordinasi bagi setiap kelompok kerja, seperti suatu tim yang terdiri dari radio, pembeli media dan spesialis riset.

2. Memberikan kriteria dalam pengambilan keputusan.

Jika ada dua alternative dalam kampanye iklan, salah satu dari padanya harus dipilih. Berbeda dengan keputusan yang dilakukan berdasarkan selera eksekutif, mereka semua harus kembali pada tujuan dan memutuskan mana yang lebih cocok.

3. Sebagai alat evaluasi.

Tujuan juga digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap hasil suatu kampanye periklanan. Oleh karena itu timbul kebutuhan untuk

mengaitkan beberapa ukuran seperti pangsa pasar atau kesadaran mereka dengan tujuan kampanye periklanan.

## **2.12. Bentuk-bentuk Iklan**

Secara garis besar bentuk-bentuk iklan terdiri dari beberapa jenis yang digolongkan menjadi tujuh kategori utama, yakni:

1. Iklan Konsumen, yaitu suatu bentuk iklan yang mempromosikan produk-produk yang secara umum dikonsumsi atau digunakan masyarakat.
2. Iklan Antar Bisnis, yaitu iklan yang mempromosikan produk-produk kepada perusahaan-perusahaan lain dan tidak kepada konsumen.
3. Iklan Perdagangan, yaitu iklan yang dibuat secara khusus untuk ditujukan kepada agen, distributor, dan pedagang-pedagang besar.
4. Iklan Eceran, yaitu iklan yang dibuat oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya kepada pihak-pihak peneger.
5. Iklan Keuangan, yaitu iklan ini sering juga kita lihat diberbagai media seperti iklan bank, iklan tabungan, iklan asuransi, iklan investasi, dan lain-lain.
6. Iklan Langsung, yaitu iklan yang menggunakan media pos dan langsung sampai kepada tujuan misalnya iklan menggunakan e-mail.
7. Iklan Rekrutmen, yaitu bentuk dari iklan yang tujuan utamanya merekrut pegawai atau pekerja yang tentunya sesuai dengan persyaratan.

### **2.13. Iklan Radio**

Periklanan adalah komunikasi komersial yang non personal tentang sebuah organisasi dan produknya yang di transmisikan ke suatu khalayak target melalui media yang bersifat missal, seperti radio, koran, majalah, reklame luar ruangan atau kendaraan umum.

Beriklan di radio swasta komersial akan diberikan beberapa pilihan format, bisa dalam bentuk spot, adlips, sponsorship, insert dan talkshow. Iklan dalam bentuk spot sudah dalam bentuk recorded, durasi 60-90 sec, disertai sound effect, suara talent voice over yang renyah, sehingga bisa menciptakan theater of mint bagi yang mendengarka iklannya, biasanya bertujuan untuk menciptakan awareness.

Adlips atau iklan bibir adalah bentuk iklan yang berupa informasi yang diberikan oleh penyiar secara di waktu-waktu tertentu, penyiar dapat menyampaikan iklan dalam bentuk cerita ataupun narasi yang dibuat berkaitan dengan informasi yang di ssampaikan.

Sponsorship adalah bentuk iklan yang merupakan kerjasama dari pengiklan dan program acara radio, misalnya saja ada perusahaan produk ibu dan anak untuk mensponsori program acara radio yang bertemakan orang tua atau sejenisnya.

Insert, adalah bentuk iklan yang memilki durasi 3-5 m3nit, recorded/live. Untuk recoded, biasanya contohnya tips, testimonial, time signal. Live biasanya berupa quiz, live phone interview. Di beberapa radio, terkadang live report masuk ke insert juga, live report biasanya di gunakan untuk promo event.

Talkshow, berisi bincang-bincang santai antara penyiar dan pengiklan selama 30-60 menit, acara di buat semenarik mungkin, bisa juga di kreasikan dengan membagi-bagikan doorprize untuk mengundang minat pendengar untuk berpartisipasi dalam acara.

Dengan beberapa pilihan format iklan, para calon pengiklan akan bisa memilih bentuk iklan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Beberapa radio juga menawarkan paket untuk iklan agar menarik para pengiklan, seperti yang di lakukan oleh radio Start FM Panyabunga. Beriklan di radio juga memiliki beberapa kelebihan, karena iklan dapat dikemas semenarik mungkin, yang berisi informasi produk, tentu akan cukup efektif apalagi akan diputar beberapa kali dalam waktu satu hari sehingga akan mudah diingat.

Selain segmentasi pendengar radio start srasi swara panyabungan, yang sudah jelaskan diatas tentang peletakan waktu pada iklan di radio start srasi swara panyabungan. Berikut peletakan waktu pada radio.

#### **2.14. Three Ways Strategy**

Strategi komunikasi dalam penelitian ini sangat dipengaruhi oleh pemilihan strategi mendorong dan menarik. Philip Kotler pertama kali memunculkan konsep mega marketing yang merupakan perpaduan antara kekuatan public relation dan marketing. Pengertian konsep marketing public relations tersebut secara garis besar terdapat 3 (tiga) strategi (Three Ways Strategy) untuk melaksanakan program dalam mencapai tujuan. Menurut Rosady Ruslan dalam bukunya sebagai berikut :

1. Startegi Pull

Strategi menarik, bahwa Public Relation merupakan potensi untuk menyandang suatu taktik menarik perhatian dengan berbagai cara guna mencapai tujuan perusahaan serta meningkatkan penjualan baik berupa barang atau jasa. Philip Kotler mengatakan strategi menarik atau Pull bisa dalam bentuk iklan dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Atau dalam penelitian ini merupakan upaya untuk menarik konsumen (pengiklan) agar menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan radio sehingga pemasaran dapat meningkat. Dalam penelitian ini, perusahaan menggunakan Strategi untuk menarik para pengiklan baru agar tertarik memasang iklan untuk pertama kalinya di radio menggunakan pendekatan interpersonal dan komunikasi yang persuasive.

## 2. Strategi Push

Merupakan upaya untuk merangsang (mendorong) pembelian sekaligus dan memberikan nilai atau kepuasan bagi pelanggan yang telah menggunakan jasa perusahaan radio. Strategi ini penting sebagai kelanjutan menarik para calon pengiklan untuk memasang iklan. Dalam penelitian ini strategi push di gunakan untuk para pengiklan baru dan pengiklan lama, dalam artian pengiklan baru akan di dorong dengan berbagai penawaran menarik yang susah untuk di tolak sehingga terdorong untuk memasang iklan, pengiklan lama juga akan diberikan beberapa hal yang membuat mereka nyaman beriklan dan memutuskan untuk tetap beriklan di radio Start FM Panyabugan.

### 3. Strategi Pass

Strategi mempengaruhi, sebagai upaya untuk menciptakan image public yang menguntungkan, dapat di timbulkan melalui berbagai kegiatan. Sekaligus merupakan upaya untuk melakukan perluasan. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencari tahu cara-cara yang digunakan oleh radio Start FM Panyabungan dalam menjaga hubungan baik dengan para pengiklan, menciptakan citra positif dimata pendengar, supaya terbangun opini public yang baik.

JENIS LAYANAN	WAKTU	BENTUK IKLAN	DURASI	TARIF (Rp)	
LOOSE SPOT	Prime Time 06.00 - 10.00	ADLIPS	120 detik	Rp 25.000,-	
		SPOT	60 detik	Rp 30.000,-	
	16.00 - 18.00		SPOT	30 detik	Rp 20.000,-
	19.00 - 22.00	Reguler Time 10.00 - 16.00		ADLIPS	120 detik
	Reguler Time 10.00 - 16.00		SPOT	60 detik	Rp 25.000,-
				18.00 - 19.00	SPOT
22.00 - 01.00	SPOT		30 detik		
SPONSOR PROGRAM			Paket	Rp 5.000.000,-	
BLOCKING PROGRAM			15 menit	Rp 350.000,-	
			30 menit	Rp 500.000,-	
			60 menit	Rp 750.000,-	
SIARAN LANGSUNG			Paket	Rp 6.500.000,-	
			15 menit	Rp 250.000,-	
			Live Report 30 menit	Rp 300.000,-	
IKLAN LAYANAN MASYARAKAT			60 detik	Rp 15.000,-	
PRODUKSI SPOT			120 detik	Rp 150.000,-	
<b>Catatan :</b> - Down Payment ( DP ) sebesar 50% dibayar pada saat penandatanganan kontrak - Tarif diatas belum termasuk PPN - Pembayaran kontrak iklan paling lambat 2 ( dua ) minggu sebelum pelaksanaan kontrak kerja - Pembatalan yang dilakukan dalam 2 ( dua ) minggu sebelum pelaksanaan kontrak kerja dan atau dilakukan di tengah-tengah kontrak yang sedang berjalan, akan dikenakan sanksi berupa pembayaran biaya pembatalan senilai 25% dari jumlah kontrak yang disepakati.					

Gambar. 2.2. WAKTU PADA IKLAN RADIO START SRASI SWARA

Alasan saya mengambil tentang Strategi Komunikasi Radio Start FM Panyabungan Mandailing Natal Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan adalah saya tertarik, karena media massa sekarang itu seperti radio hampir tersaingi oleh media digital, seperti sosial media. sekarang banyak masyarakat yang beralih ke

media sosial bahkan banyak juga iklan-iklan yang disebarluaskan melalui media sosial. Maka dari itu sangat penting bagi radio untuk membuat strategi untuk meningkatkan jumlah pengiklan mereka.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

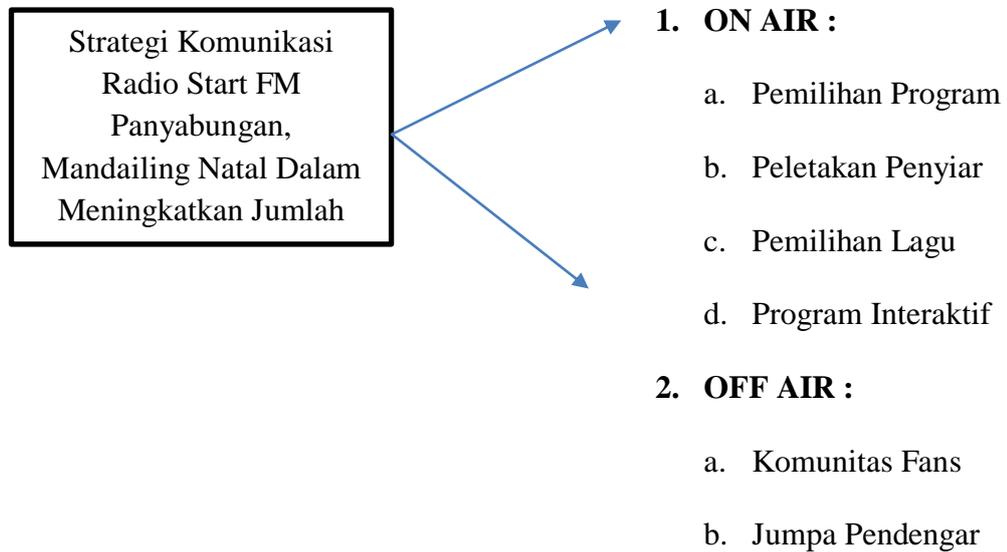
Penelitian yang akan dilakukan merupakan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang dalam pengumpulan datanya menggunakan metode deskriptif, yaitu pengumpulan data dari responden. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang secara holistic bermaksud untuk memahami tentang apa yang dialami dalam penelitian, baik itu prilakunya, persepsi, motivasi, maupun tindakannya, dan secara deskriptif bentuk kata-kata, bahasa, pada suatu konteks khusus dengan memanfaatkan berbagai metode.

#### **3.2. Kerangka Berfikir**

Pada penjelasan sebelumnya sudah dipaparkan bahwa perusahaan radio Start FM Panyabungan adalah sebuah perusahaan berbasis media elektronik yang menawarkan jasa penyebaran informasi produk/jasa kepada para pengiklan. Cara radio Start FM Panyabungan dalam mendapatkan pengiklan ialah dengan menerapkan Three Ways Strategy strategi ini dianggap mampu memberikan peningkatan. Karena adanya strategi pull dan push, serta didukung oleh strategi pass dapat membuat para pengiklan merasa nyaman untuk terus beriklan di radio Start FM Panyabungan. Selain digunakan untuk menarik pengiklan, Three Ways Strategy juga digunakan untuk menaikkan citra positif perusahaan. Sehingga di rasa lengkap dan sangat bermanfaat untuk marketing maupun perusahaan itu sendiri. Pull strategi digunakan marketing radio Start FM Panyabungan untuk

menarik calon pengiklan untuk memakai jasa yang di tawarkan, atau minimal calon pengiklan ingin mencari tahu lebih banyak mengenai radio Start FM Panyabungan. Pada tahap awal ini biasanya mengirimkan file serta surat penawaran kepada calon pengiklan. Cara lain yang bisa dilakukan ialah langsung menghampiri calon pengiklan untuk mempresentasikan keuntungan jika beriklan di radio Start FM Panyabungan. Jika mereka tertarik dan akhirnya memasang iklan, maka tahap selanjutnya adalah Push Strategi, yaitu cara yang digunakan untuk membuat para pengiklan betah untuk terus beriklan di radio, maka dalam fase ini radio bisa memberikan nilai tambah atau bonus kepada pengiklan, dalam hal ini radio bisa memberikan service pelayanan seperti pembuatan revisi iklan gratis, negoisasi ulang harga supaya lebih fleksibel, atau menambah spot iklan dan paket talkshow. Cara ini efektif dapat membuat para pengiklan mau menambah jangka waktu beriklan di radio lebih lama, dengan tawaran menarik di radio. Strategi Pull dan Push ini tentunya sudah cukup mainstream dalam perusahaan radio lainnya. Maka tahap selanjutnya adalah pass Strategi. Strategi ini digunakan untuk memperluas jumlah pengiklan dan mempertahankan pengiklan lama supaya terus beriklan dengan cara menjaga hubungan baik dengan para pengiklan supaya tercipta hubungan baik demi terciptanya kerjasama jangka panjang, selain itu strategi ini juga memegang penting untuk terus menciptakan opini publik yang baik sehingga strategi komunikasi dapat tercapai.

### 3.3. Kerangka Konsep



### 3.4. Defenisi Konsep

Agar jumlah pengiklan yang masuk pada Rdaio Start FM Panyabungan konsisten, perlu adanya manajemen program yang pas dalam isi setiap program yang disampaikan. Untuk itu terdapat 2 faktor yang mempengaruhi Radio Start FM Panyabungan agar jumlah iklan yang masuk pada radio mereka tetap tertahan bahkan meningkat, yaitu :

1. **On Air** merupakan suatu siaran langsung yang dilakukan oleh sebuah media, baik radio maupun televisi. Kegiatan ini meliputi :
  - a. **Pemilihan Program**  
 suatu media Radio Start FM harus bisa membuat, memilih dan merencanakan program siaran seperti apa yang akan disampaikan kepada pendengarnya.
  - b. **Peletakan Penyiar**

c. Pemilihan Lagu

d. Radio Start FM harus bisa memutar lagu-lagu yang up to date agar para pendengar bisa tetap stay disiarkan Radio Start FM.

e. Program Interaktif

Yang berarti menggambarkan adanya suatu interaksi antara penyiar dan pendengar di Radio Start FM.

**2. Off Air** merupakan kegiatan yang bersifat diluar ruangan yang tidak terikat dengan kegiatan siaran radio, dan biasanya kegiatan tersebut diadakan diluar ruangan atau dilapangan dan ditujukan untuk mempromosikan radionya. Off air disini menunjukkan bagaimana pihak penyiar radio mengenalkan stasiun radionya kepada khalayak banyak.

a. Komunitas fans

Suatu kelompok yang dibentuk oleh penggemar kepada penyiar Radio Start FM. dibentuknya suatu kelompok agar penggemar kepada penyiar terasa lebih dekat.

b. Jumpa Pendengar

Radio Start FM Panyabungan dengan kegiatan yang bertujuan untuk menjaga kesinambungan antara pelaksana penyiar dengan audience. Itu sebabnya, dalam event tertentu diselenggarakan jumpa pendengar, baik antara fans dengan pelaksana siaran ataupun dengan yang lainnya.

### **3.5. Narasumber**

Narasumber yang akan di wawancara dalam penelitian ini adalah Manajer Radio dan beberapa penyiarinya.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Observasi**

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Penggunaan metode observasi dalam penelitian diatas pertimbangan bahwa data yang dikumpulkan secara efektif bila dilakukan secara langsung mengamati objek yang diteliti, teknis penulis gunakan untuk mengetahui kenyataan yang ada dilapangan. Alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat, menganalisa secara sistematis terhadap strategi komunikasi Radio Start FM Panyabungan dalam meningkatkan jumlah pengiklan.

#### **b. Wawancara**

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan atau tanya jawab dengan maksud tertentu untuk mengumpulkan informasi. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas dalam artian penulis hanya menyiapkan pokok-pokok masalah yang dipertanyakan dalam pertanyaan pihak yang diwawancarai. Interview dalam penelitian ini penulis gunakan untuk mendapatkan data yang valid tentang strategi komunikasi Radio Start FM Panyabungan dalam meningkatkan jumlah pengiklan.

Wawancara sabagai upaya mendekatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada informan. Tanpa wawancara, peneliti akan kehilangan informasi yang hanya dapat di peroleh dengan jalan bertanya langsung. Adapun wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak berstruktur, dimana didalam metode ini memungkinkan pertanyaan berlangsung luwes, arah pertanyaan lebih terbuka,

tetap fokus, sehingga di peroleh informasi yang kaya dan pembicaraan tidak kaku. Peneliti nantinya akan melakukan wawancara yang mendalam secara langsung dengan pihak yang di anggap dapat memberikan (informan) dan berkompeten sesuai dengan permasalahan dalam penelitian.

### **C. Dokumentasi**

Dokumentasi dapat menyimpan data secara digital sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi lainnya sehingga dari observasi dan wawancara, peneliti mendokumentasikan berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian seperti yang masih berkaitan dengan penelitian.

### **3.7. Teknis Analisis Data**

Pada penelitian ini, adapun rincian sumber data yang penulis susun adalah:

#### **a. Data Primer**

Data empirik secara diperoleh secara langsung dengan melaksanakan wawancara terhadap beberapa informan yang terlibat dalam Radio Startb FM Panyabungan. Untuk mendapatkan data yang akurat penulis mengadakan pendekatan dengan melaksanakan wawancara terhadap sumber yang terkait tersebut.

##### **1. Observasi**

Observasi langsung adalah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis. Observasi harus dilakukan secara teliti dan sistematis untuk mendapatkan hasil yang biasa diandalkan, dan peneliti harus mempunyai latar belakang atau

pengetahuan yang lebih luas tentang objek penelitian serta mempunyai dasar teori dan sikap objektif.

Observasi langsung yang dilakukan oleh peneliti bisa direalisasikan dengan cara mencatat berupa informasi berhubungan dengan Radio Start FM Panyabungan. Diantaranya adalah berbicara dengan perusahaan mengenai radio, bagaimana cara meningkatkan jumlah pengiklan, mempertahankan jumlah pengiklan, dan berusaha terus menambah pemasukan berbagai kegiatan yang lainnya, juga mengamati bagaimana proses dalam menjalankan strategi dari awal mulai berkenalan dengan pengiklan hingga menjalin hubungan baik dengan mereka. Dengan observasi secara langsung, peneliti dapat memahami konteks data dalam berbagai situasi, maksudnya dapat memperoleh pandangan secara menyeluruh, untuk itu peneliti dapat melakukan pengamatan secara langsung dalam mendapatkan bukti yang terkait dengan objek penelitian.

#### **b. Data Sekunder**

Data yang diperoleh melalui pustakan dan dari dokumen atau yang terdapat pada Radio Start FM, diantaranya : dokumen, dan berkitan dengan Radio Start FM.

### **3.8. Penentuan Informan**

Informan adalah orang yang di wawancarai dan dimintai informasi oleh penulis informan adalah orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data informasi ataupun fakta dari suatu onjek penelitian.

Informan dalam penelitian ini berperan sebagai responden, dimana peneliti akan menjangkau informasi sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan bahan analisa penelitian.

Penentuan informan dan key informan dalam penelitian ini menggunakan metode non probability yaitu cara pengambilan sampel tidak berdasarkan peluang. Sehingga informan adalah orang yang dapat memberikan informasi yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Teknik ini termasuk orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat oleh periset, sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel. Dalam penelitian ini kriteria yang dicari oleh peneliti adalah orang yang terlibat langsung dalam proses mencari pengiklan dari awal hingga proses negosiasi dan laporan iklan, dan sesuai dengan kriteria tersebut adalah kepala Marketing dan Traffic radio Start FM Panyabungan.

Penentuan key informan dalam penelitian ini juga di perkuat dengan adanya bukti struktur perusahaan dan data-data valid lainnya yang membuktikan sebagai pihak yang berkompeten untuk memberikan keterangan mengenai berbagai informasi yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian ini.

### **3.9. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor Radio Start FM Panyabungan di JL.AMD. Lama. Kel. Kota Siantar, Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal.

Sedangkan waktu penelitian ini mulai sejak tanggal 9 JANUARI 2021 sampai dengan selesai.

### **3.10. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian**

#### **1. Profil Radio Start Sراس Swara Panyabungan**

##### **a. Sejarah Singkat**

Radio start Sراس Swara (start) 102,6 FM adalah lembaga penyenggaraan siaran radio yang berdiri tahun 2007, dengan rangkaian proses yang merupakan tahapan dari pendirian radio ini diawali dengan analisa kemungkinan dan kelayakan serta potensi akses yang memadai dari subyek maupun obyek prioritas daerah secara khusus, sharing informasi ke berbagai lembaga agenda urgen dari proses pencapaian atau pendirian radio.

##### **b. Background**

Start adalah singkatan dari STATION ART yang bermakna bahwa radio ini lahir sebagai wadah cipta kreatifitas dan seni dari orang yang mempunyai visi dan misi serta semangat membangun untuk sebuah kemajuan, harapan, dan keinginan bersama, memberikan adil kongkrit dalam pencapaian sebuah masyarakat dan madani.

Start juga kami sebut sebagai AWAL, yang bermakna bahwa radio ini menjadi awalan bagi kami, awal bagi sebuah kebersamaan yang penuh kemajemukan dengan keyakinan yang sama untuk memberikan warna dan suguhan yang berbeda dalam konteks media komunikasi informasi dan entertainment.

SRASI, yang bermakna bahwa suguhan yang kami tampilkan diserasikan dengan hakikat seni budaya dan tatanan sosial masyarakat yang ada, dalam rangka

menuju proses pendidikan dan entertainment yang bercita rasa seni yang komprehensif.

SWARA, yang bermakna bahwa media komunikasi gelombang elektromagnetik berupa informasi dan seluruh aspek suguhan terkemas dalam satu media swara yang indah, lembut dan terorganisasi.

RADIO START FM dalam suguhannya menyapa semua audiens dengan sebutan INSAN MADINA, dan untuk beberapa segmentasi RADIO START FM juga menyapa pendengarnya dengan sebutan INSAN MUDA MADINA.

#### c. Maksud dan Tujuan Pendirian

Tujuan pendirian Radio Start Sراسi Swara di Kabupaten Mandailing Natal nantinya akan menjadi salah satu fasilitas untuk pencapaian program-program pembangunan pemerintah, ekspansi seni dan budaya, ekonomi, hukum, sosial masyarakat, pendidikan dan entertainment yang professional hingga akhirnya seluruh tahapan dalam proses pembangunan nasional khususnya pembangunan Kabupaten Mandailing Natal secara menyeluruh.

Kota Panyabungan terletak di perbatasan Sumatera Utara dengan Sumatera Barat. Luas daerah 662.070 Ha jumlah penduduk 417.000 jiwa menurut data BPS Kabupaten Mandailing Natal tahun 2006.

#### d. Target

RADIO START SRASI SWARA dapat menjadi adalah satu fasilitator untuk pencapaian pogram-program pembangunan pemerintah, ekspansi perusahaan yang mencakup eksplorasi sumber daya manusia, sumber daya alam, apresisasi seni dan budaya, ekonomi,hukum, sosial masyarakat, pendidika dan

entertainment yang professional hingga seluruh lapisan masyarakat dapat mengakses berbagai pesan, keinginan, hiburan dan informasi dari seluruh tahapan dalam proses pembangunan nasional, khususnya pembangunan Kabupaten Mandailing Natal.

e. Visi

Terwujudnya pembangunan sumber daya manusia sepenuhnya, yang cerdas, terampil, mandiri, dan sejahtera.

f. Misi

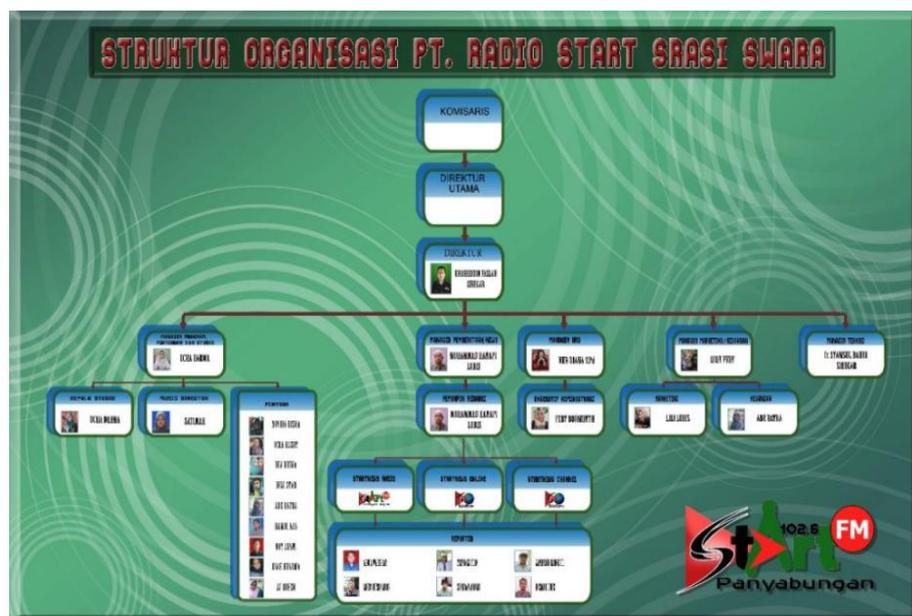
- 1) Mewujudkan pembangunan sumber daya manusia sepenuhnya
- 2) Mewujudkan masyarakat yang cerdas secara nasional khususnya masyarakat Mandailing Natal.
- 3) Mewujudkan masyarakat yang terampil khususnya masyarakat Mandailing Natal.
- 4) Mewujudkan masyarakat yang mandiri yang memiliki daya saing
- 5) Mewujudkan masyarakat yang sejahtera dan berkeadilan

2. Data Radio Start FM

Nama Perusahaan	PT. RADIO START SRASI SWARA
Nama di Udara	START FM
Frekwensi	102,6 FM
Pemancar	1000 whatt
Slogan	Radio Berita Madina
Jangkauan Siaran	Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal dan sekitarnya

Format Siaran	News/Informasi 60%, Hiburan 40%
Format Musik	All Gendre
Nomor IPP/ Tanggal (Berikut)	60 TAHUN 2017/ 6 Januari 2017
NPWP Perusahaan	21.078.210.8-118.000
Kontak Personal	Nama : Khoiruddin Faslah Siregar Jabatan : Direktur No telephone dan handphone : 0636-20446 dan 62812-6364-2521 Email : startfmpanyabungan@yahoo.com
Alamat	Jl. AMD Lama, Kelurahan Kota Siantar, Kecamatan Panyabungan Kota, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara.

Struktur Organisasi Radio Start FM



Gambar. 3.1 STRUKTUR ORGANISI PT. RADIO START SRASI  
SWARA



**GEMILANG 11 TAHUN StArt FM**  
*di seluruh media berbudaya, ramah keluarga & informatif*  
15 Mei 2007 - 15 Mei 2018

**TERIMA KASIH ATAS KEBERSAMAAN DAN KESETIAANNYA  
MENDENGAR RADIO StArt 102.6 FM PANYABUNGAN**

**Tentang Kami**

PT. RADIO START SRASI SWARA (StArt 102,6) FM salah satu Media Elektronik yang beroperasi di Kabupaten Mandailing Natal Provinsi Sumatera Utara, dengan berbagai program, prioritas programnya segmen pemberitaan (StArtFMNews) dengan menerbitkan portal berita online StArtNews dan StArtNews Channel, merupakan portal berita resmi StArt 102,6 FM yang terbit sejak 15 Mei 2007. Awalnya Media online StArtNews dan StArtNews Channel berkantor di Jl Jenderal Besar Abdul Haris Nasution Lintas Timur Gunung

Tua hingga di tahun 2012 Radio StArt 102,6 FM memiliki gedung sendiri yang beralamat di Jalan AMD Lama Kelurahan Kotasiantar Panyabungan Mandailing Natal.

Media StArtNews dan StArtNews Channel hadir dengan tagline 'Jendela Informasi Anda' Semua Layak jadi Berita, jujur bersuara, terpercaya, Independen, dengan terus berupaya menampilkan berita-berita aktual untuk memenuhi kebutuhan informasi para pendengar, pemirsa dan para pembacanya. Visi untuk membangun sebuah media yang independen serta menatap hari esok yang lebih baik, Partisipasi dalam membangun bangsa mencerdaskan masyarakat khususnya masyarakat Mandailing Natal guna mewujudkan Madina yang Madani.

StArtFMNews (StArtNews dan StArtNews Channel) dikelola secara profesional, kritis, berimbang dan dapat dipertanggung jawabkan, senantiasa mengedepankan kepentingan masyarakat yang disajikan secara elegan dengan kaidah pers, peristiwa yang terjadi selalu kami persembahkan dengan News (berita) maupun dengan Feature yang berkarakter khas Radio StArt 102,6 FM.

Dengan demikian kami berharap kehadiran Media Radio StArt 102,6 FM dengan portal beritanya StArtNews dan StArtNews Channel di website [www.startfmmadina.com](http://www.startfmmadina.com) dapat berdaya guna dan bermanfaat bagi masyarakat guna mewujudkan masyarakat yang madani, tentunya kami sangat mengharapkan saran, kritik dan pendapat dari masyarakat untuk kemajuan dan kebaikan media ini, terima kasih.

Gambar. 3.2. GEMILANG 11 TAHUN START FM PANYABUNGAN



Gambar. 3.3. PENDIRI DI RADIO START FM PANYABUNGAN

### 3. Program Siaran Radio Start FM Panyabungan



Program Religi. Suguhan dakwah yang disrasikan dengan Irama Qasidah, membuka siaran pagi StARt FM.



Berita pagi yang disiarkan langsung dari Radio KBR 68 H Jakarta.

Program News persembahkan Tim Redaksi StArt News dengan berita aktual yang diselaraskan dengan tips, kiat dan informasi terkini dengan hits musik pop Indonesia dan manca negara.



Lagu dangdut, Hindustan, Mandailing.



Lagu daerah dilengkapi informasi tentang khasanah keragaman budaya dan khas daerah.



Program News, menyajikan info-info unik dengan segmen cakrawala yang berbeda setiap harinya, paduan news dan music hits tahun 2000 an.



Berita aktual oleh tim redaksi StArt News dan Pojok Redaksi disrasikan dengan tembang lawas decade 7, 8, 9.



Lagu-lagu lawas



Lagu-lagu hits/popular



Musik all gedre yang di reques interaktif oleh audiens, tips dan informasi terkini.



Program religi, dakwah, pengajian Al-Qur'an, Mutiara Qolbu, Permata hati, puisi islami, lagu Pop Religi.



Program Budaya. Menyajikan adat istiadat, gonjak sianyang (canda), pantun, dan lain-lain dengan menggunakan bahasa Mandailing.



10 Berita populer yang dipadu dengan lagu pop Indonesia & pop mancanegara di era tahun 2000an.



100% lagu dangdut klasik.



Program music sendu. Special suguhan lagu pilihan pendengar.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV ini peneliti akan berusaha memaparkan hasil penelitian yang di dapat dan di komparasi dengan teori strategi komunikasi. Seperti yang sudah di jelaskan bahwa lokasi penelitian berada di Radio Start FM Panyabungan.

Peneliti melakukan wawancara dengan radio Start FM Panyabungan sebagai poin dalam menyusun langkah-langkah untuk mendapatkan iklan dan menjaga hubungan baik dengan para pengiklan, peneliti juga melakukan wawancara dengan informan lainnya sebagai informasi penguat dan tambahan. Dalam hal ini informan tambahan radio Start FM Panyabungan. Selain itu peneliti melakukan data dengan melakukan wawancara dengan mengenai strategi komunikasi yang dilakukukan oleh radio Start FM Panyabungn.

#### **4.1. Hasil Penelitian**

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan pada Radio Start FM Panyabungan. Peneliti mendeskripsikan strategi komunikasi Radio Start FM Panyabungan dalam meningkatkan jumlah pengiklan. peneliti memaparkan beberapa dari hasil obervasi dan wawancara mendalam. Peneliti melakukan pertimbangan bahwa orang yang memiliki bayak informasi mngeuai strategi komunukasi Radio Start FM Panyabungan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa saat ini radio Start FM Panyabungan harus berusaha lebih keras untuk mendapatkan iklan, keberadaan radio-radio swasta lainnya di Kota Panyabungan serta adanya new media seperti

internet tidak boleh menenggelamkan radio. Karena bagaimanapun radio masih menjadi media andalan di Kota Panyabungan dari segi informasi dan hiburan.

Bisnis radio swasta sangat mengandalkan pengiklan yang masuk agar dapat membayar semua kerja keras karyawan serta akomodasi sehari-hari. Agar mendapatkan dana, radio menawarkan sesuatu kepada pengiklan, yaitu pendengar dan juga jaringan yang luas. Start FM memiliki pendengar yang banyak dan luas pemancarnya, dengan banyak pendengar dan luas jangkauan siar. Akhirnya menjadi kekuatan untuk menawarkan itu kepada para calon pengiklan, di sisi lain pengiklan juga membutuhkan promosi untuk meningkatkan penjualan, dan cara yang paling efektif adalah melakukan promoting atau beriklan di media yang memiliki banyak pemirsa/pendengar. Maka nilai saling membutuhkan ini yang menjadi kunci dimana saat kita memberikan nilai kepada seseorang, maka mereka akan memberikan imbalan sebagai bentuk positif dari kerjasama yang menguntungkan. Apalagi ini adalah hubungan business to business, artinya tidak ada kesukarelaan dalam memberikan sesuatu tanpa mengharapkan imbalan. Hubungan ini akan menimbulkan suatu keadilan dalam masyarakat, sehingga takkan ada yang merasa berat sebelah. Dalam prosesnya, pengiklan akan membayar sejumlah dana yang akan diberikan kepada radio, yang nantinya radio akan mempersiapkan iklan dalam format suara dan kata-kata yang akan diputarkan di jam yang sudah ditentukan. Jika target tercapai, tentunya akan menimbulkan perubahan dalam diri pendengar dan melakukan suatu action, yaitu membeli barang/jasa yang diputarkan di radio.

Pertukaran yang terjadi dalam bisnis radio memang tidak ada batas standard yang menjadi acuan apakah iklan itu benar-benar berhasil atau tidak. Ketika iklan sudah diputarkan dan tetap tidak ada perubahan dalam peningkatan penjualan, maka terjadi pemberatan di sisi pengiklan, karena mereka sudah mengeluarkan dana tetapi tidak mendapatkan keuntungan penjualan, maka ada 2 (dua) pilihan yang menjadi pertimbangan yaitu mengubah iklan menjadi lebih menarik, atau bisa juga memutuskan kerjasama dengan radio. Hal ini wajar dilakukan karena pengiklan pun tidak mau meneruskan kerjasama jika tidak menguntungkan bagi mereka.

Proses komunikasi yang terjadi sejak informasi disampaikan oleh penyiar hingga sampai kepada telinga pendengar bisa dibilang cukup panjang dan membutuhkan peralatan yang bagus dan tentunya harus berfungsi, pengecekan peralatan untuk memastikan bahwa semua dapat digunakan dengan baik dilakukan setiap hari, karena terkadang terjadi gangguan berupa kesalahan teknis dan menyebabkan radio tidak dapat berfungsi dengan baik, gangguan ini bisa berasal dari computer, mixer radio ataupun pemancar radio.

Berdasarkan dari penelitian yang saya lakukan terhadap STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM PANYABUNGAN MANDAILING NATAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN, adapun hasil penelitian yang saya lakukan adalah sebagai berikut:

#### 4.1.1. Informan Pertama

Nama : Khoiruddin Faslah Siregar

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Usia : 51 Tahun

Profesi : Direktur PT.Radio Start Sراسي Swara (Start) 102,6 FM

Peneliti : Program apa saja yang di terapkan oleh pihak Start FM Panyabungan dalam minat pengiklan?

Manajer : Program nya ada tiga kalau tidak salah, satu program hiburan, yang kedua programnya news, dan yang ketiga program dakwah. Hiburannya ya music karena radio identintik dengan musik, news itu berita, informasi kemudian ada dakwah ada beberapa penceramah kondang kita jadikan sebagai program seperti Ustadz Abdul Somad, K.H.Zainudin.MZ, Daslad Latif, kemudian ustad lokal Adi Ahmad Nurdin Nasution. Jadi yang tiga kategori inilah yang kita jadikan program.

Pneliti : Pak, yang dakwah narasumbernya di undang langsung?

Manajer : Yang kalau narasumbernya Ustadz lokal ya kita undang untuk suara islami namanya ya kita undang, tapi kalau yang utadz nasional kita rekam saja, diambil dari youtube, kaset CD.

Peneliti : jenis-jenis iklan apa sajakah yang disiarkan dan diproduksi oleh radio Start FM Panyabungan?

Manajer : kategori iklan ya? Kategori iklannya, ada dua jenis iklan ada iklan nasional ada iklan lokal. Rata-rata kalau iklan lokal itu kita produksi sendiri. Banyak jenisnya, ada iklan layanan masyarakat ada iklan yang bersifat jual misalnya nya layanan masyarakat itu berita pihak dari

instansi lain, komersial, jaksa. Kalau iklan nasional itu memang agak kesulitan kita itu, nah iklan nasional inikan barang kali sudah melihat ke server lain dan kalau radio belakangan ini agak tidak mendapat minat iklan nasional.

Peneliti : Bagaiman program-program yang dilakukan dalam menarik minat para calon pengiklan baru lokal dan Nasioanal?

Manajer : ya, program itu dirancang, kita rancang ada tim kreatif kita misalnya kalau dia hiburan sifatnya ada penyiarnya, ya namanya kita rancang lewat siapa penyiarnya ya tentunya yang mempunyai wawasan luas, ilmu pengetahuan, kemudian orangnya komudian orangnya komunitatif biar bisa berinteraksi dengan pendengarnya. Rancangannya seperti itu, dakwah juga begitu. Kalau yang news gtu juga, kita yang utamakan berita yang up date dan yang aktual itu yang kita sampaikan supaya orang mendengarkan berita terbaru, kita membangun impra struktur untuk pendengar ketika ada berita, beritanya apa? Lokal, nasional, berita-berita internasioanl.

Peneliti : Bagaimana program yang dilakukan dalam mendorong minat para calon pengiklan baru dan pengiklan lama?

Manajer : ya pengiklan baru yaitu mendorong promnya, kita terus evaluasi. Kita evaluasi itu sekali seminggu kalau enggak minimal sekali sebulan itu program keseluruhan di evaluasi dengan melibatkan semua, ya penyiarnya, tim kreatifnya. Sehingga ada inovasi-inovasi lain, kreatifitas.

Peneliti : Program seperti apa yang paling banyak memiliki slot penayangan iklan?

Manajer : yang paling banyak musik, ya program musik lokal yang paling banyak itu acara ketabo-ketabo pakek bahasa mandailing, kemudian ada yang namanya kombain musik, ada yang kita kombain dalam satu acara misalnya musik tiga warna dipadu dangdut, madina dan idustan, memang inilah salah satu yang disukai. Jadi, kita pandu acara dengan banyak peminatnya itu yang kita tawarkan.

Peneliti : Ada berapa jumlah penyiar di radio Start FM Panyabungan?

Manajer : nah, ini datanya perlu, saya kurang ingat pasti keseluruhan berapa sekarang mereka, datanya ada, liat saja nanti.

Peneliti : Apakah setiap penyiar memiliki jadwal siaran masing-masing dengan program siaran yang berbeda-beda?

Manajer : Iya, nah itu. Jadi, dalam satu bulan kita rotasi jadwalnya, di ubah di rotasi dia berputar. Dengan saya contoh biasa saya membawa jam 06-10 program news dan musik. Sistem pergantian, tapi tidak satu penyiar satu program, masih ada satu program dengan di gabung, jadi kita bergantian secara perjam, satu penyiar minimal empat jam, empat jam itu rata-rata dua program acara. Dengan program yang berbeda.

Peneliti : Pada saat penyiar mempromosikan sebuah iklan, apa ada kesulitan?

Manajer : Tidak, tidak ada kesulitan. Sering kali kita juga menyampai dan berkomunikasi dengan pendengar apa yang kita sampaikan, suaranya

diedit, karena iklan itu kan ada proses pembuatannya itu pakai screen, kemudian kemana focus prioritasnya.

Peneliti : Ada berapa jenis lagu yang di siarkan di radio Start FM Panyabungan?

Peneliti : Ada program kita Oke-oke aja, itu semua genre semua kita putar, tapi kita ada perentase, persentase lagu pop.

#### 4.1.2. Informan Kedua

Nama : Icha Hasby

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Usia : 31 Tahun

Profesi : Penyiar

Peneliti : Biasanya lagu-lagu seperti apa yang menjadi favorite dari para pendengar?

Penyiar : Ya setiap lagu itu berbeda yang diputar, bukan genrenya yang berbeda, tapi, model. Misalnya lagu music acara tiga warna barati lagu nya tiga jenis ada dangdut, hindstan dan madina tapersel. Kalau di jam 10 sampai jam 11 itu pop Indonesia berbeda juga lagunya, kalau musik nusantara itu lagu-lagu daerah. Kalau acara ini misalkan yang sedang berlangsung ini acara oke-oke aja semua lagu boleh diputar, mau genre, dangdut pokok nya bebas.

Peneliti : Apakah setiap program siaran memiliki apakah setiap program memiliki segmen interaktif bagi para pengiklan?

Penyiar : untuk para pengiklan biasanya kita buat kontrak sama klien iklan, jadi dia biasanya request mau dijam berapa diputar, itu tergantung bagetnya dia dia berapa, trus berapa spot yang diputarka dan dijam berapa diputarkan.

Peneliti : berapa persen jumlah pengiklan yang berinteraksi dalam segmen tersebut?

Penyiar : dalam satu jam, ada tujuh dan delapan. Ini biasa adminnya yang membuat untuk iklannya berapa kali putar, kalau kami hanya tinggal memutar apa yang ada.

Peneliti : Apakah pada segmen interaktif ini, radio juga menyisipkan promosi iklan terhadap pendengarnya?

Penyiar : Ya tentu, kayak televisi jugak. Itu ada iklannya kami juga ada iklannya karna iklan yang bayar.

Peneliti : Apakah radio Start FM memiliki komunitas fans?

Penyiar : Ada, itu namanya sahabat Start FM.

Peneliti : Sejak kapan komunitas fans radio Start FM berdiri ?

Penyiar : Itu sejak berdirinya radio, kalau kak icha sendiri masuk ke radio ini tahun 2014. Berarti radio ini sudah 13 tahun.

Peneliti : Kegiatan seperti apa yang ada pada komunitas tersebut ?

Penyiar : Biasanya dia itu sering dating ke radio silaturahmi, kumpul, terus kalau ada acara disini, ulang tahun radio diundang dan ikut berpartisipasi.

Peneliti : Apakah komunitas fans radio Start FM memiliki peran penting dalam meningkatkan jumlah pengiklan?

Penyiar : Otomatis itu, kalau tinggi pendengar biasanya klien iklan itu senang dengarnya berarti jualan mereka itu di dengar banyak orang, kitakan tidak hanya melalui radio saja pakek live streaming, kita bisa diakses dari mana saja, facebook, Instagram, youtube dan semuanya bisa.

Peneliti : Bagaimana cara radio Start FM mempromosikan siaran radio secara langsung pada saat jumpa pendengar?

Penyiar : kalau kami biasanya siaran langsung, kebetulan lagi bermasalah. Para pendengar biasanya komen minta lagu, titip salam atau seperti yang kak icha lakuin, kaki icha siarang langsung di group facebook yang banyak pendengar lagu mandailing.

Peneliti : Bagaiman peran dan partisipasi pendengar dalam meningkatkan jumlah pengiklan ?

Penyiar : dalam meningkatkan jumlah pengiklan seperti itu, kita memberikan layanan yang terbaik, radio Start FM selalu memberikan layanan yang terbaik. Pendengar nya mau apa saja yang mau di request lagunya itu yng pertama, terkadang kita kasih bonus request beberapa lagu boleh, dan itu ketika klien iklan itu dengar banyak penelphone, banya yang request lagu, otomatis mereka mempercayakan. Barati usha saya nanti banyak mendengar untuk mempromosikannya.

Peneliti : Siapa saja target pendengar pada radio Start FM Panyabungan.

Penyiar : Targtnya dari anak-anak sampai orang tua, karena mendengar semua. Amak-anak jarang ya, paling dia itu anak-anak TK yang kita libatkan ada acara, yang paling banyak biasanya yang di pasar pendengarnya. Pasar

baru, pasar lama, sidimpuan ada yang di pasaman. Targetnya semua kalangan.

### **1. Program yang diterapkan di Radio Start FM Panyabungan dalam minat pengiklan**

Terkait perencanaan program, saya berhasil mewawancarai Manajer Radio Start FM Panyabungan yaitu Bapak Khoiruddin Faslah Siregar, dimana wawancara ini dilakukan pada hari Juma'at, tanggal 30 April tahun 2021. Yang pada saat itu Bapak Khoiruddin Faslah Siregar mengatatakan bahwa:

Program tersebut ada 3 yaitu Program hiburan, program news, dan program dakwah. Inilah yang tiga kategori ini yang kita utamakan yang menjadi prioritas, hiburannya music karena radio identic dengan music. Berita yaitu program news seperti berita dan informasi, sedangkan dakwah ada beberapa narasumber yang kami jadikan sebagai program seperti Ustadz Abdul Somad, K.H.Zainudin.MZ, Daslad Latif, kemudian ustad lokal Adi Ahmad Nurdin Nasution. Jadi, tiga kategori inilah yang menjadi program unggulan di Radio Start FM Panyabungan. Biasanya jika program Radionya On air maka Ustadz Lokal akan di undang langsung ke studio Radio Start FM sedangkan Ustadz Nasional biasanya hanya dputar atau dtayangkan menggunakan rekaman, kaset CD atau youtube.

### **2. Jenis-jenis Iklan yang di siarkan di Radio Start FM Panyabungan**

Selanjutnya Bapak Khoiruddin Faslah Siregar akan menjelaskan sedikit jenis iklan yang disiarkan di Radio Start FM Panyabungan

Kategori Iklannya yaitu iklan lokal dan iklan nasional, rata-rata kalau iklan lokal itu kita produksi sendiri, banyak jenisnya, seperti iklan layanan masyarakat misalnya ada himbauan dari pemerintah, ada himbauan dari pihak instansi lain termasuk kepolisian, jaksa. Sedangkan iklan Nasional merujuk pada iklan yang menjangkau semua wilayah maupun satu negara. Yang mana ditargetkan hanya untuk wilayah geografis atau iklan global, contoh iklan nasional semua orang dapat melihatnya tidak hanya mereka yang tinggal di pulau Jawa.

### **3. Program yang dilakukan dalam menarik minat para calon pengiklan baru Lokal dan Nasional**

Untuk menarik hati para pengiklan baru, ataupun perusahaan baru yang sedang merintis karir, dan bagi mereka yang sama sekali belum mengetahui Radio Start FM Panyabungan, penting untuk membuat mereka percaya dulu kalau Radio Start FM Panyabungan mampu memaksimalkan promo perusahaan mereka. Program dirancang oleh tim kreatif radio, seperti program hiburan, yang dibawakan oleh penyiar yang memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas kemudian orangnya komunikatif suka berinteraksi dengan pendengar.

Untuk menarik iklan ini sebenarnya, salah strategi awalnya adalah dari kualitas pemancar dulu. Karena ini satu kesatuan yang berkesinambungan, jadi dari pemancar lalu dari peralatan siaran, nanti di dukung dari program-program siaran yang menarik untuk pendengar, bagaimana caranya para pendengar ini mau mendengarkan acara kita. Nanti kalau sudah ramai para pengiklan juga sudah tidak ragu lagi untuk memasang iklan dan promo di radio start fm ini. Kita mudah nanti bilang kalau program siaran kita ramai, mereka nanti mendengarkan.

Pengiklan Lokal bagi Radio Start FM Panyabungan, pengiklan lokal merupakan jenis pengiklan yang harus pintar-pintar dilakukan komunikasi intens. Segmen pengiklan ini banyak, tetapi direbutkan oleh banyak radio. Apalagi karena posisi radio yang sangat membutuhkan mereka, sedangkan mereka dapat memilih radio mana yang ingin dijadikan media promosi, ini yang dimaksud Bapak Khoiruddin Faslah Siregar bahwa saat ini radio itu dipilih oleh pengiklan, bukan memilih pengiklan.

Dalam menarik perhatian para pengiklan nasional, tentunya surat penawaran dan dibuat semenarik mungkin, agar memberikan kesan pertama yang bagus untuk Radio Start FM Panyabungan, karena mereka sama sekali tidak mengetahui seperti apa radio start fm. Maka surat-suara pun dikemas seekian rupa. Terkadang kendala dalam proses menarik klien nasional adalah keinginan mereka untuk dibantu dalam menjual produk yang mereka butuhkan media massa di daerah-daerah.

#### **4. Program yang dilakukan dalam mendorong minat para calon pengiklan baru dan pengiklan lama**

Dengan terus melakukan evaluasi satu kali dalam seminggu dan minimal satu kali sebulan melakukan evaluasi keseluruhan program radio dengan melibatkan penyiar, dan tim kreatif. Sehingga ada inovasi-inovasi lain, yang mampu dapat menarik minat para pengiklan di radio Start FM panyabungan.

Tipikal pengiklan baru selalu ragu-ragu, mereka masih memikirkan apakah perlu memasang iklan di radio atau tidak, keragu-raguan ini yang harus di pecah dan di dorong untuk meyakinkan mereka untuk dapat beriklan di radio. Titik focus

untuk pengiklan baru di adalah meyakinkan bahwa beriklan di radio itu perlu dan penting untuk melebarkan sayap usaha mereka, tetapi biasanya mereka akan beriklan kalau mereka tidak menyiapkan budget khusus melakukan promosi.

Sedangkan para iklan sudah pernah periklan di Radio Start FM Panyabungan, maka hal yang perlu dikukan adalah memikirkan bagaimana caranya agar mereka terus beriklan di Radio, maka radio akan memberikan dorongan untuk membuat mereka tidak berhenti beriklan, tentu saja yang aling di sukai oleh para pengiklan ini adalah diskon yang besar atau penambahan spot iklan .

#### **5. Program yang paling banyak memiliki slot penayangan iklan**

Program siaran yang paling banyak di isi dengan slot iklan terletak pada program siaran seperti musik lokal, musik lokal itu musik madina tambsel yang menggunakan bahasa mandailing dan bahasa lokal. Lalu ada combain musik yaitu racikan musik yang dicombain dalam suatu acara. Misalnya ada musik tiga warna seperti dangdut, industan dan madina tabsel. Tiga genre ini yang sukai oleh pendengar, biasanya program ini di putar pada frime time.

#### **6. Jumlah penyiar Radio Start FM Panyabungan**

Di radio ini terdapat sebanyak Sembilan penyiar yang terdiri dari enam perempuan dan tiga laki-laki.

#### **7. Setiap penyiar memiliki jadwal siaran masing-masing dengan program siaran yang berbeda**

Dalam satu bulan jadwal yang kami tentukan akan dirotasi, seperti program acara news dan musik, untuk ke esokan harinya akan diputar lagi

jadwalnya. Untuk pembagian jadwal berdasarkan jam dan dalam satu penyiar minimal empat jam, empat jam itu rata-rata dua program acara.

#### **8. Pada saat penyiar mempromosikan sebuah iklan**

Tidak ada kesulitan pada saat mempromosikan sebuah iklan, karena radio Start FM sudah sering melakukan komunikasi dengan pendengar atau menyampaikan sebuah iklan.

#### **9. Setiap program siaran memiliki penayangan jenis lagu yang berbeda-beda**

Ya, setiap program itu lagunya berbeda yang diputar. Yang berbeda bukan genrenya tetapi model lagunya, misalnya musik acara tiga warna berarti lagunya tiga jenis, seperti indutan madina tabsel, dan dangdut. Kalau untuk musik nusantara lagu-lagu daerah, kalau untuk acara yang sedang berlangsung ini acara oke-oke aja semua lagu boleh diputar.

#### **10. Para segmen interaktif Radio juga menyisipkan promosi iklan nya terhadap pendengar**

Untuk para pengiklan, Radio Start FM membuat sebuah kontrak kepada klien iklan. Jadi, biasanya klien akan meriquest di jam berapa akan diputar iklan tersebut, itu tergantung baget yang di gunakan, berapa slot yang di putarkan dan tayang di jam berapa, itu untuk segmen klien iklan.

Untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik terutama pelanggan mengenai keberadaan suatu produk atau jasa. Perkembangan ilmu dan teknologi komunikasi dipercaya dengan kegiatan promosi. Ada empat startegi promosi yang terhimpun dalam promotion mix, yaitu adversiting (iklan), sales

promotion (promosi penjualan), publicity (publisitas) dan personal selling (penjualan pribadi).

#### **11. Radio Start FM memiliki komunitas fans**

Namanya komunitas yang berada di Radio Start FM yaitu SAHABAT START FM komunitas tersebut membuat kegiatan yang dilakukan bersama anggota komunitas, selain itu dalam pertemuan antar anggota, Komunitas fans berdiri sejak Radio Start FM berdiri. Kegiatan pada komunitas, seperti sering datang ke Radio, kumpul, dan melakukan partisipasi pada saat ulang tahun Radio Start FM Panyabunga.

#### **12. Komunitas Fans Radio Start FM Panyabungan memiliki peran penting dalam meningkatkan jumlah pengiklan**

Ya, Komunitas fans memiliki peran penting dalam meningkatkan jumlah pengiklan. Karena tinggi pendengar biasanya klien iklan akan senang dengarnya, berarti iklan mereka didengar banyak masyarakat. Tidak hanya melalui radio bisa diakses melalui mana saja, seperti facebook, intragram, youtube dan media sosial lainnya.

#### **13. Peran dan partisipasi pendengar dalam meningkatkan jumlah pengiklan**

Dalam meningkatkan jumlah pengiklan, misalnya pihak radio start fm melakukan layanan yang terbaik, ketika klien iklan mendengar banyak penelpon atau rikues lagu. Otomatis mereka mempercayakan usaha klien banyak didengar untuk mempromosikan iklan tersebut.

#### **14. Target pendengar pada Radio Start FM**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa saat ini Radio Start Panyabungan harus berusaha lebih keras untuk mendapatkan iklan, keberadaan radio-radio swasta lainnya di Kota Panyabunga serta adanya new media seperti internet tidak boleh menenggelamkan radio. Karena bagaimanapun radio masih menjadi media andalan di Kota Panyabungan dari segi informasi dan hiburan.

Bisnis radio swasta sangat mengandalkan pengiklan yang masuk agar dapat membayar semua kerja keras karyawan serta akomodasi sehari-hari, agar mendapatkan dana, radio menawarkan sesuatu kepada pengiklan, yaitu pendengar dan juga jaringan yang luas. Radio Start FM memiliki pendengar yang banyak dan luas pemancaran yang mencakup wilayah Natal, Salambue, Kayu Laut, dan Sibanggor. Dengan banyaknya pendengar dan luas jangkauan siaran, akhirnya menjadi kekuatan untuk menawarkan itu kepada para calon pengiklan. Di sisi lain pengiklan juga membutuhkan promosi untuk meningkatkan penjualan, dan cara yang paling efektif adalah melakukan promoting atau beriklan di media yang memiliki banyak pemirsa/pendengar. Maka nilai saling membutuhkan ini yang menjadi kunci dalam Exchange Theory dimana saat kita memberikan nilai kepada seseorang, maka mereka akan memberikan imbalan sebagai bentuk positif dari kerjasama yang menguntungkan. Apalagi ini adalah hubungan business to business, artinya tidak ada sukarela dalam memberikan sesuatu tanpa mengharapkan imbalan. Hubungan ini akan menimbulkan suatu keadilan dalam masyarakat, sehingga takkan ada yang merasa berat sebelah. Dalam prosesnya, pengiklan akan membayar sejumlah dana yang akan diberikan kepada radio, yang

nantinya akan mempersiapkan iklan dalam format suara dan kata-kata yang akan diputarkan di jam yang sudah ditentukan. Jika target listener tercapai, tentunya akan menimbulkan perubahan dalam diri pendengar dan melakukan suatu action, yaitu membeli barang/jasa yang diputarkan di radio.

Pertukaran yang terjadi dalam bisnis radio memang tidak ada batas standard yang menjadi acuan apakah iklan itu benar-benar berhasil atau tidak. Ketika iklan sudah diputarkan dan tetap tidak ada perubahan dalam meningkatkan penjualan, maka terjadi pemberatan di sisi pengiklan, karena mereka sudah mengeluarkan dana tetapi tidak mendapatkan keuntungan penjualan, maka akan ada (dua) pilihan yang menjadi pertimbangan yaitu mengubah iklan menjadi lebih menarik, atau bisa memutuskan kerjasama dengan radio. Hal ini wajar dilakukan karena pengiklan pun tidak mau meneruskan kerjasama jika menguntungkan bagi mereka.

Proses komunikasi yang terjadi sejak informasi di sampaikan oleh penyiar hingga sampai kepada telinga pendengar bisa dibilang cukup panjang dan membutuhkan peralatan yang bagus dan tentukan harus berfungsi, pengecekan peralatan untuk memastikan bahwa semua dapat digunakan dengan baik dilakukan setiap hari, karena terkadang terjadi gangguan berupa kesalahan teknis dan menyebabkan radio tidak dapat berfungsi dengan baik, gangguan ini bisa berasal dari computer, mixer radio ataupun pemancar radio.

### **1. Pull Strategy (Strategi menarik)**

Radio Start FM Panyabungon track record yang panjang dalam menghapai pengiklan, dan Bapak Khoiruddin Faslah Siregar sudah makan garam dalam

mencari pengiklan di Radio Start FM Panyabungan. Strategi menarik yang digunakan di fokuskan untuk menarik hati para pengiklan baru, ataupun perusahaan baru yang sedang merintis karir, dan bagi mereka yang sama sekali belum mengetahui radio start fm panyabungan, penting untuk membuat mereka percaya dulu kalau radio start fm mampu memaksimalkan promo perusahaan mereka.

Merut Bapak. Khoiruddin Faslah Siregar sebelum mendatangi para pengiklan, radio Start FM Panyabungan perlu memiliki kualitas pemancar yang bagus, program siaran yang mempunyai peralatan siaran yang modern serta penyiar yang handal membawakan program siaran. inergitas antara hal tersebut yang nantinya akan membuat para pendengar akan merasa nyaman mendengarkan program siaran yang sudah disiapkan. Ketika sudah banyak pendengar maka mencari pengiklan menjadi lebih pede. Jarak jangkauan juga menjadi salah satu faktor penentu untuk mendapatkan iklan, semakin jauh jarak jangkauan yang di cover maka jumlah calon pengiklan akan lebih meluas.

## **2. Pengiklan Lokal Komersial**

Bagi Radio Start FM Panyabungan, pengiklan lokal komersial merupakan jenis pengiklan yang harus pintar-pintar dilakukan komunikasi intens. Segmen pengiklan ini banyak, tetapi direbutkan oleh banyak radio. Apalagi karena posisi radio yang membutuhkan mereka, sedangkan mereka dapat memilih radio mana yang ingin dijadikan media promosi, ini yang dimaksud Bapak. Khoiruddin Faslah Siregar bahwa saat ini radio itu dipilih oleh pengiklan, bukan memilih pengiklan. karena itulah perlunya pull strategi dilakukan oleh Radio Start FM

Panyabungan. Hal yang pertama dilakukan pemetaan calon pengiklan yang berpotensi. Hal ini dimaksud agar dapat focus untuk merik pengiklan yang sudah di incar oleh radio. Langkah selanjutnya adalah membuat surat penaaaran kerja sama.

### **3. Pengiklan Lokal Iklan Layanan Masyarakat**

Pengiklan lokal iklan layanan masyarakat ini berasal dari instansi pemerintah, pemerintah daerah, bahkan dari pengusaha. Intinya adalah siapapun dapat memsang iklan berbasis layanan masyarakat selama mereka mampu membaya, pengiklan ini memiliki segemen yang cukup banyak, terlebih pemerintahan dimana mereka memiliki program yang harus cepat tersampaikan kepada masyarakat.

Iklan layanan masyarakat biasanya sudah dalam bentuk rekaman, sehingga pihak Radio Start FM Panyabungan hanya memutar di jam-jam yang sudah di tentukan. Tidak terlalu banyak yang harus di lakukan untuk mengurus masalah iklanlokal layanan masyarakat, asalakan Radio Start FM Panyabungan siap untuk memutarakan rekaman yang sudah disiapkan, dibantu penyebaran informasi di media sosial, maka pesan di anggap sudah tersampaikan ke masyarakat.

### **4. Pengiklan Nasioanal**

Pengiklan Nasioanal adalah mereka para pengusaha yang memiliki perusahaan yang bear sehingga dapat mengcover produk secara luas. Bedanya pengiklan lokal dan nasional terletak pada kemampuan mereka mengenal radio. Para pengusaha lokal jarang ada yang mengenal mekanisme beriklan di radio, sedangkan pengiklan nasioanal sudah mengenal seluk beluk beriklan di radio,

karena mereka sudah terbiasa melakukan transaksi memasang iklan di radio-radio. Hal yang paling utama jika ingin menarik hati para pengiklan nasional adalah mengenal dulu perusahaan mereka. Pihak marketing Radio Start FM Panyabungan terlebih dahulu mencari informasi mengenai perusahaan-perusahaan berbasis nasional yang kira-kira dapat didekati. Perusahaan ini berbentuk perusahaan barang atau jasa. Setelah mencari tahu mengenai informasi dan kontak atau email perusahaan pengiklan, maka radio Start FM Panyabungan mengirim surat penawaran, secara lengkap serta tidak lupa meninggalkan kontak marketing melalui mail menggunakan email radio Start FM Panyabungan. Tentunya karena kemungkinan kecil mereka akan mengunjungi radio Start FM Panyabungan untuk mencari tahu, maka pengiriman secara lengkap mengenai radio Start FM diharapkan akan membuat mereka mengenal radio Start FM panyabungan dan tertarik untuk memasang iklan. Email yang dikirimkan tidak seluruhnya dibalas, terkadang butuh waktu sehari-hari, minggu bahkan hitungan bulan untuk mendapatkan jawaban. Hal ini wajar karena mereka pasti ingin meneliti terlebih dahulu radio tersebut.

#### **4. Push Strategy (Strategi Mendorong)**

Tidak semua hal yang dilakukan pada saat mendapatkan respon yang baik dari para pengiklan, banyak juga dari mereka yang akhirnya menggantung surat penawaran dan yang sudah dikirimkan, tentunya hal ini tidak menjadikan marketing Radio Start FM diam saja, ketika perusahaan yang pernah dikirimkan surat penawaran tidak memberikan respon, maka hal selanjutnya yang harus

dilakukan adalah melakukan strategi yang dapat mendorong mereka untuk memasang iklan.

Menurut Bapak.Khoiruddin Fasliah siregar, di strategi ini parapengiklan akan di bedakan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu pengiklan baru yang di dorng untuk memasang iklan pertama kali, dan jenis pengiklan yang sudah pernah beriklan dan di dorong untuk terus beriklan.

### **5. Pengiklan Baru Lokal dan Nasional**

Tipikal pengiklan baru selalu ragu-ragu, mereka masih memikirkn apaakah prlu memasang iklan di radio atau tidak, keragu-raguan ini yang harus di pecah dan didorong untuk meyakinkan mereka untuk dapat beriklan diradio. Titik focus untuk pengiklan baru lokal adalah meyakinkan bahwa beriklan diradio itu perlu dan penting untuk melebarkan sayap uasaha mereka, tetapi biasanya mereka akan beriklan kalau mereka tidak menyiapkan budget khusus untuk melakukan promosi.

Strategi mendorong untuk pengiklan baru Nasioanal biasaya akan di jelaskan dulu kelebihan yang dimiliki oleh radio Start FM dibaningkan radio-radio lainnya, diskon yang variatif juga menjadi slah satu hal yang biasa di andalkan untuk mendorong mereka memsang iklan di radio. Karena kecil kemungkinan untuk melakukan komunikasi tatap muka dengan pengklan nasioanal. Maka di perlukan adanya komunikasi yang berkelanjutan agar mereka merasa selalu diperhatikan di tunggu responnya, biasanya radio Start fm akan memberikan diskon untuk setiap pemasang iklan atau pemasang iklan yang digabungkan

dengan talkshow, harapannya tentu mereka dapat terdorong untuk mengambil kesempatan untuk memasang iklan di Radio Start FM Panyabungan.

Dari keterangan iklan Lokal yang sudah pernah beriklan, diskon menjadi salah satu hal penting untuk menipiskan biaya promosi, ditambah dengan yang kreatif dari penyiar yang membawakan program acara maka keputusan untuk melanjutkan memasang iklan seprtinya sudah tidak lagi ragu-ragu.

## **6. Pengiklan Lama Lokal dan Nasional**

Hal lain yang bisa ditawarkan untuk membuat para pengiklan terdorong untuk beriklan adalah menawarkan jenis-jenis iklan lain yang disediakan, misalnya live event atau menjadi sponsor dalam salah satu program acara, dengan harga yang tidak terlalu tinggi, tetapi produk/jasa mereka akan banyak disebut dalam program acara yang dipandu oleh penyiar, mereka juga akan dibuatkan bumper acara dan disebut sebagai sponsor acara. Ini adalah salah satu iklan yang efektif bagi radio karena produk meeka akan banyak disebut selama program acara berlangsung.

Dalam proses strategi ini, penting untuk membuat para pengiklan nyaman beriklan di radio Start FM Panyabungan, karena mereka juga secara tidak langsung akan menjadi pendengar aktif untuk mendengarkan iklan mereka yang diputar dijam-jam tertentu.

## **4.2. PEMBAHASAN**

Realitas ekonomi yang harus dipahami adalah kenyataan bahwa media penyiaran, baik itu radio, televise, maupun on-line tidak berkembang dalam kekosongan. Berbagai media bertumbuh dalam suatu sistem yang kompleks dan

harus segera bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi yang telah ada guna memperebutkan waktu, perhatian, dan dukungan bila mereka ingin tetap hidup dan memperoleh keberhasilan secara finansial.

Saat ini radio tetap mampu berevolusi dengan melakukan konvergensi dengan media lain, misalnya internet lewat radio streaming ataupun radio online. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika perkembangannya semakin pesat dengan media tayangannya. Tentunya, perkembangan itu dibarengi dengan upaya yang tepat untuk dapat survive di tengah persaingan media sejenis. Penyuguhan programnya juga dibarengi dengan yang memadai.

Pendapat media penyiaran secara klasik di dapatkan dari iklan. Sementara itu, banyak sumber-sumber lain yang dapat digali untuk mendukung kehidupan media penyiaran. Bagaimanapun, iklan adalah bahan bakar untuk kontinuitas bekerja. Artinya, media penyiaran bisa siaran karena ada pemasukan untuk operasionalnya. Walaupun unsur idealism media penyiaran sangat menonjol, tetapai unsur ini harus dipotong pula oleh bisnis perusahaan yang sehat.

Dalam kondisi susah sekalipun, iklan akan terus tumbuh karena tetap dibutuhkan dan menjadi investasi jangka panjang. Sejalan dengan pertumbuhan media, pertumbuhan belanja iklan tiap media cenderung meningkat. Semuanya memiliki kesempatan untuk tumbuh. Artinya, aka ada pembagian jatah iklan karena masing-masing media memilki karakternya masing-masing. Selain itu, ada produk tertentu yang tidak cukup hanya menggunakan satu media sehingga harus beriklan di banyak media. maksudnya, peluang untk marketing media penyiaran

semakin terbuka sejalan dengan perkembangan media yang diiringi dengan teknologi penyiaran yang semakin pesat.

Radio Start FM Panyabungan tentunya radio juga memiliki upaya agar bisa memperthankan eksistensinya dari berbagai radio swasta lainnya. Itu dilaksanakan untuk menambah jumlah pendengar dan jumlah pengiklan di radio tersebut. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat untuk dilaksanakan. Dari awal berdirinya, radio Start FM Panyabungan memang mengusung konsep yang unik serta berbeda dari radio pada umumnya. Karena radio Start FM berlandaskan kearifan lokal.

Salah satu bentuk komunikasi yang bisa diterapkan sebagai sistem dalam mendukung realitas ekonomi adalah melalui iklan. Hal inipula yang dimanfaatkan oleh radio Start FM Panyabungan sebagai media para klien agar beriklan di radio tersebut. Namun, dalam memperoleh iklan diperlukan strategi agar apa yang menjadi tujuan dari radio Start FM Panyabungan sebagai media beriklan dapat melaksanakan sesuai dengan perencanaan.

Radio Start FM Panyabungan melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan klien yaitu dengan melaksanakan even dan menjalin hubungan baik dengan klien. Dalam perjalannya meningkatkan jumlah pengikla, radio Start FM Panyabungan merencanakan serangkaian starategi yang dapat mendukung segala usahanya dalam meningkatkan jumlah pengiklan.

Hal ini pula yang dirasakan oleh radio Start FM Panyabungan dan berupa promsi saja tidak cukup memadai dengan apa yang di harapkan. Maka dari itu dibuatlah strategi yang memiliki konsep lebih luas dari sekedar promosidan

konsep tersebut diwujudkan dalam beberapa divisi selaku ujung tombak dari strategi komunikasi yang dilakukan.

Divisi ini dibagi menjadi tiga yaitu:

1. Marketing iklan
2. Marketing siaran langsung dan talkshow
3. Marketing even.

Ketiga divisi tersebut memiliki tugas dan fungsinya masing-masing sesuai dengan bidang yang di gelutinya dalam meningkatkan jumlah pengiklan.

#### 1. Marketing Iklan

Keberhasilan suatu perekonomian secara nasional banyak di tentukan oleh kegiatan-kegiatan periklanan dalam menunjang usaha penjualan yang menentukan kelangsungan hidup produksi perusahaan, terciptanya lapangan kerja, serta adanya hasil yang menguntungkan dari seluruh uang yang di investasikan

Bisnis betitik mula pada penjualn, dan tanpa penjualan, bisnis tidak ada sama sekali. Itulah sebabnya, iklan sangat diperlukan. Iklan bukan hanya ditujukan untuk menjual atau membujuk konsumen agar membeli barang demikepuasan individu. Iklan juga menawarkan jasa. Terkait dengan itu, marketing siaran radio berarti pemuasan kebutuhan pengiklan dan pendengar, serta pemirsa. Karena iklan adalah bagia dari keseluruhan kegiatan penyiaran.

Tujuan utam media penyiaran sesungguhnya adalah memiliki pasar, tidak hanya membuat atau menjual suatu program. Ketika media

penyiaran memiliki pasar, maka media penyiaran dapat melakukan segala hal secara berbeda, demikian juga dengan para pendukung media penyiaran itu dapat melakukan hal yang sejalan dengan keinginan media penyiaran. Memiliki pasar dapat mejadi lingkaran peneguhan. Dengan demikian pasar itu, suatu radio dapat mendominasi bidang tertentu. Artinya sebuah media penyiaran contohnya radio memiliki ciri khas yang memiliki nilai jual.

Tugas marleting iklan adalah memasarkan, menawarkan serta menjual produk iklan sesuai dengan standar harga yang ditetapkan. Memberi masukan atau strategi yang tepat pada calon pengiklan juga merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pengiklan. mereka bisa menjadi kosultan yang baik dari pengiklan.

Sejak awal berdirinya, radio Start FM Panyabungan melakukan berbagai strategi komunikasi. Pada awalnya radio Start FM Panyabungan hanya menggeluti bidang marketing periklanan dan siaran langsung. Menangani iklan dari para klien serta melakukan kegiatan siaran langung dengan mempromosikan program-program yang bermutu untuk disiarkan agar calon pengiklan sadar akan keeksistensian radio Start FM itu sendiri. Namun seiring berjalannya waktu, radio Start FM juga menagani even dan membuat divisi untukitu.

Namun kini, radio Start FM Panyabungan telah memproduksi dan menyiarkan banyak iklan. Mereka menyiarkan iklan yang berasal dari iklan komersil.

Tidak dipungkiri, terkadang ada complain atau kritik dari para pengiklan di setiap kegiatan. Namun, radio Start FM akan merespon cepat setiap adanya keluhan dari pengiklan. meski demikian, Start FM Panyabungan melayani klien dengan sebaik-baiknya agar tidak terjadi kekecewaan. Itulah mengapa, sangat jarang sekali terjadi complain ataupun kritik dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh radio Start FM Panyabungan itu sendiri.

## 2. Marketing Siaran Langsung dan Talkshow

Media penyiaran sangat penting. Termasuk dalam bidang siaran langsung dan talkshow. Lancarnya operasioanl karena pendapatan media siaran, maka akan mengukuhkan kredibilitas radio. Dengan demikian, visi dan misi media penyiaran dapat diraih. Selain itu, saat ini bekeja dimedia penyiaran bukanlah kerja sambilan. Media penyiaran dapat digunakan sebagai wahana untuk pengembangan karir broadcasting.

Media penyiaran merupakan intuisi public yang terbuka. Artinya, media penyiaran dapat dimiliki dan di operasionalkan oleh siapapun dari latar belakang pendidikan, sosial ekonomi dan kelompok masyarakat manapun. Selain itu, dalam perkembangan saat ini, media siaran bukan lagi hanya didominasi oleh perangkat media yang statis, akan tetapi telah menambah internet, jaringan dan media lainnya. Terlebih lagi, radio memiliki karateristik yang tidak dapat dilayani oleh media lainnya.

Penyiaran radio termasuk siarang langsung dan talkshow adalah media komunikasi massa, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk

secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Pemrograman mempunyai tujuan untuk mengatur dan menyusun materi-materi siaran atau acara-acara yang merupakan hasil produksi media penyiaran. Pengaturan waktu pengudaraan atau penayangannya dilakukan sedemikian rupa yang disesuaikan dengan karakter media penyiaran. Tujuannya sebagai strategi untuk meraih target audience yang diinginkan dan diharapkan mampu mengatasi persaingan pasar. Jadi acara yang disiarkan bukan demi kemuan orang media penyiaran, tetapi sepenuhnya kepuasan pendengar.

### 3. Marketing Event

Mengadakan suatu even dengan mengajak pendengar ataupun masyarakat adalah salah satu cara yang ampuh dalam menyampaikan pesan sebuah brand. Marketing event harus mengadakan even yang memiliki pengaruh, membentuk image serta memberikan kesan kepada setiap orang yang hadir. Hal ini bertujuan agar terbentuk dan tercipta kesan yang berarti di hati masyarakat dalam waktu yang singkat. Mengingat event memiliki peranan yang cukup besar dalam kegiatan komunikasi. Even yang diselenggarakan dinilai efektif untuk meningkatkan kesadaran, meningkatkan image dari suatu produk serta penjualan sehingga dapat menambah jumlah klien agar mengiklankan produknya di radio Start FM Panyabungan.

Radio Start FM Panyabungan tentunya memiliki strategi yang diterapkan dalam menarik minat calon klien untuk melakukan event

sebagai radio yang mencakup even organizer. Salah satu strategi yang mereka terapkan dalam menarik minat calon klien yaitu dengan cara memerikan pelayanan yang baik serta menawarkan konsep ataupun ide yang menarik, kreatif serta unik untuk menarik sponsor lebih banyak. Mereka memberikan konsep kepada calon klien, setelah itu mereka memutuskan apa idenya yang sesuai dengan yang diinginkan calon klien.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Berdasarkan penelitian di Radio Start FM Panyabungan mengenai Strategi Komunikasi Radio Start FM Panyabungan Mandailing Natal Dalam Meningkatkan Jumlah pengiklan, peneliti menyimpulkan beberapa hal:

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat dipaparkan dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Start FM Panyabungan dalam meningkatkan jumlah pengiklan harus didasari oleh peralatan yang bagus terlebih dahulu. Jarak jangkauan pemancar yang jauh dan jernih, program siaran yang bagus dan penyiar yang handal adalah sinergitas yang harus dibangun, hal ini yang nantinya akan meningkatkan rasa percaya diri untuk mendekati para pengiklan. Jika hal ini sudah terbagun, maka langkah-langkah untuk mendekati para pengiklan dalam proses dapat dilakukan dengan mengirimkan surat penawaran kerjasama iklan. Di Radio Start FM Panyabungan sendiri untuk menarik pengiklan dibedakan 3 (tiga) jenis pengiklan harus, yaitu pengiklan Lokal Komersial, pengiklan Lokal Iklan Layanan Masyarakat dan pengiklan Lokal Nasional, ketiganya memiliki karakteristik yang berbeda untuk di dekati. Tetapi secara umum yang berisi informasi tentang apa itu radio Start FM Panyabungan secara lengkap beserta surat Penawaran kerjasama menjadi cara yang bisa dilakukan untuk menarik calon pengiklan baru untuk mencari tahu lebih jauh tentang Radio

Start FM Panyabungan. Kendala yang dihadapi dalam strategi ini adalah banyaknya pengiklan baru yang ragu-ragu untuk memasang iklan di radio, dengan pertimbangan perlu atau tidaknya memasang iklan di radio dan biaya yang cukup mahal untuk memasang iklan di radio.

2. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh radio Start FM Panyabungan dalam mendorong pengiklan dibedakan dalam 2 (dua) jenis pengiklan, yaitu mendorong pengiklan baru untuk melakukan iklan untuk pertama kali, dan pengiklan lama untuk di dorong untuk terus memasang iklan. Jenis pengiklan baru ini terkadang masih ragu-ragu untuk memasang karena tidak mengerti tentang mekanisme memasang iklan di radio, maka dengan bantuan marketing radio Start FM Panyabungan pengiklan jenis ini akan diberikan penjelasan mengenai kemudahan memasang iklan di radio dan meluruskan asumsi-asumsi yang kurang benar mengenai beriklan di radio, dengan memasang iklan untuk pertama kalinya. Sedangkan untuk pengiklan lama yang sudah beberapa bulan memasang iklan di radio, maka radio Start FM Panyabungan akan memberikan yang bagus agar mereka nyaman beriklan dan tidak lari memasang iklan di radio lain. Itu biasa berupa iklan agar lebih variatif. Penambahan bonus juga bisa dilakukan agar pengiklan mendapatkan jumlah spot iklan ataupun yang lebih banyak tanpa harus mengeluarkan tambahan biaya iklan. Cara-cara seperti ini yang akhirnya mendorong pengiklan lama untuk memperthankan beriklan di radio Start FM Panyabungan.

3. Strategi komunikasi menjaga hubungan baik yang dilakukan oleh radio Start FM Panyabungan untuk mempertahankan para pengiklan terus berada di dalam radar dilakukan dengan beragam cara, diantaranya adalah dengan terus memberikan program-program yang bagus untuk para pendengar, bertanggung jawab dan menghormati kontrak iklan. Hal lainnya adalah memberikan laporan iklan yang akan diserahkan sehari setelah kontrak iklan habis, laporan ini berisi jadwal penayangan iklan yang diputar lengkap dengan jam dan menitnya, laporan ini otomatis akan selalu diberikan baik itu di minta ataupun tidak oleh para pengiklan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan. Dalam strategi ini juga radio Start FM berusaha untuk membangun citra yang baik, dan hal itu dilakukan dengan berbagai acara yang dilakukan dalam event tertentu, misalnya acara syukuran dan santunan anak yatim, mengadakan acara karaoke di radio Start FM Panyabungan untuk berpartisipasi para pendengar yang memiliki hobby menyanyi, juga berpartisipasi menjadi media partner untuk acara-acara yang diadakan di sekitaran Kota Panyabungan. Semua itu dilakukan agar nama radio Start FM Panyabungan memiliki sepak terjang yang bagus, tidak hanya berusaha mencari keuntungan dari para pengiklan, tetapi juga memberikan sumbangsih kepada masyarakat sekitar ataupun para pendengar guna meningkatkan lebih.
4. Strategi komunikasi radio Start FM Panyabungan menggunakan Three way strategy terbukti dapat meningkatkan jumlah pengiklan yang masuk untuk

kerja sama dengan radio, hal ini dilihat dari grafik pertumbuhan jumlah pengiklan sepanjang 2017 lalu.

## 5.2 Saran

Setelah menyelesaikan wawancara dan menyelesaikan penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran untuk radio Start FM Panyabungan.

1. Radio Start FM Panyabungan sebagai radio swasta yang sudah cukup lama berada di Kota Panyabungan harus selalu memberikan program-program acara yang dapat dinikmati oleh banyak orang, program-program yang dipilih juga harus memberikan edukasi & hiburan agar masyarakat mendapatkan manfaat dari berbagai informasi yang disajikan.
2. Radio Start FM Panyabungan juga disarankan untuk membagi ilmunya kepada penyiar ataupun karyawan lain, sehingga tidak hanya berfokus. Tetapi para karyawan juga memiliki kesempatan untuk dapat merasakan bagaimana cara menghadapi para pengiklan. Hal ini tentunya menjadi bagus apa lagi tidak ada larangan untuk para karyawan ataupun para penyiar untuk mencari pengiklan di Radio Start FM Panyabungan.
3. Radio juga diharapkan dapat terus menjaga dan meningkatkan kredibilitas di mata para pengiklan, dengan terus menjaga tanggung jawab dan menerima segala bentuk saran ataupun juga masukan yang diterima. Tentunya segala saran dan masukan akan memberikan perusahaan radio Start FM Panyabungan dapat disukai oleh masyarakat dan juga pengiklan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

Biagi, Shirley, 2010, *Media/Impact: Pengantar Media Massa*, Jakarta: Salemba Humanika.

Bungin, Burhan, Prof. drs, *Penelitian Kualitatif*, 2007, Jakarta:; Kencana.

Effendy Onong U, 2009, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bnadung Remaja Rosdakarya

Jhon E. KENNEDY & Darmawan Soemanegara, 2008, *Marketing Communication; Taktik dan Strategi*, Jakarta, Bhuana Ilmu Popular

Kasali, Rhenald, 1992, *Manajemen, Periklanan Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*, Jakarta, PT. Pustaka Utama Grafiti.

Krisyantono, Rakhmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, 2009, Jakarta, Kencana

Monlee & Carla Jhonson, 2007, *Prinsip-prinsip periklanan Dalam Perspektif Global*, Jakarta, kencana.

Mega Gustia Helina, 2012, *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Paranti 105.6 FM Pandeglang Dalam Mendapatkan Iklan*, Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas Universitas Sutan Agung Tirtayasa.

Ruslan, Rosady, 2010 *Manajemen Public Relatio dan Media Komunikasi*. Edisi revisi 10. Jakarta. PT. Grafindo Persada.

Rizki Amaliah, 2013, *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Fajar FM Makasar dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan*, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanudin Makasar

Suprayogo, 2001, Tobroni, *Metode Penelitian Sosial* cet.1, Bnadung: Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. 2008 *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. CV. Andi Offset.

**Sumber Website/Internet :**

<https://www.google.com/search?q=radio+start+fm+panyabungan&oq=radio+start&aqs=chrome.1.69i57j0l2j46i10i433j0i10j69i60l3.9032j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8> (diakses pada 12 April 2021).

<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/4491/1/Muh.%20Said%20Hm.%20Tahir.pdf> (diakses pada 20 April 2021).

**Sumber e-journal :**

<http://eprints.upnyk.ac.id/18322/> (diakses pada 20 mei).

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

ada daftar wawancara  
Selasa  
27-04-20

## PEDOMAN WAWANCARA

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM  
PANYABUNGAN MANDAILING NATAL DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN

Nama Peneliti : Risna Barus

Prodi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tempat : Radio Start FM Panyabungan

Alamat : Jl. Lintas Timur, Sipolu-Polu, Panyabungan, Kabupaten  
Mandailing Natal

Waktu Wawancara: Pukul 10.00 WIB-selesai

### 1. Identitas Informan:

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin :
- c. Agama :
- d. Usia :
- e. Profesi :

### 2. Identitas Informan:

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin :
- c. Agama :
- d. Usia :
- e. Profesi :

1. Program apa saja yang ditayangkan oleh pihak Start FM Panyabungan dalam minat pengiklan?
2. Jenis-jenis iklan apa saja yang ditayangkan dan dipendukung oleh Radio Start FM Panyabungan?
3. Bagaimana program yang dilakukan dalam menarik minat para calon pengiklan baru Lokal dan Nasional?
4. Bagaimana program yang dilakukan dalam mendorong minat para calon pengiklan baru dan pengiklan lama?
5. Program seperti apa yang paling banyak memiliki slot penyiaran iklan?
6. Ada berapa jumlah penyiar di Radio Start FM Panyabungan?
7. Berapa jumlah jam siaran yang wajib bagi setiap penyiar?
8. Apakah setiap penyiar penyiar memiliki jadwal siaran masing-masing dengan program siaran yang berbeda-beda?
9. Pada saat penyiar mempromosikan sebuah iklan, apa ada kesulitan?
10. Ada berapa jenis lagu yang ditayangkan di Radio Start FM Panyabungan?
11. Biasanya lagu-lagu seperti apa yang menjadi favorite dari para pendengar?
12. Apakah di setiap program siaran memiliki penyiaran jenis lagu yang berbeda-beda?
13. Apakah setiap program memiliki segmen interaktif bagi para pengiklan?
14. Berapa persen jumlah pengiklan yang berinteraksi dalam segmen tersebut?
15. Apakah pada segmen interaktif ini, Radio juga menyiapkan promosi lainnya terhadap pendengarnya?
16. Apakah Radio Start FM memiliki komunitas fans?
17. Sejak kapan komunitas fans Radio Start FM berdiri?
18. Kegiatan seperti apa yang ada pada komunitas tersebut?
19. Apakah komunitas fans Radio Start FM memiliki peran penting dalam meningkatkan jumlah pengiklan?
20. Bagaimana cara Radio Start FM mempromosikan siaran Radio secara langsung pada saat jamnya pendengar?



039.17.311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 06 JANUARI 2021.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Risna Barus  
N P M : 1703110115  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
Tabungan sks : 127 sks, IP Kumulatif 3,48.

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi Radio Start FM panyabungan Mandailing Natal dalam meningkatkan jumlah pengiklan.	✓ 12/1 - 2021
2	Pengaruh iklan layanan masyarakat hemat listrik PT PLN dan sikap masyarakat.	
3	Strategi komunikasi organisasi PT PLN perseo dalam meningkatkan semangat kerja karyawan.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;\*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Jurusan :  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 06 JANUARI 2021.

Pemohon,

(RISNA BARUS)

PB: CORRY NOURICA

(Nurhasanah NASUTION, S.Sos., M.I. Kom.)  
\*) dilampirkan setelah judul ditandasetujui oleh Ketua Jurusan.



Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**

**Nomor : 54/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 975/SK/II.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **12 Januari 2021** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **RISNA BARUS**  
N P M : 1703110115  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VII (Tujuh) Tahun 2020/2021  
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM PANYABUNGAN MANDAILING NATAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN**

Pembimbing : **CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor Nomor 975/SK/II.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 039.17.0311 tahun 2021.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa kadaluarsa tanggal 12 Januari 2022.**



Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 10 Djumadil Awwal 1442 H  
12 Januari 2021 M



Dekan

**Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP**

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id>

[fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Nomor : 552/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Lampiran : --

Hal : *Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 16 Ramadhan 1442 H

28 April 2021 M

Kepada Yth : **Direktur PT. Radio Start Sراسي Swara 102.6 Fm**  
di-

Tempat.

Bissmillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **RISNA BARUS**  
N P M : 1703110115  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2020/2021  
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM PENYABUNGAN MANDAILING NATAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.  
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Dekan



**Dr. ARI PIN-SALIH, S.Sos., MSP.**

**PT. RADIO START SRASI SWARA (StArt) 102.6 FM**

Jalan AMD Lama, Kelurahan Kota Siantar, Kecamatan Panyabungan  
Mandailing Natal - Sumatera Utara



Panyabungan, 04 Mei 2021

Nomor : 1500/S4/StArt.13/V/2021

Perihal : **Surat Izin Penelitian**

Kepada Yth:

**Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Dengan hormat,

Salam silaturahmi, semoga Bapak terus dapat melakukan aktifitas sehari – hari dan selalu dalam lindungan-Nya. Amin.

Sehubungan dengan surat yang kami terima, Nomor : 552/KETII.3-AU/UMSU-03/F/2021,  
hal : Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa dengan nama di bawah ini :

Nama : **Risna Barus**

NPM : 1703110115

Prodi : Ilmu Komunikasi

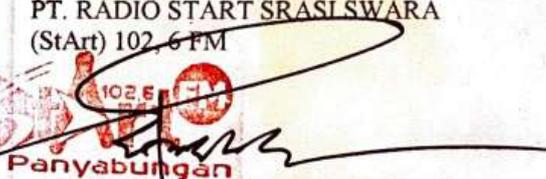
Semester : VIII (Delapan)/ Tahun Akademik 0220/2021

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM PANYABUNGAN  
MANDAILING NATAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
PENGIKLAN**

Maka dari itu kami menerima atau mengizinkan untuk melakukan penelitian di Radio Start  
Sراسي Swara 102,6 FM.

Demikian surat ini kami buat, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,  
PT. RADIO START SRASI SWARA  
(StArt) 102,6 FM

  
Panyabungan  
**KHOIRUDDIN FASLAH SIREGAR**  
Direktur

Office/Fax : 0636 20442 | Studio : 0812 8888 1026 WA/SMS : 0812 9172 1177 | Facebook : [www.facebook.com/start102.6fm](http://www.facebook.com/start102.6fm)  
Email : [startfmpanyabungan@yahoo.com](mailto:startfmpanyabungan@yahoo.com) / [radiostartfm@gmail.com](mailto:radiostartfm@gmail.com) | Website : [www.startfmmadina.com](http://www.startfmmadina.com)





Unggul, Cerdas & Terpercaya

ila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Medan, 13 Februari 2021.

Kepada Yth.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Risna Barus  
N P M : 1703110115  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 51./SK/II.3/UMSU-03/F/2021 tanggal 12 JANUARI 2021 dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM PANYABUNGAN MANDAILING NATAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proopsal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap -3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Menyetujui :

Pembimbing

(CORRY NOVRICA AP SINAGA) S.Sos., M.A

Pemohon,

(Risna Barus)



**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 261/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Sabtu, 27 Februari 2021  
Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai  
Tempat : Online/Daring  
Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
6	URSILA FAZRIN DAMANIK	1703110086	RAHMANITA GINTING, S.Sos., M.A., Ph.D.	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	PENGARUH TAYANGAN SINETRON IKATAN CINTA TERHADAP MINAT MENONTON PADA KALANGAN IBU-IBU
7	RISNA BARUS	17031100115	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM PANYABUNGAN MANDAILING NATAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN
8	CAHIRUNNISA IVANKA	1703110069	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	KOMUNIKASI INTERPERSONAL PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF DAN PRESTASI KERJA PEGAWAI PT. PLN GARDU INDUK LABUHAN BELAWAN
9	MELA TAMIRA RAMAYANI	1703110119	ASMAWITA, Hj, AM, MA	Dr. JUNAIDI, S.Pdi. M.Si.	KOMUNIKASI INTERPERSONAL ORANG TUA TERHADAP ANAK DALAM MENERAPKAN IBADAH SHOLAT SELAMA MASA PANDEMI COVID-19
10	CLARA WIRIANDA	1703110101	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. RUDIANTO, M.Si.	ANALISIS SEMIOTIKA PROPOGANDA PADA FILM THE HATER

Medan, 13 Rajab 1442 H

25 Februari 2021 M

  
Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama lengkap : **Risna Barus**  
N P M : **1703110115**  
Jurusan : **ILMU KOMUNIKASI**  
Judul Skripsi : **Strategi komunikasi Radio Start fm panyabungan Mandailing Natal Dalam Meningkatkan Jumlah pengiklan.**

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1).	02-01-21	Konsultasi Judul	cf cf cf cf cf cf cf cf cf cf cf
2).	18-01-21	Memberikan SK-2	
3).	25-01-21	Bimbingan atau revisi proposal	
4).	01-02-21	Bimbingan atau revisi proposal	
5).	15-02-21	Bimbingan atau revisi proposal dan acc	
6).	22-02-21	Bimbingan kuesioner	
7).	03-03-21	Bimbingan dan mengerjakan skripsi.	
8).	14-06-21	Bimbingan skripsi	
9).	08-07-21	Bimbingan skripsi : Abtrak, dan analisa data.	
10).	01-09-21	Perbai Abstrak	
11)	06-09-21	Acc skripsi	

Medan, 06 - SEPTEMBER 2021...

Dekan,

Ketua Jurusan,

Pembimbing,

*(Signature)*  
*(Signature)*  
*(Signature)*  
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP (AKHYAR ANSORI S., S.Sos., M.I. Kom COEY NOURICA AP, Sinaga



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10



**UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI**  
Nomor: 985/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Selasa, 14 September 2021  
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	DHIYAZ DANU PRAYOGA	1603110064	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP JASA TRANSPORTASI UDARA TERKAIT JATUHNYA PESAWAT SRIWIJAYA AIR SJ-182
2	RISNA BARUS	1703110115	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	STRATEGI KOMUNIKASI RADIO START FM PANYABUNGAN MANDAILING NATAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGIKLAN
3	EPIKA HIDAYAH	1703110081	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dra. Hj. ASMAWITA AM, Lc., MA	EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL PINTEREST TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN MAHASISWA TATA BUSANA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
4	ANISYA HAFILA HARTONO	1703110070	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	Dra. Hj. ASMAWITA AM, Lc., MA	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SMA HARAPAN III MEDAN DALAM MENDAPATKAN SISWA BARU DI MASA PANDEMI COVID 19
5	NAZLA IRWANI	1703110099	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dra. Hj. ASMAWITA AM, Lc., MA	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KECAMATAN BATANG KUIS KABUPATEN DELI SERDANG

Notulis Sidang :

total : 7 mhs  
11.09.21  
kom

Medan, 03 Satar 1443 H

10 September 2021 M

1.

Panitia Ujian

Ditetapkan oleh :  
Rektor  
Vice Rektor I  
Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Katwa,  
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Sekretaris  
Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Biodata Peneliti



Nama : Risna Barus  
Tempat/Tanggal Lahir : Kotanopan, 24 Februari 1999  
Usia : 22 Tahun  
Anak ke : 4 dari 4 Bersaudara  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jalan Abdul Haris Nasution, Desa Sipolu-Polu  
Kecamatan Panyabungan

### Data Orangtua

Nama Ayah : Kibar Barus  
Nama Ibu : Saharni Matondang  
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta  
Pekerjaan Ibu : -

### Riwayat Pendidikan Formal

SD : Negeri 200101 Padangsidempuan  
SMP : SMPN 1 Panyabungan  
SMA : SMK Negeri 1 Panyabungan  
S1 : FISIP UMSU

Medan, 06 September 2021

Risna Barus