

**STRATEGI RADIO SMART FM PEKANBARU
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA
DI ERA DIGITAL**

SKRIPSI

Oleh :

ARIRIANGGRAINI
1903110234

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Broadcasting



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Ariri Anggraini
NPM : 1903110234
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Radio Smart Fm Pekanbaru Dalam
Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital
Medan, 13 Juni 2023

Pembimbing



Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN : 0110077602

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi



Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0127048401



Dekan

Dr. Azzila Saleh, S.Sos, MSP

NIDN : 0030017402

PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Ariri Anggraini
NPM : 1903110234
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu, 24 Mei 2023
Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr PUJI SANTOSO, S.S, M.SP.
PENGUJI II : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.
PENGUJI III : NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.



(.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini peneliti, Ariri Anggraini, NPM 1903110234, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Peneliti menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat 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 peneliti sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

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

Medan, 14 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Ariri Anggraini

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Puji serta syukur peneliti kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna menyelesaikan pendidikan sarjana. Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti mengalami kesulitan serta hambatan baik itu hambatan teknis maupun hambatan *non* teknis. Namun berkat izin Allah SWT, usaha, doa, semangat, bantuan, bimbingan serta dukungan yang peneliti terima secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan harapan.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada Ayah, Ibu, Saudara dan keluarga yang telah memberikan semangat, doa, motivasi serta bantuan moril dan materil sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti juga ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya 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 Dr. Abrar Adhani M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Ibu Dra, Yurisna Tanjung, MAP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Bapak Akhyar Anshori S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Faisal 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 Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih telah bersedia meluangkan waktu dan kesabarannya untuk membimbing dan memberikan dukungan yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan 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 Muhammad Rizal selaku Station Manager Radio Smart FM Pekanbaru
10. Bapak Alvin Gazali selaku Penyiar Radio Radio Smart FM Pekanbaru
11. Kakak kandung saya Dr. Wahyuni Indah Sari serta Bapak Toto Irwanto dan Ibu Masni yang telah memberikan support dan selalu mendoakan penulis untuk dapat mencapai hasil terbaik dalam penulisan skripsi.
12. Siti Mutiara Khairani, Indah Ayu Lestari, Adinda Natasya Amelia, yang setia mendengar keluh kesah selama proses penulisan berlangsung.

Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Walau tidak tertulis, insyaallah perbuatan kalian akan menjadi amal baik, aamiin. Peneliti menyadari skripsi ini masih memerlukan penyempurnaan dari berbagai aspek, oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan skripsi yang telah peneliti buat.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepadaseluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam melakukan kegiatan pembuatan skripsi ini dan semoga semua ini menjadi rahmat serta manfaat dari Allah SWT kepada kita semua.

Medan, 17 Maret 2023
Penulis,

Ari Anggraini
1903110234

STRATEGI SMART FM PEKANBARU DALAM MEMPERTAHANKANEKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL

ARIRI ANGGRAINI

1903110234

ABSTRACT

Skripsi yang berjudul “Strategi Radio Smart FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital” merupakan kajian yang memaparkan strategi radio Smart FM dalam upaya mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini. Penelitian ini mendeskripsikan strategi radio, strategi program dan strategipartner. Jenis penelitian ini adalah kualitatif riset Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Radio Smart FM Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Dengan menggunakan teori agenda setting, peneliti ingin melihat bagaimana sebuah media penyiaran dapat mengemas program acara yang dapat menarik perhatian khalayak sehingga dianggap penting bagi khalayak. Dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Dengan objek penelitian adalah Penyiar Radio Smart FM Pekanbaru. Dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Dengan teknik analisis data interaktif miles dan huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Radio Smart FM Pekanbaru terletak pada program siaran yang disampaikan, dan terletak pada bagaimana radio mempertahankan pendengarnya melalui program siaran tersebut.

Kata Kunci : Teori Agenda Setting, Eksistensi, Era Digitalisasi

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| KATA PENGANTAR | i |
| ABSTRAK..... | iii |
| DAFTAR ISI | iv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 5 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 6 |
| BAB II URAIAN TEORITIS | 7 |
| 2.1 Strategi..... | 7 |
| 2.2 Beberapa Pendapat Tentang Strategi | 9 |
| 2.3 Tujuan Strategi Komunikasi..... | 11 |
| 2.4 Sejarah Radio..... | 12 |
| 2.5 Defenisi Radio | 14 |
| 2.6 Karakteristik Radio..... | 15 |
| 2.7 Format Radio | 19 |
| 2.8 Radio Smart FM Pekanbaru | 21 |
| 2.9 Eksistensi | 22 |
| 2.10 Digitalisasi..... | 24 |
| 2.11 Media Massa..... | 25 |
| 2.12 Teori Agenda Setting..... | 26 |
| 2.13 Penelitian Terdahulu..... | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 32 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 32 |
| 3.2 Kerangka Konsep | 32 |
| 3.3 Defenisi Konsep | 33 |
| 3.4 Kategorisasi Penelitian | 33 |
| 3.5 Narasumber..... | 34 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 34 |

| | | |
|--|--|----|
| 3.7 | Teknik Analisa Data | 36 |
| 3.8 | Teknik Analisis Data | 39 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 40 |
| 4.1 | Deskripsi Singkat Objek Penelitian | 40 |
| 4.2 | Program Acara Smart Fm Pekanbaru | 42 |
| 4.3 | Hasil Penelitian..... | 50 |
| BAB V PENUTUP | | 69 |
| 5.1 | Simpulan..... | 60 |
| 5.2 | Saran | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 63 |
| LAMPIRAN | | |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia diciptakan Tuhan dibekali dengan dua peran sekaligus yaitu sebagai makhluk pribadi dan makhluk sosial. Untuk menjalankan kedua peran tersebut, manusia memerlukan sebuah sarana yang disebut komunikasi, Komunikasi menjadi semacam jembatan penghubung antara manusia dengan lingkungannya dan manusia dengan dirinya sendiri. Dengan kata lain tanpa adanya komunikasi, interaksi antar manusia tidak akan terjadi. Komunikasi mempunyai dua sifat umum, yaitu langsung dan tidak. Komunikasi langsung berupa proses tatap muka (*face to face*) antara manusia satu dengan manusia lain. komunikasi tidak langsung memerlukan perantara atau media untuk menghubungkan manusia satu dengan manusia lain, misalnya : TV, Radio, internet, surat kabar, dan lain-lain (Sinaga 2017).

Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar heterogen melalui media cetak maupun media elektronik, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak kepada khalayak/masyarakat. Unsur komunikasi massa tersendiri yakni radio dan televisi. Hanya saja perbedaan diantara keduanya adalah, radio hanya bersifat audio saja, akan tetapi televisi bersifat tidak hanya audio tetapi juga visual.

Melihat perkembangan media yang saat ini kian pesat, masyarakat dapat dengan mudah mengakses segala informasi dengan cepat. Kebutuhan akan

informasi inilah yang membuat individu lebih selektif lagi dalam memilih media untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, tentu hal ini sangat berkaitan dengan media massa, baik media cetak (koran, majalah dan lain-lain) ataupun media elektronik (radio dan televisi). Semakin mudahnya masyarakat dalam mengakses informasi dari media baik media cetak maupun elektronik, tak jarang hal ini menjadi persaingan ketat bagi para media untuk bisa menarik maupun mempertahankan konsumennya demi mendapatkan keuntungan bagi media tersebut.

Media massa seperti radio merupakan salah satu media yang menyajikan informasi dengan cepat. Karena media siaran ini memiliki kemampuan yang tinggi untuk menyebarluaskan informasi secara cepat maupun serentak kepada khalayak luas. Meski radio terbilang sebagai media komunikasi massa yang tertua dan paling familiar di seluruh penjuru dunia dan meski di era digital sekarang, banyak media- media baru yang bermunculan seperti internet, radio masih menjadi salah satu media komunikasi massa yang bertahan dan berkembang hingga sampai saat ini. Karena radio hingga kini masih dipercaya sebagai media komunikasi yang disukai masyarakat karena memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, baik berita maupun hiburan yang mampu membuat optimisme serta menjalin interaksi antara penyiar dengan pendengarnya.

Dan paling familiar di seluruh penjuru dunia dan meski di era digital sekarang, banyak media-media baru yang bermunculan seperti internet, radio masih menjadi salah satu media komunikasi massa yang bertahan dan berkembang hingga sampai saat ini. Karena radio hingga kini masih dipercaya

sebagai media komunikasi yang disukai masyarakat karena memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, baik berita maupun hiburan yang mampu membuat optimisme serta menjalin interaksi antara penyiar dengan pendengarnya.

Radio siaran lebih mengedepankan siaran yang menarik dengan berbagai paduan audio seperti kata, lagu, penyiar dan lainnya. Sehingga mampu menghasilkan suatu program yang berkualitas yang tentunya hal ini dapat mempertahankan dan menarik minat dari pendengar.

Akan tetapi, melihat pada era digitalisasi saat ini, banyak media-media baru yang mulai bermunculan seperti halnya media sosial. Media sosial yang dapat dengan mudah diakses dan digunakan oleh masyarakat, baik itu anak-anak sampai orang dewasa, membuat media massa seperti radio dapat terancam eksistensinya.

Masyarakat sekarang ini dengan mudah mendapatkan informasi dan hiburan ataupun lagu-lagu dari dunia maya atau internet. Sepertidari instagram, line, youtube, twitter, facebook dan media sosial lainnya. Pesatnya pertumbuhan internet menjadi pesaing berat bagi pemilik dan pengelola stasiun radio. Pengelola stasiun radio dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif menarik minat pendengar. Karena jika kalah bersaing, eksistensi radio akan tersisihkan karena dikalahkan oleh media internet. Radio dituntut mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, khususnya internet. Kalau tidak, radio akan kalah bersaing dan mati secara perlahan-lahan. Manajemen radio harus terus dibenahi demi kelangsungan hidup radio siaran dan memiliki strategi dalam menghadapi persaingan dengan media sosial lainnya.

Smart FM Merupakan stasiun radio swasta berjarangan. Smart SM lahir dari keprihatinan akan kurangnya konten yang mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya mengelola kehidupan, kepribadian dan juga segala aspek bisnis dan finansial untuk dapat lebih meningkatkan kehidupan yang lebih baik. Misi Radio Smart FM diantaranya adalah Memberdayakan masyarakat Indonesia, Mengembangkan program-program berkualitas (*Information - Knowledge - wisdom*) secara berkesinambungan, Memberikan layanan prima, serta Memberikan kepuasan bagi pendengar, mitra usaha, karyawan dan investor.

Perkembangan dan persaingan radio di Riau khususnya di Kota Pekanbaru sangat ketat, sehingga dibutuhkan kemampuan dan keahlian untuk mempertahankan pendengar lama dan menarik pendengar radio yang baru. Regulasi bidang penyiaran yang membawa berbagai perubahan memberikan tantangan baru bagi Pengelola media penyiaran. Radio sebagai industri penyiaran membutuhkan kreativitas dan keahlian untuk memenangkan persaingan (Nasution 2018).

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik dan memilih Radio Smart Fm Pekanbaru untuk diteliti, bagaimana Strategi Radio Smart Fm Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu “Bagaimana Strategi Radio Smart Fm Pekanbaru Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Strategi Radio

Radio Smart Fm Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1.4.1. Secara Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsihpemikiran dalam disiplin ilmu strategi radio dibidang komunikasi dan penyiaran.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi penelitian komunikasi khususnya tentang strategi radio dalam mempertahankan eksistensinya di era digital sehingga dapat dijadikan rujukan maupun masukan bagi para mahasiswa ilmu komunikasi lainnya.

1.4.2. Secara Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan khususnya bagi mahasiswa maupun seluruh masyarakat peminat eksistensi radio pada era digital.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi pengelola industri media massa khususnya di kota Pekanbaru.

1.5. Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi tentang uraian dari Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat

Penelitian, dan Sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis yaitu menjelaskan dan menguraikan tentang paparan data dan temuan yang berisi gambaran umum dari Radio Suara Kancanta, sejarah berdirinya Radio Suara Kancanta, data perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, program siaran, target pendengar, dan struktur kerja.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan dan narasumber, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan merupakan berisi tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan Penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bagian penutup isi merupakan uraian dan penjelasan tentang simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Strategi

Kata “Strategi” berasal dari akar kata bahasa Yunani *Stratogos* yang secara harfiah berarti “seni umum”, kelak tern ini berubah menjadi kata sifat *strategia* berarti keahlian militer” yang belakangan diadaptasikan lagi kedalam lingkungan bisnis modern. Kata *stratogos* bermakna sebagai (Alo Liliweri 2011:240)

- a. Keputusan untuk melakukan suatu tindakan dalam jangka panjang dengan segala akibatnya.
- b. Penentuan tingkat kerentanan posisi kita dengan posisi para pesaing (ilmu perang dan bisnis).
- c. Pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas terhadap kemungkinan penyadapan informasi dan topografis.
- d. Penggunaan fasilitas komunikasi untuk penyebaran informasi yang menguntungkan berdasarkan analisis geografi dan topografis.
- e. Penemuan titik-titik keamanan dan perbedaan penggunaan sumber daya dalam pasar informasi.

Lalu apa itu Strategi Komunikasi ?

- a. Strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan, dan mempromosikan suatu visikomunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.
- b. Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan dari beberapa opsi komunikasi.
- c. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan

teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi

- d. Adalah tujuan akhir komunikasi, strategi berperan memfasilitasi perubahan perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen.

Karena itu strategi komunikasi harus selalu dihubungkan dengan :

- a. Siapa yang bicara.
- b. Maksud apa saya bicara.
- c. Pesan apa yang harus disampaikan kepada seseorang.
- d. Cara bagaimana saya menyampaikan pesan kepada seseorang.
- e. Bagaimana mengukur dampak pesan tersebut.

Namun secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penempatsasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai. Jadi bisa dikatakan bahwa strategi merupakan suatu acuan atau langkah awal suatu tindakan yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

Sedangkan defenisi strategi dalam Kamus Bahasa Indonesia diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus, akan tetapi ada beberapa ahli yang yang mendefenisikan strategi sesuai dengan sudut pandangnya masing-masing.

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Dalam strategi yang baik terdapat kordinasi tim kerja, memiliki temamengidentifikasi factor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip

pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

2.2 Beberapa Pendapat Tentang Strategi

2.2.1 Kepner-Tregeoe dan Strategi Manajemen Puncak

Buku *Top Management Strategy* yang ditulis Benjamin Tregeoe dan John Zimmerman dari Kepner-Tregeoe, Inc, mendefinisikan strategi sebagai “kerangka kerja yang membimbing orang-orang untuk memilih dan menentukan sifat dan arah dari sebuah organisasi.” Pada akhirnya, inti strategi adalah untuk memilih produk (atau jasa) yang akan ditawarkan kepada pasar. Tregeoe dan Zimmerman mendesak para eksekutif untuk mendasarkan keputusan mereka sebagai suatu “penggerak” bisnis. Meskipun ada sambilan peluang kekuatan mendorong, namun hanya satu yang dapat berfungsi sebagai dasar strategi bisnis tertentu (Alo Liliweri, 2011:243).

2.2.2 Kritik Liddel Hart Terhadap Clausewitz B.H.

Liddel Hart, dalam bukunya, *Strategi*, menulis hasil penelitiannya tentang sejarah peperangan dan pertempuran sejak jaman Yunani kuno Perang Dunia II. Dia menyimpulkan bahwa defenisi “strategi merupakan seni tempur untuk mendapatkan objek dari peperangan”, merupakan defenisi yang cacat karena defenisi ini hanya mengamankan suatu kebijakan mencapai tujuan tertentu. Liddel mengkritik baha Clausewitz mengabaikan defenisi dari Moltke yang mengatakan bahwa strategi adalah adaptasi praktis untuk menempatkan pasukan untuk mencapai objek tertentu yang tampak nyata (Alo Liliweri, 2011:241).

2.2.3 Kenneth Andrews dan Dua Strategi

Kenneth Andrew menyajikan definisi panjang tentang strategi dalam bukunya *The Concept of Corporate Strategy*. Kata Andrews “Strategi perusahaan adalah pola suatu keputusan yang sangat menentukan dan dapat mengungkapkan arah, sasaran, dan tujuan melalui penetapan kebijakan dan rencana utama perusahaan untuk mencapai tujuan ini. Andrews juga menjelaskan antara : (1) “Strategi perusahaan” sebagai strategi untuk menentukan jenis bisnis dimana perusahaan tersebut akan bersaing dengan (2) “Strategi bisnis” sebagai strategi persaingan yang ditentukan oleh perusahaan untuk menentukan bagaimana cara bersaing secara sehat dalam jenisbisnis dari perusahaan tersebut. Dengan demikian, “dua strategi” yang dikatakan Andrews, merupakan bentuk antisipasi untuk meraih suatu “posisi” strategi seperti diungkap oleh Mintzberg. Apakah strategi merupakan dasar suatu kompetisi ? profesor Michel Porter dari Harvard Business School yang akan menjawab Pertanyaan tentang konsep strategi kompetitif tersebut (Alo Liliweri,2011:243).

2.2.4 Michael Porter dan Strategi Kompetitif.

Pada tahun 1996, porter berpendapat bahwa “strategi kompetitif” merupakan “tindakan untuk membuat sesuatu menjadi berbeda”. Singkatnya, Porter berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan posisi kompetitif, tentang tampilan anda yang berbeda dimata para pelanggan, tentang nilai tambah dari produk anda karena anda menggabungkan beberapa hal yang berbeda dari produk yang ditampilkan oleh para pesaing anda. Lalu dalam bukunya, Porter mendefinisikan strategi kompetitif sebagai “kombinasi dari tujuan akhir dimana perusahaan berusaha keras melalui cara dan kebijakan tertentu untuk sampai ke titik tujuan.” (Alo Liliweri, 2011:243).

2.2.5 Michel Robert dan Driving Force

Michel Robert memberikan definisi “Strategi” dalam bukunya *Strategy Pure e- Simple*, bahwa pembicaraan tentang strategi sebaiknya dikaitkan dengan konsep “manajemen strategis.” Kata Robert baik manajemen strategis dan berfikir strategis dalam membuat suatu keputusan sangat ditentukan oleh 4 faktor (Alo Liliweri, 2011:244): (1) produk dan layanan, (2) pelanggan, (3) segmen pasar, (4) area geografis. Robert mengemukakan bahwa keputusan strategis untuk mengatasi pelayanan bagi pelanggan, terutama pada para pelanggan ada segmen pasar dimana (area geografis) suatu produk beroperasi merupakan driving force bagi keberhasilan suatu perusahaan.

2.3 Tujuan Strategi Komunikasi

Adapun tujuan strategi komunikasi (Alo Liliweri, 2011:248-249) yaitu sebagai berikut : Memberitahu (*Announcing*) Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah announcing, yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi. Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting. Memotivasi (*Motivating*) Dari penyebaran informasi yang dilakukan, maka kita dapat melakukan atau mengusahakan agar informasi yang disebarkan ini harus dapat memberikan motivasi bagi masyarakat untuk mencari dan mendapatkan informasi yang disampaikan.

Mendidik (*Educating*). Tujuan strategi komunikasi yang berikut adalah mendidik. Contohnya saja seperti bagaimana peranan dan keterlibatan masyarakat dalam memelihara kesehatan sehingga tidak tertular virus HIV/AIDS,

dan bagaimana menghindari demam berdarah melalui pembersihan lingkungan rumah tangga secara teratur. Ini yang kita sebut dengan *Strategi of educating*.

Menyebarkan Informasi (*Informing*). Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarkan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran kita. Diusahakan agar informasi yang disebar ini merupakan informasi yang spesifik dan aktual, sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasi ini tidak saja sekedar pemberitahuan, atau motivasi semata-mata tetapi mengandung pendidikan. Ini yang kita sebut sebagai *strategi of informing*.

Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*). Strategi komunikasi terakhir adalah yang mendukung pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasikan, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keberhasilan suatu kegiatan secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi organisasi. Jika tidak ada strategi yang baik dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif.

Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, 15 dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.

2.4 Sejarah Radio

Dalam Kamus Sejarah dan Budaya Indonesia, radio adalah “siaran suara dengan pemancar”. Menurut morison, radio adalah “siaran pengirim yang

menggunakan siaran frekuensi yang mengandung unsur berita, edukasi dan hiburan”. Sedangkan menurut Suryawati radio merupakan “suatu bentuk dari radiasi elektromagnetik, yang kemudian terbentuk ketika objek bermuatan listrik dari gelombang osilator (gelombang pembawa) dimodulasi dengan gelombang audio (ditumpangin frekuensinya) pada frekuensi yang ada dalam frekuensi gelombang radio di dalam suatu spectrum elektromagnetik, yang radiasi elektromagnetiknya bergerak dengan cara osilasi elektrik maupun magnetik” .

Menurut Dodi Marwadi (2007) radio adalah media yang dimana menggunakan hanya dapat menikmati menggunakan alat pendengaran. Radio adalah salah satu media penyampai pesan, gagasan, dan ide, melewati gelombang elektromagnetik, berupa sinyal-sinyal audio (Wahyuni 2018).

Radio mulai berkembang sejak pada tahun 1877, dimana saat itu diawali dengan hadirnya phonograph (*gramofon*), yang ditemukan oleh Edison pada tahun 1877. Gramofon dapat digunakan untuk memutar rekaman. Kemudian disaat yang sama James Clerk Maxwell dan Helmholtz Hertz melakukan eksperimen elektromagnetik untuk mempelajari sesuatu fenomena yang saat ini biasa dikenal oleh masyarakat, yaitu gelombang radio (Ahmad 2015).

Setelah ditemukan gelombang elektromagnetik dan sering dikenal sebagai gelombang radio yang diukur dengan satuan Hertz. Marconi adalah salah satu orang yang memanfaatkan penemuan ini untuk mengembangkan sistem komunikasi menggunakan gelombang elektromagnetik pada tahun 1896. Hanya saja waktu itu penggunaannya masih dalam tahap mengirim gelombang radio nyala dan mati, dan saat itu hanya dapat menyiarkan kode telegraf. Kemudian pada tahun 1906 Lee De Frost menemukan alat yang diberi nama vacuum tube,

dimana vacuum tube adalah suatu benda yang dapat menangkap sinyal radio yang masih lemah. Di tahun yang sama Reginald Fessenden menciptakan penemuan yang disebut dengan “penyiaran” untuk pertama kalinya. Saat itu telepon digunakan sebagai mikrofon. Tepat pada 1912 siaran radio secara regular dimulai oleh Charles Herrold (Ahmad 2015).

Di Indonesia, radio pertama kali dikenal pada tahun 1920, dan saat itu pula radio masih di masa perkembangannya. Tepat pada tanggal 16 Juni 1925 terbentuk perkumpulan radio amatir di Jakarta yang diberi nama “Batavia Radio Vereniging”. Pada tahun 1934 berdiri perkumpulan radio dari Belanda dengan nama NIROM (Nederlandsch Indische Omroep Maatschappij). NIROM berdiri tepat setelah dikeluarkannya undang-undang pada tahun 1934, dan mendirikan stasiun radio siaran di kota Bandung, Tegal, Pekalongan, Semarang, Magelang, Yogyakarta, Surakarta, Malang, dan Surabaya tetapi saat itu sasaran pendengar dari radio masih orang-orang dari Belanda (Nurprabandari 2015).

Sebelum masa kemerdekaan Indonesia, penyiar lahir di Indonesia untuk mendukung perjuangan kemerdekaan Indonesia, dengan isi yang disiarkan bertujuan untuk membakar semangat juang para pemuda-pemudi di Indonesia zaman dahulu agar mereka semangat untuk mengusir para penjajah dari Indonesia. Radio juga digunakan oleh orang Indonesia untuk memproklamasikan kemerdekaan Indonesia yang disiarkan ke seluruh dunia melalui studio radio milik orang Jepang, sehingga seluruh dunia mengetahui berita, atas proklamasi kemerdekaan Indonesia (Wargadalem 2020).

2.5 Defenisi Radio

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, secara singkat dijelaskan bahwa

radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara dengan gelombang elektromagnetik. Sedangkan siaran sendiri memiliki pengertian yaitu proses penyampaian pesan (komunikasi) yang bersifat satu arah maupun dua arah antara penyiar dengan pendengar.

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 (Studi, Komunikasi, and Penyiaran 2021).

“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 Indra 2008).

“Julian Newby dalam bukunya Inside Broadcasting (yang dikutip oleh Masduki) menyebutkan, *radio Is The Birth Of Broadcasting*” (radio adalah 15 anak pertama dunia penyiaran). Sejarah media penyiaran diawali oleh penemuan teknologi radio (Masduki 2017).

2.6 Karakteristik Radio

Radio sebagai media massa, memiliki beberapa karakteristik yang unik dan khas, yang juga tentunya mempunyai unggulan dan kelemhannya. Dalam menyampaikan pesan atau isi dan pernyataan yang dikemas dalam suatu program, radio mempunyai cara tersendiri yang di sebut dengan gaya radio

meliputi bahasa kata-kata lisan, musik/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* (A. Lus. Y. Triartanto 2010:31-32).

Beda halnya dengan Yulia Wanda (2010) yang bicara soal karakteristik radio siaran, dia mengungkapkan ada beberapa hal yang tercatat sebagai kelebihan dan kelemahan. Karakteristik ini akan membedakannya dengan media massa lainnya, seperti media cetak dan televisi. Adapun kelemahan dan kelebihan radio siaran (Wanda, 2010:66-68) yaitu :

2.6.1 Kelebihan :

a. Kecepatan

Di Indonesia, unsur kecepatan radio siaran dalam sisi penyampaian masih jauh lebih cepat ketimbang koran, majalah dan televisi. Buktinya saja, berita atau peristiwa yang terjadi dapat disampaikan langsung pada saat yang sama oleh radio siaran, sedangkan media cetak dan televisi masih harus melalui proses produksi yang memakan waktu lama. Media cetak membutuhkan waktu cetak dan peredarannya, sedangkan televisi membutuhkan proses produksi yang rumit dan mahal.

b. Imajinatif

Sifat auditif yang ditampilkan di radio siaran memiliki keunggulan untuk merangsang imajinasi pendengar. Imajinasi ini sama sekali tidak tergambar dalam media cetak atau televisi karena semuanya sudah menjadi jelas. Radio sering membuat orang berimajinasi, yang kadang sering tidak

cocok antara fakta dan imajinasi itu. Oleh karena itu, radio siaran sering dikenal dengan julukan "*Theatre of Mind*".

c. Murah

Dalam hal ini, pengertian "murah" dapat ditinjau dari 2 hal. Pertama, murah bagi pendengar. Artinya, mereka tidak dituntut untuk membayar iuran saat mendengarkan siaran radio, tidak perlu biaya kursus. Berbeda dengan media cetak dan televisi yang mengharuskan pemiantnya mengeluarkan biaya, seperti berlangganan dan membayar iuran untuk televisi. Murah juga berlaku untuk sarana radio penerimanya. Kedua, murah dalam hal peringkat dan biaya produksi. Pengertian ini harus dilihat kalau dibandingkan dengan biaya yang diperlukan untuk produksi media cetak atau televisi kedua media ini relatif butuh dana yang lebih besar ketimbang radio.

d. Alternatif Beragam

Mendengarkan radio siaran tidak akan mengganggu aktivitas pendengar. Dengan mendengarkan radio siaran, pendengar masih bisa melakukan aktivitas lainnya, seperti, bekerja, memasak, mengemudikan kendaraan, belajar dan sebagainya. Tentu saja, hal tersebut tidak mungkin dilakukan pada waktu membaca media cetak dan menonton tv. Selain itu, sangat memungkinkan untuk mendengarkan radio siaran dimanapun, sejauh perangkat radio dapat dibawa kemana-mana dan jangkauan siaran.

e. Personal

Radio siaran punya kekuatan dalam hal komunikasi yang bersifat

personal. Siaran selalu dirasakan seperti kunjungan kawan yang sangat pribadi sifatnya. Meski tergolong sebagai kategori media massa, tapi komunikasi yang dilakukan di radio siaran – menurut ahli komunikasi tetap tergolong dalam komunikasi personal. Hal tersebut merupakan keuntungan yang besar karena komunikasi personal dapat memungkinkan hubungan yang lebih erat antara penyiar dengan pendengarnya.

2.6.2 Kelemahan :

a. Selintas

Karena auditif, maka apa yang disampaikan lewat radio siaran bersifat selintas. Maksudnya, apa yang sudah disampaikan seketika itu akan hilang di udara. Dalam hal ini, kelemahan radio siaran adalah tidak mempunyai kekuatan dokumentasi. Berbeda dengan media cetak yang karena tertulis memungkinkan untuk dibaca ulang bila tidak mengerti. Sangat memungkinkan di radio siaran terjadi salah pengertian, entah karena salah menangkap, atau salah mengerti apa yang disiarkan.

b. Anti Detail.

Sangat sulit untuk menyajikan segala hal yang bersifat detail di radio siaran. Bagaimana mungkin dapat menjelaskan sesuatu yang detail secara auditif ? hal yang detail lebih menguntungkan bila disajikan secara visual. Oleh karena itu radio siaran diharapkan hanya menyampaikan hal-hal yang bersifat global. Kalau dipaksakan untuk membicarakan hal yang detail, pendengar akan merasa lelah dan membuat pendengar semakin tidak mengerti karena tidak bisa menangkap semua itu. Sifat radio siaran, gaya radio secara karakteristiknya,

Menurut (A. Lus. Y. Triartanto 2010:32-33) yaitu :

- a. Imajinatif, karena sifat radio siaran hanya bisa didengar, ketika penyiar berbicara di depan mikrophone, maka pendengar hanya bisa mendengarkan suaranya tanpa mengetahui sosok penyiarinya seperti apa. Imajinasi pendengar bisa beragam jenisnya. Pendengar bisa terhanyut perasaannya saat ia mendengarkan drama radio yang disiarkan.
- b. Auditori, radio adalah bunyi 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 sepiantas lalu.
- c. Akrab, media radio siaran adalah intim, karena penyiar menyampaikan pesannya secara personal/individu, walaupun radio itu didengarkan oleh banyak orang. Sapaan penyiar yang khas seolah ditujukan kepada diri pendengar secara seorang diri, menjadikan si penyiar seakan-akan berada di sekitarnya. 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 pameo atau bahasa-bahasa percakapan yang unik muncul dari dunia radio yang diperkenalkan oleh penyiar menjadi sesuatu yang nge-trend.

2.7 Format Radio

Sebuah format radio atau format pemrograman menjelaskan keseluruhan konten yang disiarkan di sebuah stasiun radio. Format radio biasanya digunakan

sebagai alat pemasaran dan terus berubah. Format radio didefenisikan juga sebagai formulasi seluruh aktivitas siaran dalam kerangka pelayanan pendengar. Format stasiun diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa dan bagaimana sebuah olah siar di stasiun radio hingga sebuah acara dikomunikasikan kepada pendengar. Ruang lingkup kajian format stasiun amat luas, tidak terbatas ada programming semata tetapi juga marketingnya.

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

Tentu dalam menarik minat pendengar agar tetap konsisten untuk mendengarkan radio, maka diperlukannya manajemen 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. Kelima hal tersebutlah yang akan dijadikan sebagai landasan dalam melakukan perencanaan 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 diulas 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. Selain itu juga memerlukan evaluasi program, yang dijadikan sebagai acuan agar mengetahui kekurangan program serta dapat membuat program yang lebih baik untuk kedepannya.

2.8 Radio Smart FM Pekanbaru

Radio Smart FM adalah sebuah perusahaan radio yang pertama kali berdiri pada tahun 1996 (Tribun Makassar, 2019). Pada tahun 2014 Radio Smart FM masuk menjadi bagian Group of Radio Kompas Gramedia bersama dengan stasiun radio Sonora FM dan Motion Radio, yang dikelola jaringan radio Magentic Network (Aucla 2019).

Radio Smart FM yang sekarang memiliki lokasi kantor di Jakarta, Gedung Kompas Gramedia Lt.5 Jl. Kebahagiaan 4-14, hingga kini telah mengudara di

10 kota yakni Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Medan, Pekanbaru, Palembang, Banjarmasin, Makasar, Balikpapan dan Manado untuk menyajikan konten yang berfokus pada dunia ekonomi dan bisnis baik nasional maupun internasional kepada pendengar- pendengarnya di Indonesia. Radio Smart FM Pekanbaru berlokasi di jalan Tangkerang Labuai, Bukit Raya, Pekanbaru city, Riau 28131. Radio Smart FM mengudara di frekuensi 101.8 FM di kota Pekanbaru.

2.9 Eksistensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Konsep eksistensi dalam kehidupan sosial manusia yang terpenting adalah keadaan dirinya sendiri atau eksistensi dirinya sendiri. Eksistensi data diartikan sesuatu yang menganggap keberadaan manusia tidaklah statis, artinya manusia senantiasa bergerak dari ke kemungkinan ke kenyataan. Proses itu berubah bila menjadi sesuatu yang mungkin makan besok akan berubah menjadi kenyataan karena manusia itu mempunyai kebebasan untuk bergerak.

Sedangkan menurut Abidin Zainal eksistensi merupakan suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya mengalami kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.

2.9.1 Strategi Kesesuaian (*Compability*)

Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Radio siaran harus membuat program yang sesuai dengan 28 kegiatan sehari-hari pendengar dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang tepat.

2.9.2 Strategi Membangun Kebiasaan (*Habit Formation*)

Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan khalayak melalui program yang disiarkan. Tidak heran jika dari pembentukan kebiasaan ini timbul sikap fanatik dari khalayak terhadap suatu program acara, sehingga khalayak enggan meninggalkan program yang disiarkan.

2.9.3 Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*)

Ketika sebuah program selesai disiarkan, maka program berikutnya disajikan antara program yang satu dengan berikutnya jumlah pendengar harus tetap dijaga dengan menyajikan program yang tetap bisa menjaga aliran pendengar agar tidak beralih ke siaran lain atau bahkan menarik pendengar siaran lain. Dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak lain. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*).

2.9.4 Strategi Pemeliharaan Sumber Daya Program (*Conservation of Program Resources*).

Tidak jarang program acara yang sangat terkenal akan sangat banyak digemari khalayak sekalipun menjadi sangat kuno ketika 29 ditayangkan

kembali. Oleh karena itu, stasiun radio dituntut untuk kreatif dalam menyajikan materi program yang disiarkan.

2.9.5 Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*).

Program acara yang ditayangkan dapat menjangkau khalayak luas, baik secara teknis maupun sosial. Namun demikian, hal ini bergantung pada status organisasi radio dan tujuan yang ingin dicapai melalui program acara yang disiarkan. Daya tarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan membenahi program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai oleh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program yang disajikan.

2.10 Digitalisasi

Digital berasal dari bahasa Yunani yaitu *Digitus*, yang berarti jari-jemari. Jumlah jari-jemari kita adalah 10, yang terdiri dari angka 1 dan 0. Oleh karena itu, digital merupakan penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 1 dan 0, atau on dan off (bilangan biner). Digital adalah sebuah metode yang kompleks, dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia.

Digitalisasi merupakan proses alih media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Teknologi digital merupakan teknologi yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia atau manual. Tetapi cenderung kepada sistem pengoperasian yang otomatis dengan format komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer. Saat ini adalah zaman dimana era

digital telah dimulai, semua serba menggunakan teknologi. Era dimana seluruh kegiatan manusia dikendalikan oleh kecanggihan teknologi yang disebut dengan digitalisasi.

Berdasarkan konteks penyiaran radio, digitalisasi radio berarti menerapkan teknologi radio yang membawa informasi dalam sinyal digital dengan metode modulasi digital. Dalam hal ini umumnya disebut dengan teknologi penyiaran digital audio. Sistem penyiaran radio digital berjalan melalui multiplexing dan kompresi yang menggabungkan sejumlah audio/data stream ke dalam satu kanal penyiaran (Iryana 2016).

2.11 Media Massa

Masyarakat menghadapi media massa sebagai alat kontrol sosial dan perubahan. Dengan demikian jelas sekali bahwa media massa dihadapkan suatu dilema, yakni menghadapi berbagai benturan kepentingan. Kelangsungan hidup media massa jelas tergantung pada bagaimana memelihara keseimbangan diantara berbagai kepentingan tersebut (Puji 2016).

Seperti yang direkomendasikan *Academy of Educational Development* bahwa untuk efektivitas komunikasi dibutuhkan sebuah jaringan media. Melalui jaringan media, potensi jangkauan pesan kepada khalayak menjadi sangat luas dan beragam. Beberapa prinsip umum mengenai potensi saluran (*media*) komunikasi dewasa ini, yakni : media penyiaran (*broadcast media*), media cetak, media rakyat (*fol media*) dan komunikasi antarpribadi. Yang lebih penting dari ketiga hal di atas adalah mampu menjangkau khalayak dengan cepat, efektif dan efisien. Melalui ketiga media ini, komunikasi yang efektif dapat diwujudkan dalam mempercepat proses sosialisasi ide

pembangunan secara menyeluruh.

Rogers dan Shoemaker mengatakan bahwa diantara saluran komunikasi yang ada, saluran interpersonal masih memegang peranan penting dibanding dengan media- media lainnya, terlebih di Negara yang belum maju dimana kurang tersedianya media massa yang dapat menjangkau khalayak, terutama warga pedesaan, yang tingkat buta hurufnya tinggi. Saluran media massa pada umumnya lebih banyak digunakan untuk komunikasi informatif. Dengan saluran ini, komunikator berusaha untuk memperkenalkan dan memberikan pengetahuan mengenai suatu peristiwa yang terjadi. Selanjutnya untuk perubahan perilaku, aktivitas komunikasi harus dilipat gandakan dengan menggunakan berbagai macam saluran.

2.12 Teori Agenda Setting

Secara etimologi (bahasa) *agenda setting* berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua suku kata, yakni *agenda* dan *setting*. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) kata *agenda* diartikan dalam dua pengertian, yakni (1) buku catatan yang bertunggal untuk satu tahun : acara rapat itu telah dicatat dalam agenda, acara (yang akan dibicarakan dalam rapat), hal itu tercantum juga dalam agenda rapat. Adapun kata mengagendakan, sebagai kata kerja berarti memasukkan dalam acara.

Berdasarkan pengertian secara etimologi diatas, maka pengertian *agenda setting* dapat dipahami sebagai pengaturan atau penyusunan agenda/acara/kegiatan. Hal ini sesuai dengan istilah yang dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi Indonesia sebagai penentuan atau penyusunan *Agenda*.

Adapun pengertian *Agenda Setting* dalam istilah Komunikasi adalah :

- a. Menurut Bernard C. Cohen *Agenda Setting Theory* adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa (Stanley J.B. 2007:13).
- b. Syukur Kholil mengutip pendapat Samsudin A. Rahin, yang mengemukakan bahwa *Agenda Setting* adalah peran media massa yang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi pendapat dan perilaku masyarakat dengan menentukan agenda terhadap masalah yang dipandang penting (Kholil,2007:36).
- c. Stephan W. Littlejohn dan Karen A. Fos mengemukakan bahwa *Agenda Setting Theory* adalah teori yang menyatakan bahwa media membentuk gambaran atau isu yang penting dalam pikiran. Hal ini terjadi karena media harus selektif dalam melaporkan berita. Saluran berita sebagai penjaga gerbang informasi membuat pilihan tentang apa yang harus dilaporkan dan bagaimana melaporkan (Littlejohn, 2009:416).
- d. Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw yang percaya bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mentransfer hal yang menonjol yang dimiliki sebuah berita dari news agenda mereka kepada public agenda. Pada saatnya, media massa mampu membuat apa yang penting menurutnya, menjadi penting juga bagi masyarakat (Nuruddin 2007:195).

Berdasarkan pendapat diatas, dapat dikemukakan bahwa *Agenda Setting*

Theory membicarakan tentang peran besar media massa dalam menentukan agenda orang-orang yang terkena informasi tersebut. Masyarakat menjadi terbiasa terhadap pemberitaan yang mereka dengar melalui media, sehingga informasi yang didapat menjadi bahan pembicaraan mereka sehari-hari. Karena, berita atau informasi yang mereka dapat melalui media itu, tidak hanya dapat menjadi ilmu pengetahuan bagi masyarakat, tetapi juga dapat bisa mengubah gaya hidup maupun perilaku masyarakat itu tersendiri.

Agenda Setting mulai dirintis sejak tahun 1968, ketika berlangsungnya penelitian tentang kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat. Penelitian ini berhasil menemukan hubungan yang tinggi antara penekanan berita dengan bagaimana berita itu dinilai tingkatannya oleh pemilih yang kemudian menjadi hipotesis teori agenda setting. Meningkatnya nilai penting tersebut bagi khalayak (Nuruddin, 2007:195).

Hasil penelitian inilah yang kemudian menjadi fenomena utama bagi Maxwell McComb dan Donald L. Shaw dalam melahirkan teori agenda setting pada tahun 1972 (Lubis, 2007:106). Yang dipublikasikan pertama kali dengan judul "*The Agenda Setting Function of the Mass Media*" *Public Opinion Quarterly* No. 37.

Aplikasi teori *agenda setting* pertama kali pada penelitian pemilu Presiden Amerika Serikat tahun 1968, memberikan hasil penelitian bebalik dengan teori efek media terbatas (*the limited media effect theories*) sebelumnya. Dengan kata lain, teori *agenda setting* menganggap media memiliki kekuatan untuk menarik perhatian dan mempengaruhi khalayak terhadap suatu isu. Fungsi teori ini berlangsung karena media sangatlah selektif dalam menyebarkan/menyampaikan

informasi yang dapat menarik perhatian public. Yang pada akhirnya teori ini mengasumsikan adanya hubungan yang positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan/isu dengan perhatian khalayak pada persoalan/isu yang sama (Rahmat, 1993:68).

Hadirnya teori *agenda setting* ini, telah banyak membantah teori-teori sebelumnya, seperti teori peluru, yang dikemukakan oleh Wilburn Schramm (1950- an), yang berasumsi bahwa efek media massa sangatlah luarbiasa, karena khalayak bersifat pasif dan tidak berdaya, meskipun teori ini telah dibantah oleh Wilburn Schramm pada tahun 1970 dengan meminta agar teori itu (*agenda setting*) tidak ada, sebab ternyata khalayak media massa tidak pasif.

Studi-studi diatas menunjukkan bahwa, *agenda setting* oleh media massadapat terjadi dalam beberapa kondisi. Akan tetapi kondisi berlaku di Negara industry dan dinegara yang sedang berkembang mungkin berbeda.

Ada dua asumsi yang mendasar dari teori ini, yaitu : (1) pers dan media tidak mencerminkan realitas yang sebenarnya, melainkan mereka membentuk dan mengkonstruk realitas tersebut. (2) Media menyediakan beberapa isu dan memberikan penekanan lebih keada isu tersebut, selanjutnya memberikan kesempatan kepada publik untuk menentukan isu mana yang lebih penting dibandingkan dengan isu lainnya.

Menurut Ritonga (2011:612), kekuatan teori *Agenda Setting* memiliki 2 kekuatan, yakni (1) khalayak bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal- hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu atau topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa. (2) Dampak media massa, kemampuan untuk menimbulkan perubahan kognitif diantara

individu-individu, telah dijuluki sebagai fungsi *Agenda Setting* dari komunikasi massa. Disinilah terletak dari efek komunikasi yang terpenting, kemampuan media untuk menstruktur dunia buat kita. Akan tetapi, yang jelas *Agenda Setting* telah membangkitkan kembaliminat peneliti pada efek komunikasi massa.

Selain kekuatan, Ritonga juga menjelaskan beberapa kelemahan dari Teori *Agenda Setting*, yakni (1) mayoritas berita yang ditayangkan hanyamenguntungkan si pemilik modal. (2) selain dari itu, teori *Agenda Setting* ini juga berperan bagaiakn pengadilan. Karena teori ini menganggap bahwa apa yang mereka beritakan ituadalah sebuah kebenaran padahal belum tentu seperti itu, sebab dalam proses kerja teori ini tidak ada istilah konfirmasi, yang ada hanya mendengarkan dari sepihak. Padahal seharusnya dalam menyampaikan sautu berita atau informasi, media haruslah bersikap netral sehingga tidak menimbulkan kesalahan dalam menentukan kebijakan ataupun keputusan.

2.13 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu, menjelaskan tentang daftar hasil dari penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, dengan tujuan sebagai pembanding dari penelitian yang hendak peneliti tulis dalam penelitian yang akan peneliti tulis, dengan demikian akan diketahui apa saja yang akan membedakan dari penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya.

Berikut adalah sumber penelitian terdahulu :

- a. Penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya” yang dilakukan oleh Corry Novrica AP Sinaga S.Sos M.ikom selaku dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun 2017. Penelitian ini mengkaji tentang pentingnya radio komunitas di Sumatera Utara, khusus dalam bidang penyiaran, jadi penting untuk

meningkatkan manajemen di dunia penyiaran radio. Tipe penelitian ini adalah secara deskriptif kualitatif, dengan mengadopsi pengamatan, wawancara dan dokumentasi.

- b. Penelitian yang telah dilakukan oleh Nurhasanah selaku dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera dengan judul “Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital” tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen penyiaran radio swasta KISS FM dalam menghadapi persaingan informasi digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif untuk mengetahui gambaran tentang bagaimana strategi manajemen penyiaran radio dalam menghadapi persaingan informasi digital.
- c. Strategi Komunikasi Radio Dakwah Dalam Memperoleh Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon). Penelitian ini dilakukan oleh M Rizki Majistra Abdi, mahasiswa fakultas ilmu sosial dan humaniora, program studi ilmu komunikasi, universitas islam negeri sunan kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi radio kita untuk memperoleh pendengar. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.
- d. Strategi Programming Green Radio 96,7 FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Jazz In The City. Penelitian ini dilakukan oleh Cut Hanifah Nafandri, mahasiswi program studi ilmu komunikasi, fakultas dakwah dan komunikasi, universitas islam negeri

sultan syarif kasim riaupeneliti ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh radio kita dalam mempertahankan eksistensi pada program jazz in the city. Penelitian ini merupakan jenis penelitian analisis kualitatif, dengan metode pengumpulan data berupa wawancara.

Berdasarkan beberapa penelitian disebut di atas, peneliti menjadikannya sebagai bahan pertimbangan yang sudah teruji kebenarannya, maka peneliti lebih menitik beratkan bagaimana “Strategi Program Radio dan Strategi Mempertahankan Pendengar agar Eksistensi Radio dapat Dipertahankan”.

BAB III

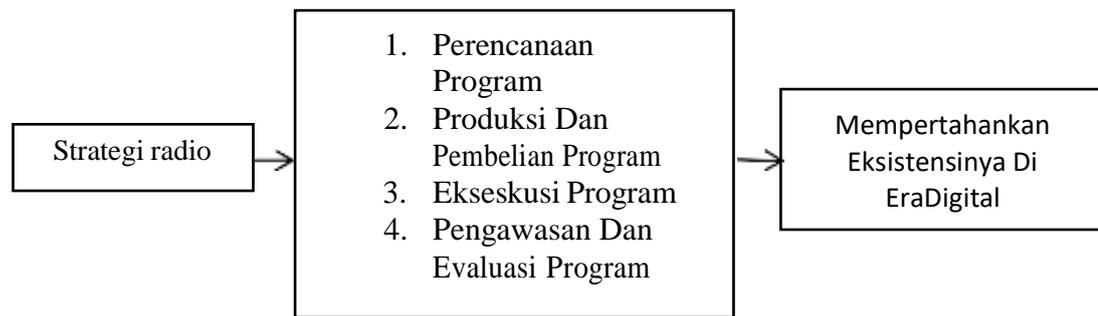
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis Metode Penelitian Kualitatif yaitu suatu penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang yang telah diteliti (wawancara). Dengan menggunakan tipe penelitian Deskriptif, penulis berusaha untuk bisa menjelaskan data dan informasi yang telah penulis dikumpulkan secara sistematis sehingga diperoleh data yang factual maupun akurat mengenai fenomena yang diselidiki demi mencapai tujuan penelitian yaitu tentang bagaimana strategi Radio Smart Fm Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

3.2 Kerangka Konsep

Kata konsep berasal dari bahasa latin, yaitu *conceptum* yang memiliki arti dapat dipahami. Secara etimologi konsep adalah susunan ide dan gagasan yang salingterkait antara satu peristiwa dengan yang lain sehingga dapat dijadikan sebuah dasar teori. Bila dipandang secara umum, konsep merupakan representasi dari sebuah objek, ide atau peristiwa. Pengertian konsep menjadi sangat penting dalam pembentukan ilmu pengetahuan karena konsep merupakan hasil dari pemikiran manusia yang mendalam.



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

3.3 Defenisi Konsep

Strategi Radio : merupakan suatu acuan atau langkah awal suatu tindakan yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang di inginkan.

Penyiar : seorang yang bertugas untuk menyebarkan informasi yang terjamin akurasiya dengan menggunakan radio agar diketahui oleh masyarakat luas, dilaksanakan, dituruti dan dapat dipahami.

Pendengar : seseorang yangmendengarkan suatu informasi, baik dari media radio maupun televisi

Eksistensi : suatu usaha agar tetap, tidak berubah dari keadaan semula.

3.4 Kategori Penelitian

Tabel 3.1. Kategorisasi Penelitian

| No | Konsep Teoritis | Keategorisasi |
|----|------------------------------|---|
| 1 | Strategi Radio | <ul style="list-style-type: none"> • Perencanaan Program • Produksi dan Pembelian Program |
| 2 | Mempertahankan Eksistensinya | <ul style="list-style-type: none"> • Eksekusi Program • Pengawasan dan Evaluasi Program • Strategi Kesesuaian • Strategi Pembentukan Kebiasaan • Strategi Pengontrolan Arus Pendengar • Penyimpanan Sumber sumber Program • Strategi Daya Penarik MAsa |

Sumber : Hasil Penelitian 2021

3.5 Narasumber

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana sampel dipilih diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti, sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang diinginkan. Sedangkan orang-orang yang tidak memenuhi kriteria tidak bisa dijadikan sebagai narasumber. Adapun kriteria narasumber dalam penelitian ini yaitu

- a. Memiliki pengalaman bekerja lebih dari 6 tahun di Radio Smart Fm Pekanbaru.
- b. Berumur 20-45 Tahun.

Berdasarkan kriteria diatas, adapun narasumber yang akan diwawancarai dalam penelitian ini yakni Manager Smart FM Pekanbaru. Jadi narasumber yang telah peneliti pilih dalam penelitian ini sudah memenuhi kriteria yang telah peneliti tentukan, yakni yang dapat memberikan jawaban terkait Bagaimana Strategi Radio Smart Fm Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data, diantaranya :

3.6.1 Wawancara

Merupakan pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat di kontruksikan makna dalam satu topic tertentu. Wawancara ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam lagi tentang partisipan dalam

menginterpretasikan situasi fenomena yang terjadi.

Wawancara terbagi menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu pengumpulan data telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan yang alternatif beserta dengan jawabannya, sedangkan wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara yang terstruktur. Wawancara terstruktur dilakukan agar peneliti mendapatkan informasi yang ditanyakan dengan jelas. Adapun langkah-langkah yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan orang-orang yang akan diwawancara;
- b. Menyusun daftar pertanyaan sebagai pedoman wawancara;
- c. Mengusahakan agar proses wawancara berjalan lancar.

3.6.2 Observasi

Merupakan pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung dengan melibatkan semua indera. Observasi ini terbagi menjadi tiga: Observasi partisipatif yaitu penelitian terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamatai. Observasi terstruktur yaitu peneliti melakukan pengumpulan data menyatakan terstruktur kepada sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian. Observasi tak terstruktur yaitu observasi yang tidak disiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi.

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi secara terstruktur yaitu

dengan cara pengumpulan datanya dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap kondisi lapangan, dimana peneliti dan informan bertatap muka langsung di dalam wawancara yang dilakukan. dan teknik ini digunakan untuk melihat bagaimana Strategi Radio Smart FM Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

3.6.3 Dokumentasi

Merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan/dokumen, gambar-gambar atau karya-karya monumental yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap dan valid baik itu berupa gambar maupun elektronik. Adapun sumber dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berupa profil Radio Suara Kancanta, struktur organisasinya, serta dokumen yang diperoleh dari Radio Smart Fm Pekanbaru yang akan digunakan untuk melengkapi data penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi yang telah di dapatkan oleh penulis yaitu berupa foto data dari internet.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen yang dikutip dari buku Yusuf Muri (2014:400), menyatakan bahwa analisis data merupakan suatu proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan temuan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain. Analisis data diwakili dengan penelusuran dan pencarian catatan pengumpulan data, dilanjutkan dengan mengorganisasikan dan menata data tersebut kedalam unit-

unit, melakukan sintesis, menyusun pola, dan memilih yang penting dan esensial sesuai dengan aspek yang dipelajari dan diakhiri dengan membuat kesimpulan dan laporan.

Sedangkan menurut Miles & Huberman (1992:16) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu : reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.

3.7.1 Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, perumusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Oleh karena itu reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilih. Selama pengumpulan data 44 berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, membuat memo). Reduksi data ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

3.7.2 Penyajian Data

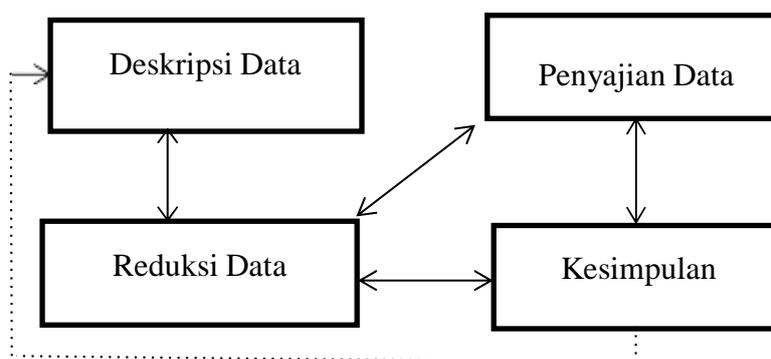
Miles & Huberman (datanya janlupa) membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan data tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi :berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan.

Semuanya dirancang guna menggabung informasi yang terusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedangterjadi, dan menentukan apakah yang menarik kesimpulan yang benar atautakah terus melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna.

3.7.3 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan- kesimpulan juga didefenisikan selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran peneliti selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan 45 peninjauan kembali serta tukar pikiran diantara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya- upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Secara skematis proses analisis data menggunakan model analisis data interaktif Miles & Huberman dapatdilihat pada bagan berikut dibawah ini :

Tabel 3.2
Model Analisis Data Interaktif Miles & Huberman



3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan adalah di studio Radio Smart FM 101.8 yang berlokasi di Tengkerang Labuai, Bukit Raya, Pekanbaru City, Riau 28131, Indonesia, Kota Pekanbaru. Sedangkan waktu penelitian di mulai november 2022 sampai maret 2023.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

4.1.1 Profil Radio Smart FM Pekanbaru

a. Latar Belakang Pendirian

Radio Smart FM dengan Frekuensi 101,8 Merupakan stasiun radio swasta berjangkauan yang lahir dari keprihatinan akan kurangnya konten yang mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya mengelola kehidupan, kepribadian dan juga segala aspek bisnis dan finansial untuk dapat lebih meningkatkan kehidupan yang lebih baik.

b. Maksud dan Tujuan Pendirian

Sebagaimana Radio ini didirikan dengan maksud sebagai salah satu alternatif media yang memberikan konten bagi masyarakat dengan fokus utama pada pemberitaan Ekonomi dan Bisnis Nasional dan Dunia, serta senantiasa menghadirkan berbagai perbincangan bersama narasumber terpercaya dan memiliki kompetensi tinggi dibidangnya untuk menginspirasi Indonesia yang dijiwai semangat *The Spirit Of Indonesia*, yang coba kita sajikan dalam berbagai format dan platform.

c. Visi

Menjadi sebuah perusahaan Media Radio Profesional Yang merupakan agen perubahan terbaik di tanah air.

d. Misi

- Memberdayakan masyarakat Indonesia
- Mengembangkan program-program berkualitas (Information –

Knowledge-wisdom) secara berkesinambungan

- Memberikan layanan prima
- Memberikan kepuasan bagi pendengar, mitra usaha, karyawan dan investor

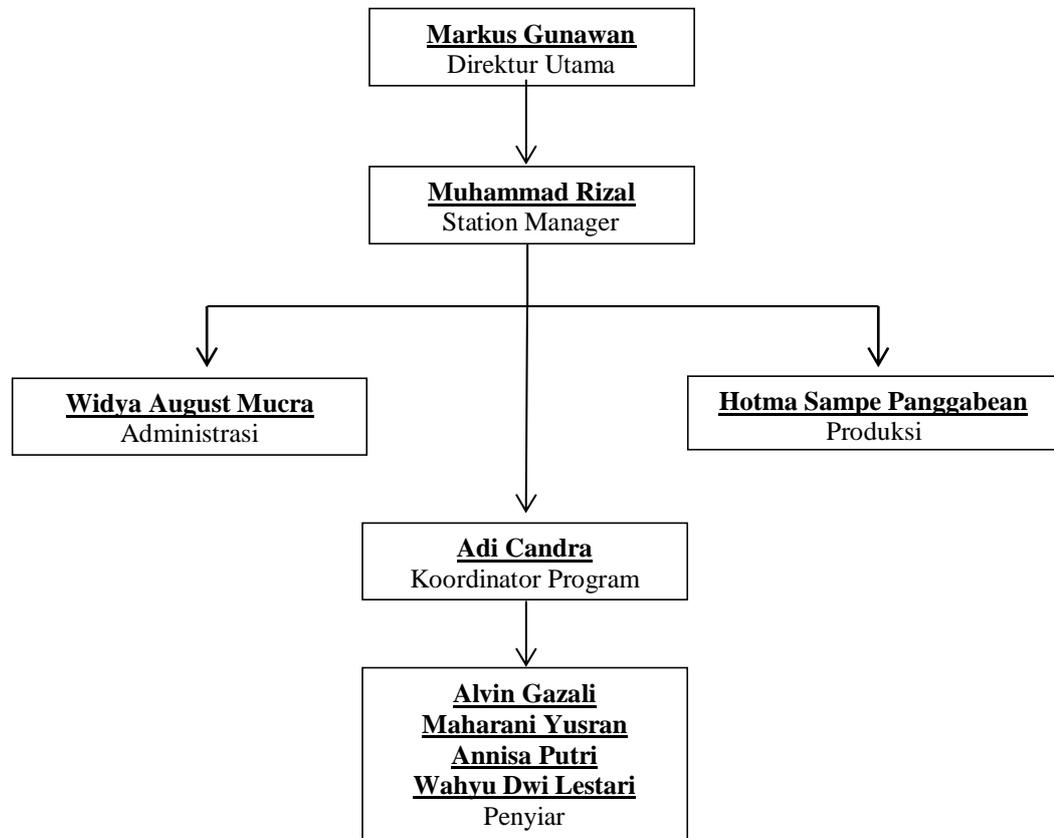
4.1.2 Data Radio Smart FM Pekanbaru

Tabel 4.1
Data Radio Smart FM

| Data Stasiun : | |
|-------------------------|---|
| Nama Perusahaan | PT. RADIO SMART FM |
| Alamat | Tangkerang Labuai, Bukit Raya, Pekanbaru City, Riau 28131 |
| Telp./Fax. (Kantor) | 0761-32694 |
| Telp Studio | 0761-32876 |
| Call Sign | PM 3 CDV |
| Frekensi | 101.8 |
| Whats app/SMS | 0811 757 1018 |
| Instagram | SMARTFM_PEKANBARU |
| Facebook | RADIO SMARTFM 101.8 PEKANBARU |
| Twitter | @SMARTFM_PKU |
| NPWP | 01.444.881.5-211.000 |
| Bankers | BCA 034-2583600 A/n RADIO MONA RIA PT |
| Data Manajemen : | |
| Stasiun Manager | Muhammad Rizal |
| Koordinator Program | Adi Candra |
| Adm/Keuangan | Widya August Mucra |

Struktur Organisasi Radio Smart FM Pekanbaru

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Radio Smart FM



4.2 Program Acara Smart FM Pekanbaru

Program Acara Radio Smart FM dari program harian, mingguan, dan program spesial yang telah peneliti observasi kebenarannya melalui penuturan ibu Widya August Mucra dan Bapak Alvin Gazali selaku adm dan penyiar di radio Smart FM Pekanbaru.

Menu Harian**Senin**

06.15 - 07.00 Smart Morning Post
07.00 - 08.00 Smart Motivation
08.00 - 09.00 Smart Morning Show
09.00 - 10. 00 Smart Business Today
10.00 - 11.00 Smart Business Today
11.00 - 12.00 Smart Syariah
12.00 - 13.00 Rehat Sejenak
13.00 - 14.00 Smart Business Today
14.00 - 15.00 Smart Business Today
15.00 - 16.00 Seputar Riau
16.00 - 17.00 Smart Business Today
17.00 - 18.00 Smart Market Place
18.00 - 19.00 Nuansa Islami
19.00 - 20.00 Smart E-Commerce
20.00 - 21.00 Smart Character
21.00 - 22.00 Romansa Lama
22.00 - 23.00 Ruang Malam
23.00 - 24.00 Ruang Malam

Selasa

06.15 - 07.00 Smart Morning Post
07.00 - 08.00 Smart Business Talk
08.00 - 09.00 Smart Morning Show
09.00 - 10. 00 Smart Business Today
10.00 - 11.00 Smart Business Today
11.00 - 12.00 Smart Brain Management
12.00 - 13.00 Rehat Sejenak
13.00 - 14.00 Smart Business Today
14.00 -15.00 Smart Business Today

15.00 - 16.00 Seputar Riau

16.00 - 17.00 Peran Puan

17.00 - 18.00 Smart Market Place

18.00 - 19.00 Nuansa Islami

19.00 - 20.00 Smart Emotion

20.00 - 21.00 Wacanda Bisnis

21.00 - 22.00 Romansa Lama

22.00 - 23.00 Ruang Malam

23.00 - 24.00 Ruang Malam

Rabu

06.15 - 07.00 Smart Morning Post

07.00 - 08.00 Smart Finansial Wisdom

08.00 - 09.00 Smart Morning Show

09.00 - 10.00 Smart Business Today

10.00 - 11.00 Smart Business Today

11.00 - 12.00 Smart Career

12.00 - 13.00 Rehat Sejenak

13.00 - 14.00 Smart Business Today

14.00 - 15.00 Smart Business Today

15.00 - 16.00 Seputar Riau

16.00 - 17.00 Smart Business Today

17.00 - 18.00 Smart Market Place

18.00 - 19.00 Nuansa Islami

19.00 - 20.00 Smart Creative

20.00 - 21.00 Smart Young On Top

21.00 - 22.00 Romansa Lama

22.00 - 23.00 Ruang Malam

23.00 - 24.00 Ruang Malam

Kamis

06.15 - 07.00 Smart Morning Post
07.00 - 08.00 Smart Branding
08.00 - 09.00 Smart Morning Show
09.00 - 10. 00 Smart Business Today
10.00 - 11.00 Smart Business Today
11.00 - 12.00 Smart Parenting
12.00 - 13.00 Rehat Sejenak
13.00 - 14.00 Smart Business Today
14.00 -15.00 Book Of the Week
15.00 - 16.00 Seputar Riau
16.00 - 17.00 Smart Business Today
17.00 - 18.00 Smart Market Place
18.00 - 19.00 Nuansa Islami
19.00 - 20.00 Smart Enlighting People
20.00 - 21.00 Smart NLP
21.00 - 22.00 Romansa Lama
22.00 - 23.00 Ruang Malam
23.00 - 24.00 Ruang Malam

Jumat

06.15 - 07.00 Smart Morning Post
07.00 - 08.00 Smart Hapiness
08.00 - 09.00 Smart Morning Show
09.00 - 10. 00 Smart Business Today
10.00 - 11.00 Smart Healthy
11.00 - 12.00 Smart Woman
12.00 - 13.00 Rehat Sejenak
13.00 - 14.00 Smart Business Today
14.00 -15.00 Book Of The Week
15.00 - 16.00 Seputar Riau
16.00 - 17.00 Smart Business Today

17.00 - 18.00 Smart Market Place

18.00 - 19.00 Nuansa Islami

19.00 - 20.00 Refleksi Sahabat Prie

20.00 - 21.00 Sehat Selaras

21.00 - 22.00 Smart Cinema

22.00 - 23.00 Ruang Malam

23.00 - 24.00 Ruang Malam

Sabtu

06.15 - 07.00 Music up

07.00 - 08.00 Music Up

08.00 - 09.00 Smart Sport

09.00 - 10. 00 Indonesian Sepekan

10.00 - 11.00 Indonesian Sepekan

11.00 - 12.00 Smart Community

12.00 - 13.00 Rehat Sejenak

13.00 - 14.00 Smart House Living

14.00 -15.00 Smart Creative

15.00 - 16.00 Sepekan

16.00 - 17.00 Kari

17.00 - 18.00 Smart Market Place

18.00 - 19.00 Nuansa Islami

19.00 - 20.00 Indo Beat

20.00 - 21.00 Indo Beat

21.00 - 22.00 Rock Action

22.00 - 23.00 Ruang Malam

23.00 - 24.00 Ruang Malam

Minggu Sabtu

06.15 - 07.00 Sms Weekend

07.00 - 08.00 Sms Weekend

08.00 - 09.00 Sms Weekend
09.00 - 10. 00 Cover Version
10.00 - 11.00 Relay Jakarta Re Run
11.00 - 12.00 Relay Jakarta Re Run
12.00 - 13.00 Smart Tourism (Relay)
13.00 - 14.00 Playlist Regular
14.00 -15.00 Playlist Regular
15.00 - 16.00 Riau Sepekan
16.00 - 17.00 Playlist Regular
17.00 - 18.00 Smart Market Place
18.00 - 19.00 Nuansa Islami
19.00 - 20.00 Relay Jakarta Re Run
20.00 - 21.00 Relay Jakarta Re Run
21.00 - 22.00 Classis Session
22.00 - 23.00 Ruang Malam
23.0- 24.00 Ruang Malam

4.2.1 Deskripsi Acara

Dari hasil wawancara peneliti bersama ibuk dina dwita sari selaku Administrasi dan Announcer. Menjelaskan beberapa deskripsi acara yang ada di Radio Smart FM Sebagai berikut :

06.15 - 07.00 Smart Morning Post

Program informasi dalam dalam negeri. Info-info yang disajikan adalah informasi terkini juga kejadian-kejadian yang terjadididalam negeri mulai dari Politik, Ekonomi, Sosial Budaya, dll.

07.00 - 08.00 Financial Wisdom

Program yang membahas perencanaan keuangan, mengatur keuanagan baik individu maupun perusahaan.

08.00 - 09.00 Smart Sport

Program yang membahas seputaran olahraga yang merupakan bentuk aktivitas fisik bersifat kompetitif dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan fisik.

09.00 - 11.00 Smart Business Today

Membahas Seputaran Bisnis.

11.00 - 12.00 Smart Parenting

Keterampilan orang tua dalam mengasuh anak.

12.00 - 13.00 Rehat Sejenak

Program Siaran Interaktif dengan membuka line telepon untuk sahabat Smart FM yang bisa saling menyapa satu sama lain dipandu dengan penyiar dan memilih lagu lagu yang telah ditentukan terlebih dahulu oleh penyiar.

15.00 - 16.00 Seputar Riau

Membahas seputaran riau yang sedang tren.

17.00 - 18.00 Smart Woman

Merupakan acara yang dikhususkan bagi wanita dan remaja putri dengan materi yang berbeda setiap harinya, yaitu : kesehatan, psikologi, resep makanan, tips kecantikan, dll.

18.00 - 19.00 Nuansa Islami

Program acara penyejuk iman yaituceramah / dakwah islam plus lagu- lagu islami.

19.00 - 20.00 Smart E-Commerce

Membahas Situs Situs Online yang bisa digunakan sebagai platform jual beli.

20.00 - 21.00 Indo Beat

Program yang menyajikan lagu-lagu permintaan sahabat Smart FM khususberirama indonesia juga menyampaikan pesan-pesan anda.

21.00 - 22.00 Romansa Lama

Program acara yang menyajikan lagu lagu nostalgia 90's diselingi dengan ulangan dari tokoh musisi indonesia

22.00 - 24.00 Ruang Malam

Program Request lagu dimalam hari. Request diterima melalui telepon maupun wa.

4.2.1. Format Radio Smart FM

Tabel 4.2 Format Radio Smart FM

| Format Siaran : | |
|--------------------------------|------|
| Musik | 10 % |
| Berita | 50 % |
| Informasi | 20 % |
| Iklan | 10 % |
| Lain-lain | 10 % |
| Format Pemutaran Lagu : | |
| Indonesia | 60 % |
| Dangdut | 30 % |
| Barat | 5 % |
| Daerah | 5 % |

4.2.2. Profil Pendengar Smart FM

Tabel 4.3 Profil Pendengar Smart FM

| Berdasarkan Jenis Kelamin : | |
|-------------------------------------|------|
| Wanita | 45 % |
| Pria | 55 % |
| Berdasarkan Usia Pendengar : | |
| Usia 15 – 20 tahun | 10 % |
| Usia 20 – 30 tahun | 20 % |
| 30 – 40 tahun | 40 % |
| 40 Tahun keatas | 30 |

4.3 Hasil Penelitian

Berdasarkan dari penelitian yang saya lakukan terhadap bagaimana Strategi Radio Citra Buana FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya di

Era Digital, adapun hasil penelitian yang saya lakukan adalah sebagai berikut :

4.3.1 Bentuk Perencanaan Program yang dilakukan di Radio Smart

FM

Terkait perencanaan program, saya berhasil mewawancarai Manajer Radio Smart FM yaitu bapak Muhammad Rizal, dimana wawancara ini dilakukan pada hari kamis, tanggal 23 February tahun 2023. Yang pada saat itu bapak Muhammad Rizal mengatakan bahwa Sebelum disiarkan yaitu mengumpulkan data mengenai siapa audiens nya, dari program radio berdasarkan segmentasi yang sudah ditetapkan melalui rapat yang mengumpulkan seluruh anggota dari karyawan stasiun penyiaran radio sebelum program radio tersebut disiarkan. Segmentasi dari program siaran Radio Smart FM adalah kawula muda dan orangtua. Setelah menentukan siapa segmentasi, perkiraan judul program, isi program siaran, selanjutnya akan dimatangkan oleh tim produksi, dan kemudian akan diapprove oleh program officer. Tahap selanjutnya adalah penetapan program acara seperti jam berapa akan disiarkan, siapa penyiarinya, berapa lama durasi siaran program radio yang akan disiarkan, siapa narasumbernya, lagu yang akan siarkan dalam program acara radio, iklan pendukung dari program siaran radio dan segmentasi pendengar dari radio. Dan untuk Program siaran rekaman, penyiar melakukan *take vocal* sesuai dengan *script* yang sudah ditentukan, kemudian diproduksi oleh tim produksi, setelah itu baru dikirimkan keruang siaran yang akan ditayangkan sesuai schedule yang telah ditetapkan.

4.3.2 Proses Produksi dan Pembelian Program di Radio Smart FM

Pada proses Produksi, Bapak Muhammad Rizal mengatakan tahap

pertama adalah memberikan *script* kepada penyiar Radio Smart FM, kemudian nantinya langsung *take vocal*, lalu akan diproduksi keruang rekaman Radio Smart FM. Bapak Hotma mengatakan untuk produksi iklan biasanya klien sendirilah yang akan memberikan materi kepada Radio Smart FM. Jadi pada produksi iklan, penyiar hanya akan menyampaikan apa saja yang tertulis pada materi yang telah disediakan oleh klien. Untuk materi program itu sebenarnya tidak ada disediakan oleh pihak manajer radio, akan tetapi, penyiarlah yang dituntut untuk mampu membuat serta mengemas materi program semenarik mungkin. Akan tetapi sebelum penyiar memulai produksi siaran, materi yang telah disusun akan diperiksa terlebih dahulu oleh tim produksi dan program officer. Jika materi dianggap bagus dan menarik, maka penyiar dapat menyampaikannya kepada pendengar, tentunya dengan penyampaian yang semenarik mungkin agar pendengar dapat merasa betah untuk tetap mendengarkan. Pada strategi Pembelian Program, menurut Bapak Muhammad Rizal, seperti halnya pada lagu-lagu yang akan di putar pada saat siaran, Radio Smart FM di era saat ini lebih memanfaatkan fitur download lagu yang ada di internet. Jadi Radio Smart FM tidak ada proses pembelian lagu baik itu lagu lokal maupun mancanegara.

4.3.3 Bentuk eksekusi program

Eksekusi program merupakan kegiatan mencakup penayangan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Bapak Muhammad Rizal mengatakan untuk Radio Smart FM sendiri mempunyai 3 jenis program, yaitu on air, rekaman dan juga relai. Relai merupakan sistem penyiaran antara pemancar ke pemancar (*transmitter*) yang secara kontinue wilayah lain yang lebih jauh atau lebih gampangnya disebut siaran bersama seindonesia. Smart FM pekanbaru merelai program siaran jakarta,

3 kali dalam sehari di waktu yang berubah-ubah. mempunyai program relai, Jakarta yang disiarkan keseluruh Indonesia. Penayangan program harus ditata dan disusun dengan jadwal siaran. Oleh karena itu, Oleh karena itu pengelola program harus menyusun dan menata program sebaik mungkin. Bapak Muhammad Rizal mengatakan lagi Dalam melaksanakan eksekusi program saat on air, terdapat dua konsep atau metode penyiar yaitu siaran sendiri dan siaran berdua atau lebih. Siaran sendiri yaitu penyiar bekerja sendirian baik bertutur, mengelola informasi, maupun mengoperasikan peralatan. Sedangkan siaran berdua atau lebih yaitu penyiar berpasangan baik dengan operator yang bekerja untuk mengoperasikan peralatan, maupun dengan sesama penyiar sehingga saling berbagi dalam bertutur atau melayani interaksi pendengar. Setiap pelaksanaan siaran program, setiap penyiar dibekali dengan rencana siaran yang diberikan oleh program officer.

4.3.4 Pengawasan dan Evaluasi yang dilakukan di Radio Smart FM

Untuk pengawasan sendiri menurut Muhammad Rizal, Radio Smart FM melakukan monitoring setiap hari. Ini bertujuan untuk menghindari hal-hal diluar aturan yang ada, karena setiap materi program yang disampaikan oleh penyiar harus sesuai dengan standar penyiaran KPI. Lalu pada pengawasan ini Radio Smart FM juga mengontrol respon dan juga keaktifan para pendengar yang mendengarkan. Ini bertujuan apakah materi yang disampaikan cocok dengan apa yang diinginkan oleh pendengar atau tidak. Untuk evaluasi, Radio Smart FM akan melakukan evaluasi baik itu evaluasi program siaran dan juga evaluasi terhadap penyiar selama seminggu sekali. Ini bertujuan untuk melihat dan memonitoring bagaimana perkembangan program siaran berjalan dengan lancar atau tidak.

4.3.5 Pembentukan Kesesuaian terhadap Audien

Pada strategi kesesuaian ini, Bapak Muhammad Rizal hanya tinggal menyesuaikan materi-materi siaran dengan kebutuhan para pendengar saja. Dengan memiliki berbagai tema program siaran yang telah ditentukan. Seperti program siaran Indo Beat Musik Pop, yang menyajikan lagu-lagu Indonesia sesuai dengan permintaan pendengar serta juga akan diselingi penyampaian pesan-pesan yang di request oleh pendengar. Lalu ada program romansa lama (sore), dimana pada jam-jam sore biasanya banyak pendengar yang sedang on the way selagi capek sehabis pulang kerja atau aktivitas lainnya sembari bernostalgia dengan mendengarkan lagu-lagu classic bersama pembawa siaran yang super heboh tentunya.

4.3.6 Membangun Kebiasaan Mendengar terhadap Audien

Pada tahap ini, Bapak Muhammad Rizal mengatakan biasanya para penyiar dan juga Manajer akan melihat atau mengawasi, program yang bagaimana yang bisa membuat para pendengar untuk selalu setia dan tetap stay untuk mendengar siaran radio smart sehingga mereka tidak ingin berpindah ke channel radio lain. Karena biasanya para pendengar memiliki program siaran yang menjadi favorit bagi mereka. Karena di Radio Smart FM sendiri Bapak Rozali mengatakan bahwa pemutaran lagu-lagu memories atau nostalgia, merupakan program dengan segmentasi yang paling banyak menarik perhatian pendengar. Maka dengan disiarkannya atau diputarnya lagu-lagu ini, Radio Smart FM memasang strategi dengan menyusun suatu materi program siaran yang menjadi unggulan mereka yang tentunya akan berbeda setiap harinya. Dengan menyiarkan materi sesuai keinginan mereka, maka perlahan-lahan pendengar akan dengan sendirinya membentuk suatu kebiasaan untuk mendengarkan siaran Radio yang sedang berlangsung.

4.3.7 Bentuk Strategi Pengontrolan Arus Pendengar

Strategi kontrol arus pendengar (*Control Of Audience Flow*) yaitu ketika sebuah program selesai ditayangkan, maka program berikutnya disajikan. Antara program satu dengan yang lainnya, jumlah *audience* juga harus tetap dijaga dengan menyajikan program yang tetap bisa menjaga aliran penonton agar tidak beralih ke channel lain atau bahkan menarik pendengar channel lain. Strategi kontrol arus pendengar yang diterapkan dalam radio Smart FM meliputi yang *pertama*, penetapan standar mutu program menurut peneliti sudah baik, cara penyiar menyampaikan juga sesuai dengan pedoman penyiaran dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan bersifat bersabat kepada pendengar sehingga disukai pendengar.

Yang *kedua*, pengawasan program acara smart nonstop musik, Langsung diawasi oleh KPI, karena radio Smart FM adalah radio publik lokal sehingga dalam naungan pemerintah menjadikan radio Smart FM cermat dalam menyampaikan program Dan sejauh ini program acara dari Smart FM mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat.

Terakhir, strategi pengontrolan arus pendengar adalah evaluasi yang dilakukan oleh pihak manajemen radio Smart FM sudah baik, karena evaluasi program dilakukan sebulan sekali sebagai bahan perbaikan pelaksanaan program selanjutnya. Bahan evaluasi yaitu dengan rekaman program acara sebagai acuan untuk perbaikan program, sehingga penyampaian materi dan pelaksanaan program lebih baik.

4.3.8 Bentuk Strategi Pemeliharaan Sumber Daya Program

Yang *kedelapan* yaitu Strategi Penyimpanan Sumber Daya Program, tujuan dari tahap ini adalah biasanya radio siaran akan merekam ataupun menyimpan program-program siaran yang telah dibuat agar suatu saat nanti bisa dipakai kembali. Tentu dengan materi serta cara penyampaian

yang berbeda-beda. Seperti pada program indo beat, dimana menurut Bapak Muhammad Rizal, ini merupakan salah satu program unggulan yang memiliki jumlah pendengar terbanyak dengan usia rata-rata 18 tahunan keatas. Program indo beat ini menyiarkan berbagai lagu-lagu indonesia yang sedang trending.

Program ini menjadi salah satu program unggulan yang terus menerus dijadikan sebagai sumber-sumberprogram yang akan datang. penyimpanan sumber-sumber program juga dilakukan untuk menjaga program acara tersebut tetap didengar oleh pedengar terutama untuk anak muda di era millineal ini.

a. Sumber daya manusia

Berikut nama penyiar Smart FM

1. Announcer : Alvin Gazali
2. Announcer : Wahyu Dwi Lestari
3. Announcer : Maharani Yusran
4. Announcer : Annisa Putri

Selain sumber daya penyiar. sumber daya dari yang menyebarkan iklanjuga menentukan sukses tidaknya program acara.

b. Perangkat siaran



Gambar 4.2 ruang siaran Radio Smart FM

c. Materi Program

Materi program dalam program acara radio elsi fm harus ada naskah-naskah siaran program acara di radio Smart FM sudah di atur dan sudah berdasarkan rundown yang sudah di tetapkan. Sehingga penyiar/announcer tidak kebingungan dalam menyampaikan materi apa yang di sampaikan.

4.3.9 Strategi Daya Penarik Massa (*mass appeal*)

Untuk menarik massa agar tetap setia mendengarkan setiap program yang disiarkan, bapak Muhammad Rizal menegaskan biasanya Radio Smart FM akan meningkatkan kualitas siaran dan juga materi yang akan disampaikan, seperti halnya pada program Music Up yang menjadi salah satu program favorit di radio Smart FM. Oleh karena itu dilakukan melalui perancangan yang bersifat khusus, sehingga tema tema yang di angkat / musik yang di putarkan sesuai dengan apa yang sedang update pada saat sekarang ini. Dan dari itu semualah Pendengar Smart FM akan lebih tertarik untuk mendengarkan. Tidak jarang juga Radio Smart FM melakukan beberapa event yang bertujuan juga sebagai daya penarik massa. Hanya saja biasanya event ini diadakan dan disesuaikan dengan para klien yang masuk ke radio Smart FM.

4.3.10 Cara Radio Smart FM Bertahan di Era Digitalisasi.

Seperti yang kita ketahui, bahwa saat ini kita sudah masuk pada era digitalisasi, dimana masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan juga mendapatkan segala informasi-informasi yang mereka butuhkan dengan cepat dan mudah. Seperti halnya melihat informasi terkait berita terupdate, lagu-lagu rilis terbaru, dan banyak lainnya. Tentu hal ini dapat membuat beberapa stasiun seperti Tv dan juga Radio, terancam kepopulerannya ataupun eksistensinya. Radio yang terbilang sebagai

stasiun tertua pasti juga akan bisa bersaing oleh media digital saat ini, radio sebagai media siaran tentu akan semaksimal mungkin memiliki carad战略 strategi agar tetap bertahan di era digitalisasi saat ini. Radio Smart FM merupakan salah satu Radio Siaran Swasta berjangkaran yang sudah berdiri sejak 1996, juga akan memiliki cara tersendiri untuk bisa bertahan dan bersaing dengan media digital di era digitalisasi saat ini.

Radio Smart FM merupakan salah satu Radio Siaran Swasta berjangkaran yang sudah berdiri sejak 1996, tentu sudah memiliki cara tersendiri untuk bisa bertahan dan bersaing dengan media digital di era digitalisasi saat ini. Menurut Bapak Muhammad Rizal, dengan meningkatkan kualitas siaran serta materi- materi yang akan disampaikan kepada pendengar. Radio Smart FM juga mengandalkan sumber daya manusianya seperti Penyiar. Dimana menurutnya, penyiar menjadi faktor penting agar pendengarnya bisa bertahan untuk selalu mendengarkan setiap siaran yang disiarkan. Teknik penyampaian dan bagaimana cara penyiar bisa dekat dengan pendengar menjadi salah satu kunci andalan yang dilakukan di radio Smart. Radio Smart FM memiliki prinsip bahwa jika penyampaian seorang penyiar mampu memikat para pendengar, maka tentu pendengar akan terus tetap untuk mendengarkan dan tentu hal inilah yang akan membuat Radio Smart FM tetap bertahan pada era digitalisasi ini.

Dan tentu dengan masa berdiri yang cukup lama yakni sejak tahun 1996 sampai sekarang masih tetap memiliki siaran dan beberapa program unggulan yang pernah mendapatkan piagam penghargaan, seperti pada acara RAKORSUS P2HUMAS Award 2022, Radio Smart FM mendapatkan Penghargaan sebagai Program Radio terbaik dan beberapa penghargaan lainnya.

Radio Smart FM juga memiliki radio siaran internet streaming yang sudah dimulai sejak beberapa tahun yang lalu dan masih tetap dijalankan

hingga sampai saat ini. Radio juga harus meluaskan jangkauannya melalui platform digital seperti website, youtube, podcast, dan media sosial lainnya (multiplatform). Hal ini bertujuan agar masyarakat tetap dapat mendengarkan siaran, meskipun tidak memiliki perangkat radio. Dengan adanya streaming, hal tersebut membantu menyebarkan siaran kepada khalayak, dengan begitu radio tetap bisa menyesuaikan dengan perkembangan teknologi saat ini. Ini juga membuktikan bahwa radio Smart FM sudah mampu berkembang cukup baik di era digitalisasi saat ini.

Kemudian Bapak Muhammad Rizal juga mengatakan Membuat Program yang Menarik. Kekurangan dari radio itu sendiri jika dibandingkan dengan media yang lainnya adalah, tidak adanya visual hanya sebatas suara dari penyiar. Dengan membuat inovasi program yang menarik dan juga penting bagi para pendengar seperti podcast menghadirkan narasumber dengan topik yang aktual, akan membuat media radio tidak ketinggalan zaman dan tetap eksis di tengah-tengah masyarakat.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penjabaran wawancara diatas, dapat dilihat bahwasanya kegiatan wawancara penelitian berjalan dengan lancar dan sesuai dengan perencanaan penulis. Informasi yang diperoleh oleh penulis berasal dari narasumber yakni, Manajer Radio dan Bagian Produksi Radio Smart FM yaitu Bapak Muhammad Rizal dan Hotma Sampe Penggabean (2 Orang). Yang dimana ke dua (2) narasumber diatas telah memberikan informasi yang sangat jelas serta sangat membantu dan memudahkan penulis dalam melakukan penelitian.

Yang pertama ada Perencanaan Program, pada tahap ini, sebuah stasiun penyiaran harus mampu mempersiapkan sebuah program siaran yang layak dan mampu memikat para pendengarnya. Radio Smart FM sebenarnya sudah memiliki program siaran yang dari dulu hingga sekarang

masih disiarkan, hanya saja saat akan memulai siaran, para penyiar harus terlebih dahulu mencari dan menulis materi seperti apa yang cocok pada program yang telah dibuat untuk nantinya akan disampaikan kepada pendengar.

Yang *kedua* Produksi dan Pembelian Program, pada tahap ini stasiun penyiaran telah menyusun rancangan program yang nantinya siap untuk di produksi, mulai dari produksi program, produksi iklan sampai pembelian program. Akan tetapi pada Radio Smart FM tidak menyediakan sebuah naskah sebagai panduan untuk penyiar, Sehingga penyiarlah yang dituntut untuk membuat serta mengemas materi program semenarik mungkin. Kemudian nantinya para penyiar akan mulai produksi rekaman untuk iklan yang masuk itu. Lalu rekaman tersebut hanya akan tinggal diputar saja pada saat waktu iklan masuk. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Muhammad Rizal, yang mengatakan bahwa setiap penyiar memiliki tanggung jawab untuk mencari serta menulis materi apa yang akan mereka sampaikan kepada pendengar. Pada produksi program siaran ini ternyata para penyiar dituntut untuk mampu membuat sebuah materi yang semenarik mungkin untuk mereka sampaikan ke pendengar.

Terkait dengan pembelian program atau pembelian lagu-lagu lokal, biasanya Penyiar hanya tinggal mendownload lagu-lagu apa yang mereka inginkan di internet. Karena tidak ada proses pembelian dari lagu-lagu yang akan mereka putar. Hal ini diutarakan langsung oleh bagian Produksi Smart FM yaitu Bapak Hotma Penggabean, dimana Radio Smart memanfaatkan situs download lagu yang tersedia di internet, cara ini dianggap lebih memudahkan mereka

Yang *ketiga* Eksekusi Program, setelah program siaran telah selesai dibuat dan diproduksi, langkah selanjutnya yaitu eksekusi program, pada tahap ini, setiap radio siaran akan mulai melakukan pelaksanaan program

yang telah dirancang dan diproduksi sebelumnya. Ada berapa hal yang harus diperhatikan dalam tahap eksekusi program ini, diantaranya seperti pembagian waktu siaran dan juga strategi penyiaran. Radio Smart FM sendiri sudah memiliki jam-jam siaran untuk setiap program siaran yang telah ditentukan. Radio Smart FM sendiri mempunyai 3 jenis program, yaitu on air, rekaman, dan relai.

Yang *keempat* yaitu Pengawasan dan Evaluasi Program, tahap ini merupakan tahap untuk meninjau ulang mengenai program yang telah disiarkan. Media penyiaran seperti Radio tentunya pasti membutuhkan sebuah pengawasan maupunevaluasi yang dilakukan yang bertujuan untuk melihat apakah program yang disiarkan mampu sesuai dengan yang direncanakan atau tidak. Bapak Muhammad Rizal mengatakan bahwa di Radio Citra Buana FM akan melakukan seminggu sekali melakukan evaluasi program siaran. Ini Bertujuan memonitoring bagaimana perkembangan program siaran berjalan dengan lancar atau tidak. .

Yang *kelima* yaitu Strategi Kesesuaian, pada tahap ini sebuah Radio Smart FM harus mampu membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari- hari dari pendengar dan pastinya berbeda-beda dari waktu ke waktu dan dari hari ke hari. Dengan membuat dan memilih penjadwalan yang tepat, maka pendengar akan merasa bahwa apa yang disiarkan tepat berdasarkan apa yang mereka inginkan.

Yang *keenam* yaitu Strategi Pembentukan Kebiasaan, pada tahap ini diharapkan para pendengar mampu memiliki kebiasaan mendengarkan berdasarkan pada tiap waktu program siaran yang telah dibuat. Pada Radio Smart FM sendiri pembentukan kebiasaan terjadi karena para pendengar sudah memiliki program unggulannya masing-masing.

Yang *ketujuh* yaitu Pengontrolan Arus Pendengar, pada tahap ini sebuah radio siaran harus mampu mempertahankan jumlah pendengar

mereka di setiap program siaran yang berlangsung. Strategi Kontrol arus pendengar yang diteapkan dalam radio Smart FM meliputi yang *pertama*, penetapan standar mutu program menurut peneliti sudah baik, cara penyiar menyampaikan juga sesuai dengan pedoman penyiaran dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan bersifat bersabat kepada pendengar sehingga disukai pendengar. Yang *kedua*, pengawasan program acara smart nonstop musik, Langsung diawasi oleh KPI, karena radio Smart FM adalah radio publik lokal sehingga dalam naungan pemerintah menjadikan radio Smart FM cermat dalam menyampaikan program Dan sejauh ini program acara dari Smart FM mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat. *Terakhir*, strategi pengontrolan arus pendengar adalah evaluasi yang dilakukan oleh pihak manajemen radio Smart FM sudah baik, karena evaluasi program dilakukan sebulan sekali sebagai bahan perbaikan pelaksanaan program selanjutnya. Bahan evaluasi yaitu dengan rekaman program acara sebagai acuan untuk perbaikan program, sehingga penyampaian materi dan pelaksanaan program lebih baik.

Yang *kedelapan* yaitu Strategi Penyimpanan Sumber Daya Program, tujuan dari tahap ini adalah biasanya radio siaran akan merekam ataupun menyimpan program-program siaran yang telah dibuat agar suatu saat nanti bisa dipakai kembali. Tentu dengan materi serta cara penyampaian yang berbeda-beda. Seperti pada program indo beat, dimana menurut Bapak Muhammad Rizal ini merupakan salah satu program unggulan yang memiliki jumlah pendengar terbanyak dengan usia rata-rata 18 tahunan keatas. Program ini menyiarkan berbagai lagu-lagu indonesia yang sedang trending.

Yang *kesembilan* yaitu Strategi Daya Penarik Massa, tahap ini perlu diperhatikan oleh setiap radio siaran karena setiap radio pasti memiliki caranya tersendiri untuk mampu memikat pendengar agar tertarik untuk

mendengarkan siarannya. Salah satu caranya adalah dengan menyiarkan program-program yang menjadi favorit dari para pendengar. Pada strategi ini bapak Muhammad Rizal mengatakan bahwa Radio Smart FM terus meningkatkan kualitas siaran dan juga materi siaran yang disampaikan. Selain itu juga ternyata Smart FM kan melakukan beberapa Event yang diadakan dengan tujuan mampu menarik massa. Hanya saja cara ini dilakukan dan dianggap berfungsi jika ada klien yang masuk ke Radio Smart FM.

Radio Smart FM merupakan salah satu Radio Siaran Swasta berjarangan yang sudah berdiri sejak 1996, tentu sudah memiliki cara tersendiri untuk bisa bertahan dan bersaing dengan media digital di era digitalisasi saat ini. Menurut Bapak Muhammad Rizal, dengan meningkatkan kualitas siaran serta materi- materi yang akan disampaikan kepada pendengar. Radio Smart FM juga mengandalkan sumber daya manusianya seperti Penyiar. Dimana menurutnya, penyiar menjadi faktor penting agar pendengarnya bisa bertahan untuk selalu mendengarkan setiap siaran yang disiarkan. Teknik penyampaian dan bagaimana cara penyiar bisa dekat dengan pendengar menjadi salah satu kunci andalan yang dilakukan di radio Smart. Radio Smart FM memiliki prinsip bahwa jika penyampaian seorang penyiar mampu memikat para pendengar, maka tentu pendengar akan terus tetap untuk mendengarkan dan tentu hal inilah yang akan membuat Radio Smart FM tetap bertahan pada era digitalisasi ini.

Radio Smart FM juga memiliki radio siaran internet streaming yang sudah dimulai sejak beberapa tahun yang lalu dan masih tetap dijalankan hingga sampai saat ini. Radio juga harus meluaskan jangkauannya melalui platform digital seperti website, youtube, podcast, dan media sosial lainnya (multiplatform). Hal ini bertujuan agar masyarakat tetap dapat mendengarkan siaran, meskipun tidak memiliki perangkat radio. Dengan

adanya streaming, hal tersebut membantu menyebarluaskan siaran kepada khalayak, dengan begitu radio tetap bisa menyesuaikan dengan perkembangan teknologi saat ini. Ini juga membuktikan bahwa radio Smart FM sudah mampu berkembang cukup baik di era digitalisasi saat ini.

Kemudian Bapak Muhammad Rizal juga mengatakan Membuat Program yang Menarik. Kekurangan dari radio itu sendiri jika dibandingkan dengan media yang lainnya adalah, tidak adanya visual hanya sebatas suara dari penyiar. Dengan membuat inovasi program yang menarik dan juga penting bagi para pendengar seperti podcast menghadirkan narasumber dengan topik yang aktual, akan membuat media radio tidak ketinggalan zaman dan tetap eksis di tengah-tengah masyarakat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Radio Smart FM Pekanbaru dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Pesatnya perkembangan teknologi di era digital menjadikan sejumlah media massa konvensional. Kemampuan beradaptasi dengan era digital tersebut dapat menjadikan *media massa konvensional* agar dapat terus bertahan di tengah gempuran digital. Sehingga Radio sebagai industri penyiaran membutuhkan kreativitas dan keahlian untuk memenangkan persaingan. Strategi Radio Smart FM Pekanbaru dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital antara lain :

- a. Melakukan *Live Streaming* di platform media sosial yaitu facebook, instagram dan juga Youtube. Hal ini bertujuan agar masyarakat tetap dapat mendengarkan siaran, meskipun tidak memiliki perangkat radio. Dengan adanya streaming, hal tersebut membantu menyebarkan siaran kepada khalayak, dengan begitu radio tetap bisa menyesuaikan dengan perkembangan teknologi saat ini.
- b. Membuat Program yang Menarik. Kekurangan dari radio itu sendiri jika dibandingkan dengan media yang lainnya adalah, tidak adanya visual hanya sebatas suara dari penyiar. Dengan membuat inovasi program yang menarik dan juga penting bagi para pendengar seperti podcast

menghadirkan narasumber dengan topik yang aktual, akan membuat media radio tidak ketinggalan zaman dan tetap eksis di tengah-tengah masyarakat. Seperti halnya pada program *Music Up* yang menjadi salah satu program favorit di radio Smart FM. Oleh karena itu dilakukan melalui perancangan yang bersifat khusus, sehingga tema tema yang di angkat / musik yang di putarkan sesuai dengan apa yang sedang *update* pada saat sekarang ini. Dan dari itu semualah Pendengar Smart FM akan lebih tertarik untuk mendengarkan.

- c. Meningkatkan Kualitas Penyiar. Inti dari kualitas siaran di dalam radio adalah penyiar itu sendiri, sehingga agar tetap memiliki pendengar yang sedia maka kualitas penyiar harus juga ditingkatkan terutama mengenai suaranya. Semakin unik penyiar membawakan program siaran, maka akan menjadi daya tarik bagi pendengar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti Dan data yang yang di peroleh dari dokumentasi dan wawancara yang dilakukan Radio Smart FM Pekanbaru memiliki strategi yang cukup bagus. Walaupun demikian, Peneliti memiliki beberapa saran yaitu :

- a. Lebih memperbanyak lagi *event-event off Air* yang diselenggarakan sebagai salah satu upaya untuk mrngrnalkan Radio Smart FM.
- b. Radio Smart FM diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas siaran streaming onlinenya, ini berguna agar audien masih bisa mendengarkan siaran yang sedang berlangsung meski sedang berada

diluar kota Pekanbaru. Sehingga pendengar yang lama masih bisa terus mendengarkan dan cara ini juga bisa digunakan untuk menarik perhatian dari pendengar baru.

- c. Tetap menjaga kualitas siaran on air yang selama ini sudah dilakukan agar para pendengar tetap setia stay tune di Radio Smart FM.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Lus. Y. Triartanto. 2010. *Broadcasting Radio : Panduan Teori Dan Praktek*. Yogyakarta : prenadamedia.group.
- Ahmad, Nur. 2015. "Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3(2): 233–54.
- Alo Liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Jakarta : Kencana.
- Aucla. 2019. "BAB IIPdf." *Ayan* 8(5): 55.
- Iryana, Risky. 2016. "Iryana, Kawasati." *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif* 4(1).
- Kholil, S. *Komunikasi Islami*. bandung: Citapustaka Media.
- Littlejohn, S.W. *Theories of Human Comunnications*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Masduki, Anang. 2017. *Komunikasi Berkemajuan Dalam Dinamika Media dan Budaya Political Imaging in Philosophical Communication Review*.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio Televisi*. Jakarta : Kencana.
- Nasution, Nurhasanah. 2018. "Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital." *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 2(2): 167–78. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/2094>.
- Nurprabandari, Annisa. 2015. "Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Banten Dalam Membangun Eksistensi Sebagai Lembaga Penyiaran Publik." : 1–88.
- Nuruddin. 2007. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: raja grafindo persada.
- Puji, Santoso. 2016. "Konstruksi Sosial Media Massa Puji Santoso Dosen Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara." *Al-Balagh* 1(1): 34.
- Santi Indra. 2008. *Radio Teori Dan Praktek Dan Praktek Mengatakan Radio*.
- Sinaga, Corry Novrica AP. 2017. "Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya." *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 1(1): 1–16. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/875>.

Stanley J.B., dan Dennis D. 2007. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Studi, Program, Ilmu Komunikasi, and Jurusan Penyiaran. 2021. “Strategi Komunikasi Radio

Start Fm Panyabungan Mandailing Natal Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan.”

Wahyuni, Azalea, Novia. 2018. “Strategi Sriwijaya TV Dalam Mempertahankan Eksistensinya

Sebagai Televisi Lokal.” *Skripsi*: 1–165.

<http://eprints.radenfatah.ac.id/3493/1/NOVIA%2520AZALEA%2520WAHYUNI%2520525>

[2814530082%2529.pdf](http://eprints.radenfatah.ac.id/3493/1/NOVIA%2520AZALEA%2520WAHYUNI%25205252814530082%2529.pdf).

Wanda, Yulia. 2010. *Andai Aku Jadi Penyiar*. Yogyakarta : CV Andi Offset.

Wargadalem, Farida. 2020. “PERKEMBANGAN RADIO REPUBLIK INDONESIA (RRI)

CABANG PALEMBANG TAHUN SEJARAH NASIONAL INDONESIA VII) by Farida

Wargadalem.” 2015.

LAMPIRAN LAMPIRAN

DOKUMENTASI PENELITIAN



MAHARANI YUSRAN

Penyiar Radio Smart Fm Pekanbaru



ALVIN GAZALI

Penyiar Radio Smart Fm Pekanbaru



ANNISA PUTRI

Penyiar Radio Smart Fm Pekanbaru





HOTMA SAMPE PANGGABEAN

Bapak Produksi Radio Smart Fm Pekanbaru





Proses Live Streaming



Contoh Hasil Live Streaming Di Youtube



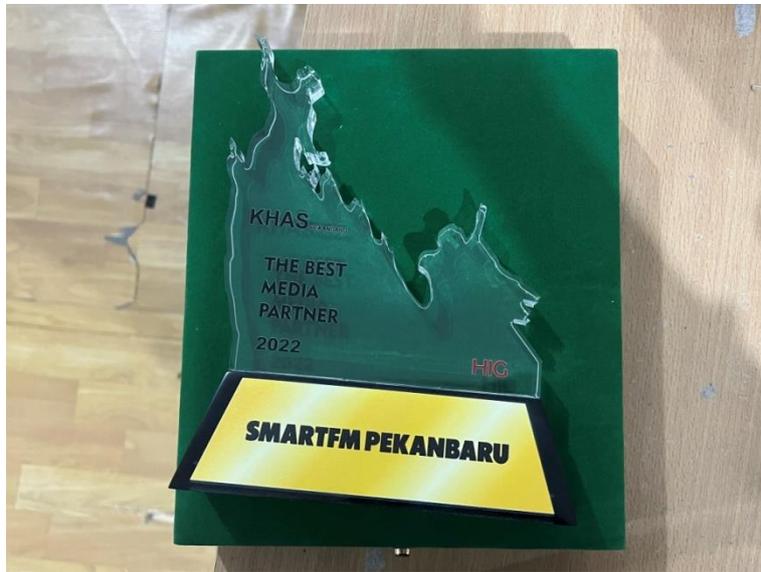
BERSAMA BAPAK MUHAMMAD RIZAL DAN BAPAK ADI CANDRA
Selaku Manager Dan Program Director



BERSAMA NARASUMBER TALKSHOW TEMA “REHAT SEJENAK”

PENGHARGAAN-PENGHARGAAN YANG DIPEROLEH RADIO SMART FM PEKANBARU







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 Tel. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (0610 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.youtube.com/umsu.medan)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

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

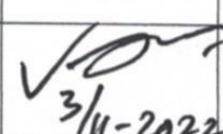
Medan, 3 November 2022

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : ARIRI ANGGRAINI
N P M : 1903110234
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 127,0 sks, IP Kumulatif 3,61

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

| No | Judul yang diusulkan | Persetujuan |
|----|--|--|
| 1 | PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM SIARAN RADIO SMART FM (STUDI PADA MASYARAKAT DIKOTA PEKAN BARU) | |
| 2 | STRATEGI RADIO SMART FM PEKANBARU DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL |  3/11-2022 |
| 3 | EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BISNIS MARKETING | |

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik / Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

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

Pemohon

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

005.19.311

(ARIRI ANGGRAINI)

Medan, tgl 3 November 2022

Ketua,

(AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.kom)
NIDN: 0127048401

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi Ilmu Komunikasi

(Nurhasanah Absuhon)



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

[f umsumedan](#)

[i umsumedan](#)

[t umsumedan](#)

[y umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 1600/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **03 November 2022**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **ARIRI ANGGRAINI**
N P M : 1903110234
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI RADIO SMART FM PEKANBARU DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL**
Pembimbing : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 005.19.311 tahun 2022.
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: 03 November 2023.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 08 Rabiul Akhir 1444 H
03 November 2022 M

Dekan,



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



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

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 7 Desember 2022

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 : Ariri Anggraini
N P M : 1903110239
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 1600/SK/II.3/UMSU-03/F/2022.. tanggal ..dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI RADIO SMART FM PEKANBARU DALAM MEMPERTAHKAN
EKSTENSITAS DI ERA DIGITAL

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 I s/d terakhir ASLI;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

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

Menyetujui :

Pembimbing

Pemohon,



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1920/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Kamis, 29 Desember 2022
 Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : Laboratorium FISIP UMSU
 Pemimpin Seminar : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.

| No. | NAMA MAHASISWA | NOMOR POKOK MAHASISWA | PENANGGAP | PEMBIMBING | JUDUL PROPOSAL SKRIPSI |
|-----|----------------------------|-----------------------|--|--|--|
| 1 | BAGUS PRASTIYO | 1803110101 | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A. | STRATEGI KOMUNIKASI CV. SIMONE COMINDO UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN |
| 2 | YUNITA RIZKY YANTI MANALLU | 1803110083 | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | ELVITA YENNI, SS., M.Hum. | PERAN TRADISI SIKAMBANG SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KULTURAL DALAM MASYARAKAT TAPANULI TENGAH |
| 3 | ARIRI ANGGRAINI | 1903110234 | CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A. | NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom. | STRATEGI RADIO SMART FM PEKANBARU DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL |
| 4 | AKMAL RIFKY POHAN | 1803110259 | SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom. | PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM BIDANG SOSIAL DI PT. MULTIMAS NABATI ASAHAN |
| 5 | BAYU ARDIANSYAH | 1803110165 | Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom. | OPINI MASYARAKAT MEDAN TERHADAP RANCANA WALIKOTA MEDAN MEREVITALISASI KAWASAN LAPANGAN MERDEKA MENJADI RUANG TERBUKA HIJAU |

Medan, 03 Rabiul Akhir 1444 H
27 Desember 2022 M





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Menjawab surat ini agar disebutkan
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-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Ariani Angraeni
N P M : 1903110234
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI RADIO SMART FM DALAM MEMPERTAHKAN
EGISTENSINYA DI ERA DIGITAL

| No. | Tanggal | Kegiatan Advis/Bimbingan | Paraf Pembimbing |
|-----|----------|----------------------------|------------------|
| 1. | 3/11-22 | Acc Judul Skripsi | |
| 2. | 3/11-22 | Penetapan dosen pembimbing | |
| 3. | 9/11-22 | Bimbingan Proposal | |
| 4. | 16/11-22 | Bimbingan Proposal | |
| 5. | 7/12-22 | Acc Proposal | |
| 6. | 13/02-23 | Pengajuan draft wawancara | |
| 7. | 14/02-23 | Acc Draft wawancara | |
| 8. | 7/03-23 | Bimbingan Skripsi bab 4-5 | |
| 9. | 15/03-23 | Acc Sidang Skripsi | |

Medan, 15 Maret2023..

Dekan,

Ketua Jurusan,

Pembimbing,

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGLIAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 732/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 24 Mei 2023
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



| No. | Nama Mahasiswa | Nomor Pokok Mahasiswa | TIM PENJUALI | | | Judul Skripsi |
|-----|----------------------|-----------------------|--|--|--|---|
| | | | PENJUALI I | PENJUALI II | PENJUALI III | |
| 26 | ARIRI ANGGRAINI | 1903110234 | Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom | STRATEGI RADIO SMART FM PEKANBARU DA MEMPERTAHANKAN EKISTENSINYA DIERA DI |
| 27 | INDAH AYU LESTARI | 1903110290 | Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP | Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom. | Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP | MAKNA SIMBOLIK ACARA TRADISIONAL "TINGKEBAN" SELAMATAN KEHAMILAN 7 BULAN DI DESA TANAI KABUPATEN BATUBARA |
| 28 | VIVIANTI RAHAYU | 1903110221 | Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si | AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom | Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP | STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM MENIN MINAT PENGUNJUNG DI PANTAI BUNGA KABUPATEN |
| 29 | DEA ZAFIRA BR BANGUN | 1903110200 | AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom | CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A. | Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si | MAKNA SIMPOLIK MBABA BELO SELAMBAR DALAM PE SUKU KARO DI DESA BATUKARANG KECAMATAN I |
| 30 | PRIYA AYU ANDINA | 1903110039 | Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP | Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom | AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom | STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WARUNG BAKSO BINJAI DALAM MEMBERIKAN KEPUASAN BAGI PEL |

Notulis Sidang :

1.

Ditandatangani oleh :

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Humf

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

Medan, 02 Dzulqaidah 1444 H

22 Mei 2023 M

Panitia Ujian

Sekretaris

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom