

**GAYA KOMUNIKASI PENYIAR PROGRAM  
TOURISM CHANNEL RADIO EL JOHN FM  
PEKANBARU DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK  
WISATA**

**TUGAS AKHIR**

**Oleh:**

**M. Syawal Figrado**  
**2103110118**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2025**

## BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : M. Syawal Fiqrado  
NPM : 2103110118  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 28 Agustus 2025  
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. Faustyna, S.Sos, M.M, M.I.Kom (.....)

PENGUJI II : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom (.....)

PENGUJI III : Corry Novrica AP.Sinaga, S.Sos, M.A (.....)

### PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

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

Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

## BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

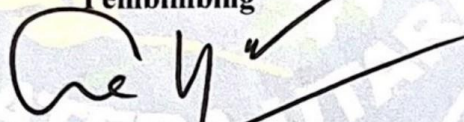
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : M. Syawal Fiqrado  
NPM : 2103110118  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **GAYA KOMUNIKASI PENYIAR PROGRAM  
TOURISM CHANNEL RADIO EL JOHN FM  
PEKANBARU DALAM MEMPROMOSIKAN  
OBJEK WISATA**

Medan, 22 Agustus 2025

Pembimbing



Corry Novrica AP. Sinaga, S.Sos, M.A  
NIDN: 0130117403

Disetujui Oleh  
Ketua Program Studi



Dr. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom  
NIDN: 0127048401



Dekan

Assoc. Prof. Dr. ARFIN SALEH., S.Sos., MSP  
NIDN: 0030017402

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **M. Syawal Fiqrado**, NPM 2103110118, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya 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 tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya 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, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 2 Oktober ..... 2025.

Yang Menyatakan,



**M. Syawal Fiqrado**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik dan benar tanpa ada kendala. Tidak lupa sholawat beriring salam penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW semoga kelak kita mendapatkan syafaat-nya di hari akhir nanti.

Tugas akhir dengan judul “Gaya Komunikasi Penyiar Program Tourism Channel Radio EL John FM Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata” merupakan tugas akhir yang diwajibkan oleh Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada kedua orangtua penulis Amri & Afrida Yanti yang sudah memberi kasih sayang, materi, serta doa demi kelancaran penulis dalam menyusun skripsi. Ucapan terimakasih turut penulis sampaikan kepada kakak kandung penulis, Nesia Riyana, Dhita Dwiyan, Nur Aliza yang telah memberi dukungan kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. 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 Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Corry Novrica Sinaga, S.Sos, M.A selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dan memberi masukan dalam proses penulisan skripsi ini.
8. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos,M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik.
9. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama menjalani kegiatan perkuliahan.
10. Seluruh pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
11. Seluruh informan yang menjadi narasumber penulis dalam proses penelitian tugas akhir ini.

Penulis menyadari terdapat berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, maka diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini dan penulis berharap tugas akhir ini dapat menambah wawasan bagi masyarakat.

Medan,        Agustus 2025

M. Syawal Fiqrado

2103110118

# **GAYA KOMUNIKASI PENYIAR PROGRAM TOURISM CHANNEL RADIO EL JOHN FM PEKANBARU DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA**

**M. SYAWAL FIQRADO**  
**2103110118**

## **ABSTRAK**

Radio merupakan salah satu media massa yang menyampaikan informasi, hiburan, sekaligus promosi. Dalam konteks pariwisata, radio berperan penting sebagai sarana promosi destinasi dan budaya lokal kepada masyarakat luas. Salah satu stasiun yang konsisten mengangkat tema pariwisata adalah Radio El John FM Pekanbaru. Dengan slogan *Tourism, Business and Lifestyle*, radio ini menegaskan komitmennya sebagai radio pariwisata pertama di Pekanbaru dan telah konsisten menghadirkan program bertema pariwisata seperti Tourism Channel selama lebih dari delapan tahun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi penyiar program Tourism Channel dalam mempromosikan objek wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teori gaya komunikasi Robert W. Norton & Loyd S. Pettergrew, yang meliputi *friendly style*, *dramatic style*, *open style*, dan *impression leaving style*. Data diperoleh melalui wawancara dengan program manajer dan penyiar, observasi siaran, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program manajer tidak menetapkan gaya komunikasi tertentu, sehingga penyiar bebas berkreasi sesuai karakter masing-masing. Dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, kedua penyiar menerapkan keempat gaya komunikasi tersebut. Namun memiliki karakteristik masing masing, penyiar pertama lebih menonjol pada *dramatic style* untuk membangun imajinasi audiens, dan penyiar kedua lebih menekankan *open style* guna meningkatkan rasa percaya terhadap informasi wisata yang disampaikan.

**Kata Kunci:** Gaya Komunikasi, Penyiar Radio, Promosi Objek Wisata

## DAFTAR ISI

|                                      |      |
|--------------------------------------|------|
| KATA PENGANTAR.....                  | i    |
| ABSTRAK .....                        | iv   |
| DAFTAR ISI .....                     | v    |
| DAFTAR GAMBAR .....                  | vii  |
| DAFTAR TABEL .....                   | viii |
| BAB I PENDAHULUAN .....              | 1    |
| 1.1    Latar Belakang Masalah .....  | 1    |
| 1.2    Pembatasan Masalah .....      | 4    |
| 1.3    Rumusan Masalah .....         | 4    |
| 1.4    Tujuan Penelitian.....        | 4    |
| 1.5    Manfaat Penelitian.....       | 4    |
| 1.6    Sistematika Penulisan .....   | 5    |
| BAB II URAIAN TEORITIS .....         | 6    |
| 2.1    Media Penyiaran.....          | 6    |
| 2.1.1    Radio.....                  | 6    |
| 2.1.2    Televisi.....               | 8    |
| 2.2    Penyiar Radio .....           | 8    |
| 2.3    Programming Radio.....        | 10   |
| 2.4    Program Tourism Channel ..... | 12   |
| 2.5    Gaya Komunikasi .....         | 13   |
| 2.6    Komunikasi Pariwisata .....   | 14   |
| 2.7    Objek Wisata .....            | 15   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....      | 16   |
| 3.1    Jenis Penelitian.....         | 16   |
| 3.2    Kerangka Konsep .....         | 17   |
| 3.3    Definisi Konsep.....          | 18   |
| 3.4    Kategorisasi Penelitian ..... | 20   |
| 3.5    Narasumber .....              | 20   |
| 3.6    Teknik Pengumpulan Data ..... | 21   |

|                                              |                                                                                          |    |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.7                                          | Teknik Analisis Data.....                                                                | 22 |
| 3.8                                          | Lokasi dan Waktu Penelitian.....                                                         | 23 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... |                                                                                          | 24 |
| 4.1                                          | Hasil Penelitian .....                                                                   | 24 |
| 4.1.1                                        | Profil Narasumber .....                                                                  | 24 |
| 4.1.2                                        | Hasil Wawancara .....                                                                    | 25 |
| 4.2                                          | Pembahasan.....                                                                          | 42 |
| 4.2.1                                        | Gaya Komunikasi <i>Friendly Style</i> .....                                              | 44 |
| 4.2.2                                        | Gaya Komunikasi <i>Dramatic Style</i> .....                                              | 46 |
| 4.2.3                                        | Gaya Komunikasi <i>Open Style</i> .....                                                  | 49 |
| 4.2.4                                        | Gaya Komunikasi <i>Impression leaving Style</i> .....                                    | 52 |
| 4.2.5                                        | Gaya Komunikasi Penyiar Program Tourism Channel Dalam<br>Mempromosikan Objek Wisata..... | 55 |
| BAB V PENUTUP .....                          |                                                                                          | 58 |
| 5.1.                                         | Simpulan .....                                                                           | 58 |
| 5.2.                                         | Saran .....                                                                              | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                          |                                                                                          | 60 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| Gambar 3. 1 Kerangka Konsep .....               | 17 |
| Gambar 4. 1 Narasumber Nesia Riyana .....       | 24 |
| Gambar 4. 2 Narasumber Adinda Chaerunnisa ..... | 25 |

## **DAFTAR TABEL**

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian ..... | 20 |
|------------------------------------------|----|

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Radio merupakan sebuah jenis media massa dan sarana komunikasi audio yang memanfaatkan gelombang radio, umumnya untuk mengalirkan musik, informasi, serta berbagai jenis program lainnya dari sebuah stasiun penyiaran kepada banyak pendengar yang memiliki perangkat penerima radio (Skretvedt, 2025).

Keberadaan radio dalam pariwisata berfungsi sebagai platform media yang memanfaatkan siaran radio untuk memperkenalkan lokasi, daya tarik, kegiatan, dan pengalaman kepada orang-orang yang ingin berpergian atau berwisata. Siaran radio merupakan aspek penting dari industri pariwisata, karena dapat mempengaruhi keputusan dan perilaku perjalanan pendengar radio, radio juga berfungsi memberikan informasi, hiburan, dan inspirasi yang berharga bagi wisatawan sebelum, selama, dan sesudah perjalanan mereka (Apeh, 2019).

Radio sebagai media komunikasi massa yang memiliki kekuatan tersendiri dalam membentuk persepsi dan membangun ketertarikan publik terhadap objek wisata. Melalui program-program bertema pariwisata, radio dapat menjadi jembatan antara destinasi wisata dan calon wisatawan. Salah satu stasiun radio yang konsisten dalam mengangkat isu-isu kepariwisataan adalah El John FM, khususnya melalui program Tourism Channel.

Radio ini merupakan bagian dari jaringan media yang berada di bawah naungan El John Media, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata melalui berbagai lini bisnisnya, termasuk media cetak, televisi, event pariwisata, dan penyiaran radio. Radio El John FM Pekanbaru yang sebelumnya bernama Cendana FM, resmi berganti nama pada 1 Maret 2016, dengan positioning sebagai “Radio Pariwisata Pertama di Pekanbaru”. Dengan slogan “Tourism, Business and Lifestyle”, radio ini menegaskan komitmennya sebagai media yang mendukung promosi wisata, baik skala lokal, nasional, maupun internasional, tetapi tidak hanya Radio EL John FM Pekanbaru saja, Radio EL John FM tersebar di Palembang dengan frekuensi 95,9 FM, dan Pangkalpinang di frekuensi 88,5 FM, Melalui program seperti Tourism Channel, Radio El John FM Pekanbaru tidak hanya berperan sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana promosi pariwisata yang selaras dengan visi induk perusahaannya untuk menjadi corong utama pengembangan sektor wisata.

Radio EL John FM Pekanbaru hadir dengan konsep pertama dan satu-satunya radio pariwisata di Kota Pekanbaru dan memiliki bermacam program, salah satunya Tourism Channel, yang membahas tuntas serta memberikan informasi setiap destinasi wisata baik dalam negeri maupun wisata-wisata yang ada di luar negeri sebagai saran atau rekomendasi untuk pendengar radio untuk melakukan perjalanan bisnis maupun liburan. Program ini tentu tidak lepas dari peran penyiar sebagai komunikator utama. Penyiar tidak sekadar menyampaikan informasi secara satu arah, tetapi juga membentuk persepsi dan menggiring opini pendengar melalui gaya komunikasi yang digunakan.

Peran penyiar radio adalah untuk membuat hubungan yang erat dengan pendengar radio. Melalui gaya bicara yang unik, penyiar membuat keakraban dan kedekatan dengan pendengar. Penyiar harus mampu menyampaikan informasi dengan cara yang mudah dipahami dan menarik, sering kali dalam waktu yang singkat. Keahlian ini menuntut kemampuan untuk memilih kata-kata yang tepat, menyusun kalimat dengan baik, dan menggunakan intonasi yang sesuai (Deciptra, 2024)

Gaya komunikasi penyiar menjadi unsur penting dalam promosi objek wisata melalui radio. Gaya komunikasi yang digunakan penyiar sangat menentukan keberhasilan pesan yang disampaikan apakah mampu menarik perhatian, membangun citra positif objek wisata, hingga mendorong keinginan pendengar untuk berkunjung.

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana gaya komunikasi penyiar pada program Tourism Channel Radio EL John FM Pekanbaru dalam mempromosikan objek wisata, guna mengetahui sejauh mana peran gaya komunikasi penyiar dalam mendukung promosi pariwisata melalui media radio.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Gaya Komunikasi Penyiar Program Tourism Channel Radio EL John FM Pekanbaru dalam Mempromosikan Objek Wisata”

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini hanya membahas gaya komunikasi penyiar mempromosikan objek wisata dalam siaran program tourism channel, penelitian ini menganalisis gaya komunikasi penyiar saat mempromosikan objek wisata dalam siaran program Tourism Channel.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Bagaimana gaya komunikasi penyiar program tourism channel Radio EL John FM Pekanbaru dalam mempromosikan objek wisata

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi yang digunakan penyiar program tourism channel Radio EL John FM Pekanbaru dalam mempromosikan objek wisata.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian Gaya Komunikasi guna mempromosikan objek wisata.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penyiar radio, khususnya di Radio El John FM, dalam mengembangkan dan memilih gaya komunikasi yang efektif untuk mempromosikan objek wisata agar lebih menarik.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan kualitas program Tourism Channel, khususnya dalam strategi penyiaran dan peningkatan daya tarik konten promosi wisata.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

### **BAB II : URAIAN TEORITIS**

Bab ini berisi tentang uraian teoritis yang terdiri dari media penyiaran, penyiar radio, programming radio, program tourism channel, gaya komunikasi, komunikasi pariwisata, dan objek wisata.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan memaparkan pembahasan sesuai dengan hasil penelitian yang telah diperoleh.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada Bab ini menjelaskan Simpulan dan saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1 Media Penyiaran**

Menurut Undang Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran menyebutkan penyiaran adalah pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran atau transmisi menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan media lainnya agar diterima oleh pendengar melalui alat penerima siaran. Penyiaran dibagi beberapa macam seperti radio dan televisi.

##### **2.1.1 Radio**

Radio adalah salah satu opsi bagi komunikator dalam menyampaikan pesan. Menurut Onong Uchjana Effendy, radio berfungsi sebagai media untuk hiburan, informasi, pendidikan, dan juga propaganda. Dengan demikian, radio dikenal sebagai The Fifth Estate, yang merupakan istilah untuk kekuasaan kelima setelah surat kabar yang disebut The Four Estate. Media siaran ini memiliki potensi yang besar untuk menyalurkan dan menyebarkan informasi pembangunan dengan cepat dan bersamaan kepada audiens yang luas, termasuk mereka yang berada di lokasi yang terpisah dan jauh terpencil (Novrica et al., 2017).

Radio telah melalui perjalanan panjang untuk menjadi media massa seperti yang kita kenal saat ini. Sekarang, radio menjadi salah satu sumber utama akses informasi dan hiburan. Namun, cara orang mengonsumsi media telah berubah dengan cepat seiring kemajuan zaman dan teknologi. Salah satu contohnya adalah perubahan kebiasaan pendengar radio tradisional yang kini lebih memilih platform digital seperti podcast atau streaming musik karena kemudahan akses internet dan

teknologi yang semakin canggih. Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo menyebutkan bahwa pada tahun 2018 terdapat 47000 media di Indonesia. Dari jumlah tersebut, 43.803 di antaranya adalah media online. Sementara sisanya terdiri dari media cetak (2.000), radio (647), dan televisi (523) (Novrica et al., 2024).

Sebagai media, radio memiliki kekuatan yang signifikan berkat ciri-cirinya yang berbeda dibandingkan jenis media massa lain. Pertama, radio bersifat langsung, yang memungkinkan pesan sampai kepada pendengar tanpa perlu teknik penyampaian yang rumit. Kedua, radio tidak terpengaruh oleh jarak atau waktu, sehingga pendengar bisa dijangkau sejauh apa pun selama masih dalam batasan penyiaran yang diatur oleh pemerintah, dan radio dapat dinikmati kapan saja. Ketiga, radio menarik dan membangkitkan imajinasi yang tinggi. Ini karena suasana siaran yang dinamis, yang diciptakan oleh musik, komentar penyiar, serta berbagai efek suara yang diterapkan (Kustiawan et al., 2022).

Media siaran ini memiliki potensi besar untuk menyampaikan dan menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan dengan cepat dan secara bersamaan kepada audiens yang luas, yang berada di lokasi-lokasi yang terpisah, tersebar, bahkan hingga daerah-daerah yang sangat terpencil. Selain kebutuhan manusia terhadap informasi, terdapat pula elemen lain yakni hiburan, yang berfungsi sebagai penyeimbang (*calling down*) setelah menjalani berbagai aktivitas, radio bisa jadi pilihan yang sangat sederhana untuk memperoleh kedua aspek tersebut (Novrica et al., 2017).

### **2.1.2 Televisi**

Televisi adalah suatu bentuk media massa yang didasarkan pada penyampaian gambar bergerak dan suara secara elektronik dari suatu sumber ke suatu penerima. Dengan memperluas indera penglihatan dan pendengaran melampaui batas jarak fisik, televisi telah memberikan pengaruh yang cukup besar pada masyarakat. Diciptakan pada awal abad ke-20 sebagai media yang memungkinkan untuk pendidikan dan komunikasi antarpribadi, pada pertengahan abad ini televisi menjadi media penyiaran yang dinamis, menggunakan model siaran radio untuk menyampaikan berita dan hiburan kepada orang-orang di seluruh dunia. Televisi kini disampaikan dalam berbagai cara: "melalui udara" oleh gelombang radio terestrial (siaran TV tradisional); sepanjang kabel koaksial (TV kabel); dipantulkan dari satelit yang berada di orbit Bumi geostasioner (satelit siaran langsung, atau DBS, TV); dialirkan melalui Internet; dan direkam secara optik pada cakram video digital (DVD) dan cakram Blu-ray (Fink, 2025).

## **2.2 Penyiar Radio**

Penyiar radio merupakan pekerjaan yang menggabungkan suara indah dengan imajinasi yang tak terbatas. Di belakang mikrofon, seorang penyiar tidak hanya menyebarkan berita, tetapi juga berperan sebagai teman bagi pendengar, penyemangat, dan penghibur. Mereka memiliki kemampuan untuk menghidupkan suasana pagi yang lesu maupun menemani malam yang sepi dengan karakter suara yang khas. Oleh karena itu, menjadi seorang penyiar radio memerlukan bukan hanya kemampuan berbicara, tetapi juga bakat, kemampuan komunikasi yang handal, dan kreativitas yang melimpah. Salah satu kemampuan utama yang harus

dimiliki oleh penyiar radio adalah kemampuan berbicara dengan jelas dan menarik. Mereka harus dapat menarik perhatian pendengar hanya dengan suara yang mereka miliki. Namun, lebih dari itu, penyiar juga perlu peka terhadap isu dan perkembangan terbaru. Contohnya, mereka perlu mengetahui apa yang sedang tren, merancang daftar lagu yang tepat, hingga menyampaikan berita dengan cara yang santai namun tetap informatif. Keterampilan ini menjadikan penyiar radio sumber motivasi yang konsisten bagi pendengarnya. Selain keterampilan berbicara, banyak penyiar radio yang juga memiliki hobi atau kemampuan lainnya, seperti menulis, bermain alat musik, atau bahkan berkomedi. Kegiatan-kegiatan ini sering kali menambah nilai lebih bagi karir mereka. Seorang penyiar yang hobi menulis, misalnya, dapat menciptakan skrip program dengan gaya bahasa yang baru dan menarik. Di sisi lain, penyiar yang mahir bermusik seringkali membagikan tips tentang lagu-lagu favorit mereka, menjalin hubungan yang lebih dekat dengan audiens (Dara, 2025).

Penyiar radio, yang juga dikenal sebagai presenter radio atau radio jockey, adalah individu yang menyiarkan suara mereka melalui gelombang radio. Mereka bertanggung jawab untuk memperkenalkan serta mendiskusikan berbagai topik seperti musik, melakukan wawancara yang sering melibatkan interaksi dengan pendengar, atau menginformasikan tentang berita, cuaca, perkembangan olahraga, serta informasi relevan lainnya. Seorang penyiar diharuskan untuk memiliki kemampuan berbicara yang baik dan suara yang berkualitas.

Unsur terpenting dalam menjadi seorang penyiar adalah memiliki karakter suara yang sesuai dengan format dan segmentasi radio tempat mereka bekerja, ditambah dengan kemampuan komunikasi yang efektif agar semua informasi dapat diterima dengan baik oleh pendengar (Helsa Novia & Besti Rohana Simbolon, 2019).

### **2.3 Programming Radio**

Istilah program dalam produksi radio mengacu pada berbagai bunyi bermakna yang dihasilkan oleh manusia atau bunyi rekaman yang digunakan untuk mengisi waktu siaran. Karena radio ditujukan untuk telinga, seseorang harus menggunakan kata-kata dan frasa yang dapat menyampaikan makna dengan jelas dengan menggunakan bahasa yang tepat. Berbagai jenis program radio disebut sebagai format program. Program-program tersebut meliputi *documenter programmes*, *feature programmes*, *magazine programmes*, *discussion programmes*, dan *news programmes* (Apuke, 2017).

#### *1. Documenter programmes*

Program *documenter* berasal dari kata *document*. *Documenter* merupakan penyajian informasi secara sistematis berdasarkan kenyataan dan aktualitas. Program dokumenter terdiri dari program-program yang bercorak sejarah, biografi, ilmiah, mitologi, agama, dan drama dokumenter.

## 2. *Feature programmes*

Program *feature* adalah cerita minat manusia yang menceritakan tentang orang, tempat, isu, dan situasi. *Feature* adalah cerita jurnalistik yang komprehensif dan menarik. Program *feature* cenderung orisinal dan deskriptif. Cerita *feature* orisinal dalam ide dan keterampilan menulis.

## 3. *Magazine Programmes*

*Magazine Programmes* Ini terdiri dari laporan berita, diskusi, drama, wawancara, komentar, kisah saksi mata, narasi, musik, cerita pendek, dll. Biasanya, program majalah dimulai dengan isu topikal. Program ini menggabungkan berbagai item dan berbagai item ini biasanya memecah kemonotonan.

## 4. *Drama Programmes*

*Drama Programmes* dipandang sebagai sandiwara yang diperankan. Sandiwara ini ditulis dan dipentaskan oleh seorang seniman yang mempersonifikasikan area keyakinan tertentu dengan tujuan utama untuk membawa perubahan.

## 5. *News Programmes*

*News programmes* merupakan laporan tentang suatu peristiwa yang telah terjadi, harus membangkitkan minat dan rasa ingin tahu manusia terhadap peristiwa atau kegiatan tersebut. Orang harus memiliki keinginan untuk mengetahui apa yang telah terjadi. Terpenuhinya kebutuhan informasi masyarakatlah yang membuat berita diinginkan, relevan, dan penting sebagai program siaran.

## 2.4 Program Tourism Channel

Produksi program radio terdiri atas tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, naskah siaran disusun sebagai pedoman bagi penyiar agar isi siaran tetap terarah, sesuai dengan konsep acara, serta menjaga keteraturan alur komunikasi. Naskah dapat berbentuk teks lengkap maupun catatan singkat, tergantung pada kebutuhan program dan gaya penyiar. Selanjutnya, pada tahap produksi dilakukan pelaksanaan siaran sekaligus perekaman sehingga menghasilkan rekaman siaran yang berisi suara penyiar, musik, jingle, efek suara, maupun elemen audio lain yang mendukung suasana program. Rekaman siaran ini berfungsi memperkaya isi program dan menjadi bukti dokumentasi dari proses penyiaran. Sementara itu, pada tahap pasca-produksi, rekaman siaran tersebut disunting untuk menghapus bagian yang tidak diperlukan, menyusun struktur acara agar lebih menarik, serta dijadikan arsip sekaligus bahan evaluasi untuk peningkatan kualitas siaran berikutnya (Marshall, 2023).

Program Tourism Channel di Radio El John FM merupakan salah satu program yang disiarkan setiap hari Senin hingga Jumat, pukul 12.00–15.00 WIB. Program ini tidak hanya di siarkan di Radio EL John FM Pekanbaru saja, namun di semua radio yang tergabung dalam EL John Media, seperti Radio EL John FM Palembang 95,9 FM, dan Radio EL John Pangkalpinang 88,5 FM. Program ini dirancang untuk memberikan informasi singkat dan padat mengenai destinasi wisata, termasuk akses transportasi menuju lokasi tersebut.

Dengan format siaran langsung, penyiar menyampaikan informasi secara interaktif, sehingga pendengar merasa seolah diajak berbicara langsung. Pendekatan ini bertujuan untuk menarik minat pendengar dan meningkatkan kesadaran mereka akan potensi wisata yang ada.

## **2.5 Gaya Komunikasi**

Setiap orang memiliki gaya komunikasi tertentu, yaitu cara seseorang berkomunikasi. Karena gaya komunikasi seseorang merupakan bagian yang meresap dari perilaku seseorang, maka masuk akal jika gaya komunikasi tersebut mempengaruhi seberapa menarik seseorang. Dapat juga dikatakan bahwa beberapa gaya komunikator merupakan kovariat daya tarik yang lebih kuat daripada gaya lainnya, menurut Robert W. Norton dan Loyd S. Pettegrew gaya komunikasi dibagi jadi 4 macam, *friendly style*, *dramatic style*, *open style*, dan *impression leaving style* (Norton & Pettegrew, 1977).

### *1. Friendly Style*

Sifat ini merujuk pada orang yang biasanya menunjukkan minat dan niat baik. Komunikator bersifat baik serta intonasi yang baik dan bersikap positif.

### *2. Dramatic Style*

Sifat ini mengacu pada seberapa hidup seseorang secara verbal. Seseorang yang bicaranya cenderung sangat indah adalah dramatis; seseorang yang sering melebih-lebihkan untuk menekankan suatu hal adalah dramatis.

### 3. *Open Style*

Sifat ini mengacu pada seberapa terbuka diri seseorang sebagai komunikator. Seseorang yang dengan mudah pengalaman pribadi secara terbuka mengekspresikan adalah seorang komunikator yang terbuka.

### 4. *Impression leaving Style*

Sifat ini mengacu pada seberapa berpengaruhnya seseorang sebagai komunikator. Apa yang dikatakan orang ini serta cara dia mengatakannya sering kali meninggalkan kesan. Jika orang bereaksi terhadap orang ini saat pertama kali bertemu dan cenderung mengingatnya, orang ini meninggalkan kesan.

## 2.6 Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata merupakan sebuah kegiatan manusia dalam menyebarkan informasi terkait perjalanan menuju suatu lokasi atau tempat wisata yang akan dikunjungi oleh para pelancong sambil menikmati perjalanan dari satu tempat wisata ke tempat wisata lainnya, sehingga membuat wisatawan merasa tertarik dan berujung pada keputusan untuk berkunjung (Ginting, 2016).

Pariwisata memainkan peranan yang sangat krusial dalam memperkenalkan serta meningkatkan tempat wisata di suatu wilayah. Selain itu, keberadaan pariwisata memudahkan daerah untuk menampilkan sejarah, budaya, dan keindahan alam yang dimiliki area tersebut. Pengembangan sektor pariwisata bertujuan untuk merancang dan menerapkan kebijakan yang mendukung pengembangan sumber daya alam, yang akan memberikan banyak keuntungan baik bagi masyarakat maupun bagi para pengunjung (Syari Tanjung & Putri, 2023).

Radio berperan penting dalam pariwisata sebagai media promosi pariwisata. Promosi yang dilakukan untuk pariwisata dapat berupa informasi tentang objek-objek wisata, iklan berbayar yang TV, radio, koran maupun majalah yang kesemuanya itu berskala, daerah, Nasional, maupun internasional. Sehingga dengan adanya promosi melalui media radio, tv, pendengar mendapatkan referensi mengenai tempat tempat wisata yang dikunjungi (Wilantari, 2018).

## **2.7 Objek Wisata**

Objek wisata adalah tempat, orang, acara, dan benda yang menjadi objek pandangan wisatawan dan menarik wisatawan ke destinasi wisata. Contoh umum termasuk situs alam dan budaya, tempat bersejarah, monumen, kebun binatang dan suaka margasatwa, akuarium, museum dan galeri seni, taman, bangunan arsitektur, taman hiburan, fasilitas olahraga, festival dan acara, satwa liar, dan orang. Sejarah objek wisata terkait erat dengan perkembangan industri pariwisata. Objek wisata ada ketika sistem pariwisata dibuat untuk menunjuk dan mengangkatnya ke status objek wisata (Benckendorff, 2014).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

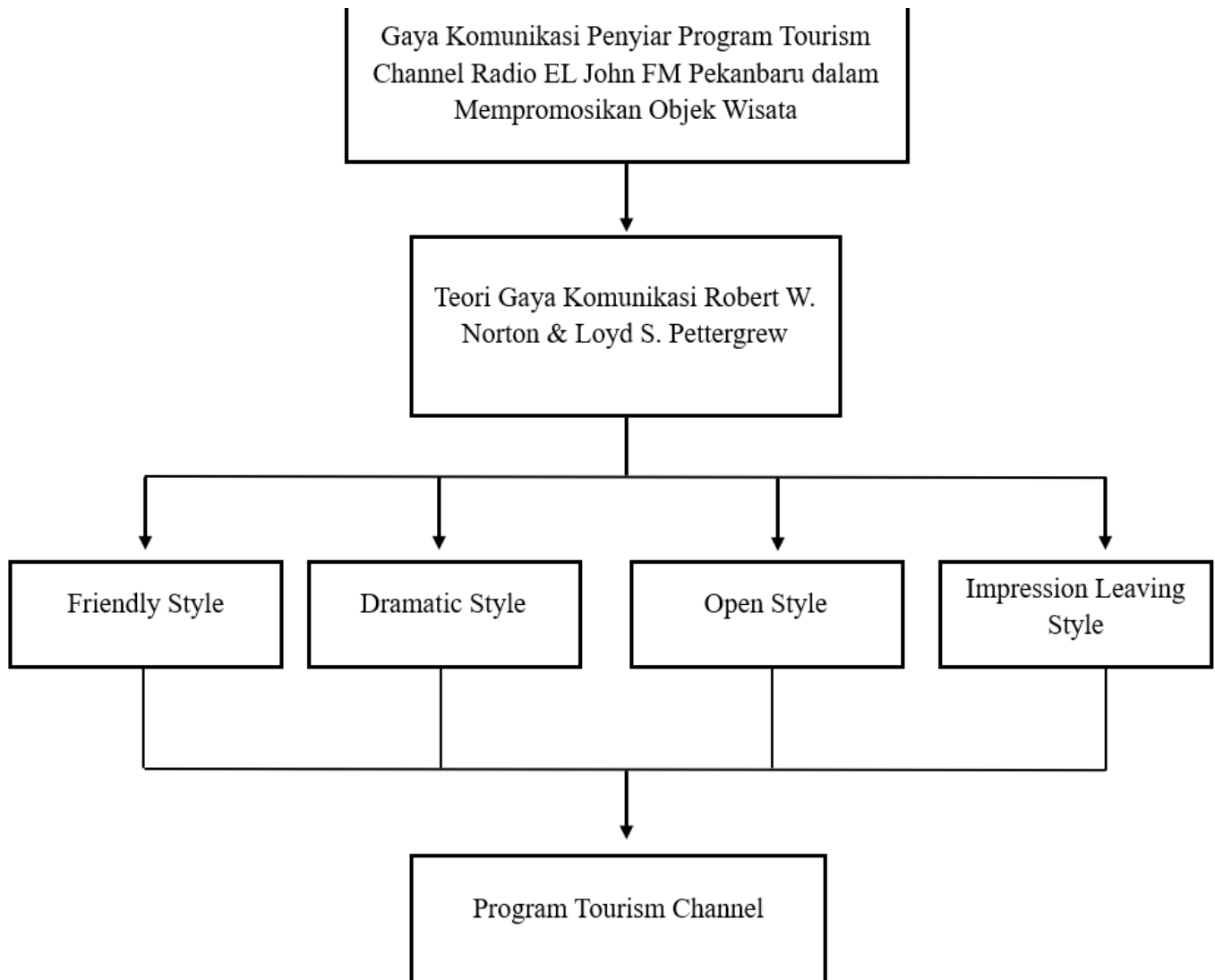
#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara mendalam gaya komunikasi penyiar dalam mempromosikan objek wisata. Metode ini bertujuan untuk menggali makna, pemahaman, serta proses komunikasi yang digunakan oleh penyiar berdasarkan teori gaya komunikasi Norton & Pettergrew.

Penelitian kualitatif adalah suatu metode dalam melakukan penyelidikan yang fokus pada fenomena atau kejadian yang bersifat alami. Sifat dari penelitian kualitatif ini adalah fundamental dan naturalistik, yang berarti tidak dapat dilakukan di dalam laboratorium, melainkan harus di lingkungan yang sesungguhnya. Karena alasan ini, jenis penelitian ini sering dinamakan dengan penyelidikan naturalistik atau studi lapangan (Zuchri, 2021).

### 3.2 Kerangka Konsep

Gambar 3. 1 Kerangka Konsep



Sumber: Hasil olahan, 2025

### 3.3 Definisi Konsep

1. Gaya Komunikasi Penyiar Program Tourism Channel Radio EL John FM Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata

Gaya Komunikasi yang mencakup bagaimana gaya penyiar mempromosikan objek-objek wisata pada program Tourism Channel meliputi penyampaian pesan-pesan, intonasi, serta pemilihan kata terhadap pendengar.

2. Teori Gaya Komunikasi Robert W. Norton & Loyd S. Pettergrew

Gaya komunikasi menurut Robert W. Norton & Loyd S. Pettergrew memiliki beberapa macam, peneliti menggunakan 4 macam gaya komunikasi yang sesuai dengan objek penelitian yaitu:

- a. *Friendly Style*

Komunikator menyampaikan pesan dengan intonasi yang baik, dan positif. Penyiar menyampaikan pesan-pesan dalam program Tourism Channel dengan tutur kata yang baik dan membangun kedekatan dengan pendengar.

- b. *Dramatic Style*

Komunikator menyampaikan secara melebih-lebihkan serta cerita yang menarik. Penyiar menyampaikan pesan pada program Tourism Channel dengan cara yang menarik dan secara dramatis untuk menarik perhatian pendengar terhadap pesan yang disampaikan.

c. *Open Style*

Komunikator yang mudah membagi pengalaman pribadi terhadap pesan yang ingin disampaikan. Penyiar program Tourism Channel menyampaikan pesan-pesan berdasarkan pengalaman pribadi agar membangun kepercayaan terhadap informasi yang diberikan.

d. *Impression leaving Style*

Komunikator meninggalkan kesan kepada pendengar terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Penyiar program Tourism Channel menggunakan kata-kata yang hidup, atau analogi yang menarik, membuat pesan mudah diingat dan melekat dipikiran pendengar.

3. Program Tourism Channel

Program Tourism Channel adalah salah satu program Radio EL John FM Pekanbaru yang memberikan informasi dan promosi seputar objek wisata serta berita terkini tentang pariwisata yang berfungsi untuk menjadi acuan bagi pendengar radio untuk tempat-tempat yang ingin dikunjungi serta informasi mengenai objek-objek wisata tersebut. Dalam program Tourism Channel di Radio EL John FM Pekanbaru penyiar memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan objek wisata secara menarik dan informatif serta persuasif kepada pendengar.

### 3.4 Kategorisasi Penelitian

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian

| Kategorisasi Penelitian     | Indikator                 |
|-----------------------------|---------------------------|
| Gaya Komunikasi             | -Friendly Style           |
| Penyiar Dalam Mempromosikan | -Dramatic Style           |
| Objek Wisata                | -Impression Leaving Style |
|                             | -Open Style               |
| Program Tourism Channel     | -Naskah Siaran            |
|                             | -Rekaman Siaran           |

Sumber: Hasil olahan, 2025

### 3.5 Narasumber

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan narasumber. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini misalnya orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan peneliti, atau orang yang memiliki posisi penting sehingga dapat memudahkan peneliti menjelajahi objek maupun situasi sosial yang diteliti (Zuchri, 2021).

Dengan pertimbangan tersebut, narasumber yang dipilih dalam penelitian ini adalah Program Manajer Radio El John FM Pekanbaru serta dua orang penyiar Program Tourism Channel.

Program Manajer dipilih karena memiliki peran dalam mengarahkan jalannya program dan mengetahui tujuan serta kebijakan siaran, sedangkan para penyiar dipilih karena mereka merupakan komunikator utama yang secara langsung menerapkan gaya komunikasi dalam mempromosikan objek wisata.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Teknik observasi diartikan sebagai sebuah proses yang melibatkan penglihatan, pemantauan, dan pencatatan tindakan secara teratur untuk mencapai suatu tujuan yang spesifik. Tujuan dari observasi adalah untuk memberikan deskripsi terhadap perilaku subjek dan memahaminya, atau bisa juga sekedar ingin mengetahui seberapa sering suatu peristiwa berlangsung. Dengan demikian, inti dari observasi terletak pada adanya tindakan yang terlihat serta tujuan yang ingin direalisasikan. Tindakan yang terlihat dapat berupa perilaku yang dapat disaksikan secara langsung, dapat didengar, dapat dihitung, dan dapat diukur. (Murdiyanto, 2020)

Peneliti melakukan observasi atau pengamatan terhadap objek penelitian yaitu siaran program Tourism Channel dan mengamati gaya komunikasi, intonasi dan gaya penyampaian informasi serta promosi objek wisata dalam program tersebut.

#### **2. Wawancara**

Wawancara adalah sebuah teknik untuk mengumpulkan informasi melalui interaksi, yaitu melalui dialog antara dua orang, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang menjawab pertanyaan tersebut. (Murdiyanto, 2020)

Peneliti melakukan wawancara atau memberikan pertanyaan terhadap narasumber penelitian yaitu program manajer Radio EL John FM Pekanbaru dan penyiar program Tourism Channel mengenai gaya komunikasi yang digunakan untuk mempromosikan objek wisata dalam program siaran tersebut.

### 3. Dokumentasi

Berbagai informasi dan data terkumpul dalam bentuk dokumen. Mayoritas data yang ada berupa surat, jurnal, kenang-kenangan, laporan, benda bersejarah, gambar, dan lain-lain. Memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memahami peristiwa yang telah terjadi di masa lalu. (Murdiyanto, 2020)

Peneliti mengambil data dokumentasi mengenai objek penelitian seperti foto Radio EL John FM Pekanbaru, transkrip atau rekaman siaran program Tourism Channel, naskah siaran, serta data pendukung lainnya.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis interaktif menurut Miles dan Huberman yang meliputi *data reduction, data display, conclusion drawing*. (Miles & Huberman, 1994)

#### a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data mengacu pada proses pemilihan, fokus, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang diperoleh dari pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti menyeleksi hasil temuan seperti wawancara dengan penyiar

program Tourism Channel yang sesuai dengan topik gaya komunikasi promosi objek wisata yang terjadi dalam siaran program tersebut.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah sebuah tampilan atau susunan data yang terorganisir setelah di reduksi lalu ditampilkan dalam bentuk deskriptif mengenai gaya komunikasi apa yang digunakan oleh penyiar Program Tourism Channel dalam menyampaikan informasi seputar promosi objek wisata.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclussion drawing*)

Peneliti menarik kesimpulan atas data-data hasil wawancara, observasi, dokumentasi mengenai gaya komunikasi seperti *dramatic style, open style, friendly style, impression leaving style*. Data lalu diuji melalui proses verifikasi yang digunakan yaitu triangulasi data, membandingkan dan memastikan data hasil wawancara dengan data observasi dan dokumentasi yang peneliti kumpulkan.

### 3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Radio EL John FM Pekanbaru yang terletak di Mall SKA Blok H-102 Jl. Soekarno Hatta, Pekanbaru, Riau, 28294. Dalam penelitian ini waktu yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian ini yaitu dari bulan Juni 2025 sampai Agustus 2025.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Narasumber**

Narasumber dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 yaitu Program Manajer Radio EL John FM Pekanbaru, dan 2 Penyiar Program Tourism Channel.

Narasumber 1 : Nesia Riyana

Jabatan : Program Manajer & Announcer Program Tourism Channel

Usia : 33 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan



Gambar 4. 1 Narasumber Nesia Riyana

Narasumber 2 : Adinda Chaerunnisa

Jabatan : Announcer Program Tourism Channel

Usia : 32 Tahun



Gambar 4. 2 Narasumber Adinda Chaerunnisa

#### 4.1.2 Hasil Wawancara

Hasil wawancara dengan Narasumber Nesia Riyana sebagai Program Manajer Radio EL John FM

|                                                                                                         |                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sebelumnya kak Boleh dikasih tau kak nama kakak siapa dan posisi kakak sebagai apa di Radio El John FM? | Oke, perkenalkan nama saya Nesia Riyana, di Radio EL John saya bertugas sebagai program manager juga dan juga sebagai announcer di program tourism channel. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Kakak ini kan sebagai program manager nih kan Apa yang menjadi latar belakang berdirinya program Tourism Channel di Radio EL John ini?</p> | <p>Nah jadi kebetulan Radio EL John FM Pekanbaru itu adalah radio satu-satunya radio pariwisata di Pekanbaru. Kita memang khususnya atau juga mungkin main core perusahaan memang bergerak di bidang wisata karena EL John itu dia terdiri dari media dan juga kalau boleh dilihat di portofolio EL John sendiri Ada pageant dan juga ada hotel Jadi kita bisa mempromosikan juga bisnis bisnis eljohn dibidang pariwisata seperti hotel, ya jadi main core perusahaan itu adalah wisata</p> |
| <p>Tujuan dari Tourism Channel ini itu apa sih kak?</p>                                                                                       | <p>Nah sejalan dengan misi perusahaan tadi Jadi kita coba buat program yang membawahi bidang pariwisata itu Dan juga pastinya juga sejalan dengan mempromosikan wisata-wisata Baik di sekitar kita atau juga bidang cakupannya lebih global atau lebih internasional</p>                                                                                                                                                                                                                     |

|                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Bagaimana kakak menentukan tema atau objek wisata yang akan dibahas pada waktu siaran?</p>     | <p>Mungkin gini, satu minggu itu kan terdiri dari lima hari Nah bisa jadi lima hari itu kita bagi kayak misalnya hari ini mau lokal dulu Kemudian besoknya nasional, kemudian lusa bisa internasional Jadi interchangeable, bisa jadi hari ini lokal, besok lokal lagi Jadi gak ada patterns yang pakem lah gitu Tapi di satu minggu itu pasti ada lokal, nasional, sama internasional</p> |
| <p>Menurut kakak, sejauh mana program Tourism Channel ini berkontribusi promosi objek wisata?</p> | <p>Mungkin kalau kita promosi sejauh mana Kita bisa bilang kita adalah salah satu corong utama untuk dinas pariwisata Mempromosikan kalender-kalender event di Riau Kita juga jadi salah satu yang diperhitungkan untuk menjadi corong pemerintah Misalnya ada kalender event kayak pacu jalur, bakar tongkang Itu biasanya regular infonya akan ada di radio</p>                          |
| <p>Bagaimana proses pemilihan penyiar untuk program Tourism Channel ini?</p>                      | <p>Kriteria khusus sebenarnya nggak ada Cuma memang kita lebih memilih kandidat-kandidat yang suaranya lebih</p>                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Atau apakah ada kriteria khusus untuk membawakan program tersebut?</p>                                                      | <p>Apa ya, kalau kita bilang deliver-nya lebih mature atau lebih dewasa gitu</p> <p>Maksudnya tuh karena yang kita sampaikan tuh memang tidak terlalu informal gitu Bukan bahasan yang berat dan harus akurat dan gimana Boleh kan bisa berkreasi akan hal itu</p> <p>Cuman memang ketika kita melihat kriterianya memang ada kriteria khusus untuk penyiar di Tourism Channel Seperti itu pembawaannya lebih bisa dewasa gitu Atau juga mungkin dari tone suaranya yang tidak terlalu remaja gitu</p> |
| <p>Penyiar-penyiar program Tourism Channel ini apakah diberi panduan khusus untuk mempromosikan objek wisata yang menarik?</p> | <p>Sebenarnya panduan khususnya tidak ada Atau misalnya akan ada ketika kita disponsori Misalnya ada brief kita misalnya kalender eventnya itu bulan depan kita mau mempromosikan bakar tongkang Nanti kita akan mengulik bagian siapi api gitu Jika memang tidak ada kepentingan khusus Mungkin briefnya ya seperti yang saya bilang</p>                                                                                                                                                              |

|                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                      | tadi panduan khususnya Cuma jam pertama apa, jam kedua apa, jam ketiga apa itu paling                                                                                                                                                                                                                                   |
| Menurut kakak itu gaya komunikasi dalam konteks siaran itu apa sih kak?                                                                              | Kalau menurut pribadi sih, gaya komunikasi itu cara saya berkomunikasi dengan audiens saya, itu menurut saya sih.                                                                                                                                                                                                       |
| Menurut kakak ini gaya komunikasi dapat menjadi unsur penting gak dalam mempromosikan objek wisata?                                                  | Oh tentu. Karena menurut saya kalau misalnya kita gaya komunikasinya gak cocok misalnya, atau juga mungkin katakanlah kita siaran tapi gaya komunikasi kita gak bikin orang interested sama tempat itu, ya orang juga gak bakalan mau denger. Orang juga gak bakalan curious kan sama tempat itu. Itu sih menurut saya. |
| Apakah penyiar diberi arahan khusus tentang gaya komunikasi yang digunakan atau penyiar mempromosikan objek wisata dengan kreatifitas masing-masing? | Untuk arahan khusus untuk gaya komunikasi sih tidak ada ya, kami membebaskan penyiar itu untuk menulis skrip sendiri dan berimprovisasi sendiri biar siarannya itu berjalan natural dengan kreatifitas masing masing penyiar                                                                                            |

|                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Program Tourism Channel ini apakah bekerja sama dengan pihak luar seperti dinas pariwisata, travel agent Atau pelaku industri wisata? | Kalau kerjasama sih ada beberapa tapi tidak seluruh waktu gitu Maksudnya tidak setiap waktunya ada di kerjasamanya Tapi yang pasti ada tuh kayak perhotelan karena kita memang ada sub-companynya itu ada hotel juga Jadi mungkin kita kerjasamanya sama hotel itu dan hotel itu nggak di Pekanbaru sebenarnya sih Terus kalau misalnya kerjasama sama pemerintah kita seperti yang sudah saya bilang tadi Kadang kita menjadi corong utama dinas pariwisata untuk mempromosikan kalender-kalender event lokal maupun kayak Pekanbaru aja atau juga per provinsi, jadi Riau gitu. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Hasil wawancara dengan narasumber Nesia Riyana sebagai Penyiar Program Tourism Channel Radio EL John FM Pekanbaru

|                                                                        |                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Boleh dikasi tau kak nama kakak dan posisi kakak di Radio EL John ini? | Nama saya Nesia Riyana, saya bertugas sebagai Program Manager dan juga sebagai penyiar program tourism channel di Radio EL John. |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Apa yang menjadi latar belakang dari program tourism channel di Radio EL John ini?</p>                          | <p>Nah jadi kebetulan Radio EL John itu adalah radio satu-satunya radio pariwisata Kita memang khususnya atau juga mungkin main core perusahaan memang bergerak di bidang wisata karena EL John itu dia terdiri dari media dan juga kalau boleh dilihat di portfolio EL John sendiri Ada pageant dan juga ada hotel Jadi kita memang main core perusahaan itu adalah wisata</p> |
| <p>Tujuan dari program tourism channel ini dibuat untuk apa?</p>                                                   | <p>Nah sejalan dengan misi perusahaan tadi Jadi kita coba buat program yang membawahi bidang pariwisata itu Dan juga pastinya juga sejalan dengan mempromosikan wisata-wisata Baik di sekitar kita atau juga bidang cakupannya lebih global atau lebih internasional.</p>                                                                                                       |
| <p>Menurut kakak seberapa pengaruh penyiar dalam program Tourism Channel ini mempromosikan objek-objek wisata?</p> | <p>Menurut saya, Peran penyiar bukan cuma membacakan info, tapi membentuk persepsi pendengar lewat gaya komunikasi, intonasi, pemilihan</p>                                                                                                                                                                                                                                     |

|                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                              | kata, bahkan suasana yang dibangun selama siaran. Pendengar bisa merasa “dekat” dengan tempat yang belum pernah mereka datangi hanya lewat suara dan cerita penyiar.                                                                                                                                                    |
| Menurut kakak, gaya komunikasi itu apa dalam konteks siaran?                                                                                                                 | Kalau menurut pribadi sih, gaya komunikasi itu cara saya berkomunikasi dengan audiens saya, itu menurut saya sih.                                                                                                                                                                                                       |
| Menurut kakak ini gaya komunikasi dapat menjadi unsur penting gak dalam mempromosikan objek wisata?                                                                          | Oh tentu. Karena menurut saya kalau misalnya kita gaya komunikasinya gak cocok misalnya, atau juga mungkin katakanlah kita siaran tapi gaya komunikasi kita gak bikin orang interested sama tempat itu, ya orang juga gak bakalan mau denger. Orang juga gak bakalan curious kan sama tempat itu. Itu sih menurut saya. |
| dalam teori gaya komunikasi Norton dan Pettergrew, kan kak terdapat gaya komunikasi <i>friendly style</i> —nah, dimana gaya komunikasi ini komunikatornya menyampaikan pesan | Nah karena sebenarnya kalau kita tilik kembali itu sejalan juga. Karena kalau kita ngobrolin program siaran di siang hari, rasanya kurang enak kalau misalnya kita terlalu menggebu-gebu.                                                                                                                               |

|                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>dengan ramah dan menciptakan suasana yang akrab, santai. Kakak menerapkan gaya komunikasi ini gak pada siaran Tourism Channel itu?</p> | <p>Berbeda di pagi dan juga sore hari gitu. Jadi kalau pagi dan sore hari itu memang benar-benar waktunya yang— kalau misalnya pagi memang kita membangun mood, jadi memang harus sedikit lebih semangat atau cheerful gitu. Demikian juga di sore hari ketika orang pulang kantor, jadi kita lebih bisa memberikan semangat lagi. Makanya lebih cheerful juga gitu. Berbeda di siang hari, di mana orang sudah agak rentan, capek, makan siang, lagi memang in the middle of job gitu kan. Kita kalau misalnya ikut teriak-teriak atau ikut bernada tinggi, jadinya agak gak masuk kan. Jadi orang lebih pengen santai, chill. Jadi mungkin kalau misalnya kita sandingkan sama gaya komunikasi tadi, lebih cocok itu sih. Memang itu tujuan kita gitu di siang hari.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Selanjutnya kak, itu ada gaya komunikasi <i>dramatic style</i> kak. Gaya komunikasi <i>dramatic style</i> ini kak, penyampaian pesannya secara dramatis kak. Misalnya agar objek wisata yang kakak sampaikan itu menjadi lebih menarik. Nah kakak itu menerapkan gaya komunikasi itu gak?</p> | <p>Oh tentu. Karena kita kan kayak misalnya ada orang yang pengen banget ke satu daerah, cuma dia belum bisa ke daerah tersebut gitu misalnya. Gimana caranya kita bisa menggambarkan daerah tersebut tuh, itulah yang menjadi poin plus program ini. Dengan mendramatisasi juga menurut saya adalah salah satu hal yang bisa membuat orang ketrigger untuk mendengar, kemudian menilik informasi tersebut. Kemudian ya syukur-syukur ikutin itinerary yang udah kami sampaikan di Tourism Channel ini, gitu sih.</p> |
| <p>Nah, selanjutnya itu ada gaya komunikasi <i>open style</i> kak. Nah ini gaya komunikasi yang terbuka, seperti menyampaikan pengalaman pribadi kakak pada objek wisata yang kakak promosikan dalam siaran, apakah kakak menerapkan itu?</p>                                                    | <p>Nah iya, kalau ketika kita—misalnya saya pengen cerita tentang satu daerah yang udah saya pernah, tentu saja saya memasukkan pengalaman-pengalaman pribadi saya ke dalam script naskah saya di Tourism Channel ini. Karena agar supaya kita lebih dekat sama audiens-audiens. Bisa tahu nih,</p>                                                                                                                                                                                                                   |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>misalnya ada pengalaman pribadi apa.</p> <p>Oh ternyata dari Danau Toba ke Samosir itu nggak cuma satu pelabuhan loh. Ada berapa pelabuhan, mungkin kita bisa cerita. Kalau saya kemarin dari pelabuhan yang mana, misalnya saya dari pelabuhan Ajibata. Nah jadi saya memasukkan pengalaman-pengalaman pribadi tersebut.</p>                                                                                                                                                  |
| <p>Selanjutnya yang terakhir ini ada gaya komunikasi <i>Impression leaving Style</i> kak. Itu gaya penyampaian yang dapat memberikan bekas atau kesan di telinga pendengar, seperti analogi menarik, menggunakan bahasa daerah yang menjadi objek wisata disiarkan. Kak apakah kakak menerapkan itu kak?</p> | <p>Kadang ada, kayak misalnya unsur-unsur—sebenarnya bukan yang full bahasa, karena memang kalau kita berbicara mengenai dialek daerah itu kan nggak semua orang bisa gitu kan. Maksudnya saya pun juga terbatas untuk tahu semua dialek daerah kan. Sebisa mungkin kalau misalnya saya tahu pasti saya masukkan. Ya minimal pengetahuan seperti tolong dan terima kasih, pakai bahasa apa gitu. Atau mau order something gitu, saya pasti masukin ke dalam siaran saya gitu.</p> |

Hasil wawancara dengan Narasumber Adinda Chaerunnisa sebagai Penyiar  
Program Tourism Channel

|                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sebelumnya kak, boleh diperkenalkan kak, nama kakak siapa?                                                     | Oke, saya Adinda Chaerunnisa, saya disini sebagai penyiar radio, khususnya pada program tourism channel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Menurut kakak ini apa yang menjadi latar belakang berdirinya program Tourism Channel di Radio EL John ini kak? | Oke, kalau untuk latar belakang program Tourism Channel ini sebenarnya adalah untuk mendukung sektor pariwisata nah ini sebenarnya sejalan juga sama tagline radio kami tagline radio kami itu adalah Tourism, Business and Investment jadi memang ada mengarah ke pariwisata dan kami bisa menjamin kami adalah satu-satunya program yang memang fokusnya ke sektor pariwisata, bisnis dan investasi nah jadi fungsi kita disini adalah untuk mendukung sektor tersebut. |
| Menurut kakak ini sejauh mana program Tourism Channel ini                                                      | Kalau untuk berkontribusi di pariwisata menurut kami ini cukup berkontribusi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

|                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>berkontribusi terhadap promosi-promosi pariwisata?</p>                                                          | <p>karena untuk program Tourism Channel sendiri ini ini bahasnya bukan cuma destinasi-destinasi atau tempat-tempat yang sudah populer saja bahkan ada tempat-tempat ataupun destinasi baru yang belum terlalu dikenal atau yang orang mungkin gak sadar bahwa dimana dimana destinasinya itu ada satu destinasi yang tidak terlalu hype nah kita memang konsisten untuk mengangkat berbagai macam destinasi, jadi bukan hanya yang populer saja begitu juga dengan kulinernya, budayanya jadi cukup berkontribusi kan ini bisa menambah wawasan ke masyarakat ataupun pendengar.</p> |
| <p>Menurut kakak seberapa pengaruh penyiar dalam program Tourism Channel ini mempromosikan objek-objek wisata?</p> | <p>Kalau pengaruh penyiar ini karena penyiar ini adalah sebagai penghubung penghubung dari informasi yang akan kita berikan jadi kan Tourism Channel ini adalah wadah informasi, edukasi dan juga promosi untuk pariwisata kalau penyiar-penyiar ini sangat</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                     | berfungsi karena mereka menjadi penghubung dari informasi ataupun edukasi mengenai pariwisata atau destinasi wisata yang akan mereka sampaikan jadi penyiar ini ya ujung tombaknya.                                                                                                                                                                         |
| Menurut kakak, gaya komunikasi itu apa dalam kontek siaran?                                                                         | Gaya komunikasi mungkin ini ya gaya komunikasi yang kita buat sesuai dari radionya kalau radio kita ini dewasa muda jadi kita itu kalau berbicara solo single announcer kan ada tandem announcer ada single announcer kalau dia mainnya solo kita harus tetap menggunakan saya dan anda karena target usianya adalah dewasa muda, jadi usia-usia produktif, |
| Menurut kakak, apakah gaya komunikasi itu menjadi unsur yang penting dalam mempromosikan objek wisata dalam siaran tourism channel? | Menurut saya, gaya komunikasi itu sangat penting dalam mempromosikan objek wisata. Sebagai penyiar di program <i>Tourism Channel</i> , tugas saya bukan cuma menyampaikan informasi, tapi juga membangun suasana dan                                                                                                                                        |

|                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                              | membentuk imajinasi pendengar tentang tempat yang kita bahas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Sumber informasi kakak dalam membawakan program Tourism Channel ini apa kak? | jadi kalau dulu sumber dari destinasi wisata yang ada di tourism channel itu biasanya ngambil dari majalah traveling dari majalah yang jelas sumbernya, tapi kita memang benar-benar jika kita mengambil dari majalah, kita harus sampaikan majalah apa kita harus sertakan sumbernya di setiap informasi yang kita berikannya, nah seiring berjalannya teknologi, kita jadi akan mengambil di beberapa sumber dari internet sumber dari internet itu juga kita harus validasi dulu maksudnya, kita benar-benar melihat atau mengecek informasi-informasi yang memang benar karena kan kadang, kita banyak kalau kita browsing, ada blog-blog yang belum tentu valid itu kita harus cek validasi dulu, baru kita akan bawaan, kita |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | pelajari, kita bikin scriptnya kita bawaan.                                                                                                                                                                                                                                    |
| Pada penelitian ini, saya kan menggunakan teori gaya komunikasi Norton & Pettergrew kak, nah yang pertama itu <i>Friendly Style</i>                                                                                                                                                             | Dalam setiap siaran, kita berusaha membawa suasana seolah-olah kayak ngobrol santai sama kawan, bukan seperti sedang memberikan ceramah atau informasi satu arah.                                                                                                              |
| Dalam teori gaya komunikasi Norton & Pettergrew ada gaya komunikasi <i>Dramatic Style</i> , Dimana komunikator menyampaikan pesan itu secara dilebih-lebihkan atau di dramatisir, apakah kakak menerapkan cara itu dalam mempromosikan objek wisata ??                                          | Kita menerapkan itu sih, karena radio ini kan bersifat audio saja, jadi tidak ada gambaran atau visual yang bisa dilihat oleh pendengar, jadi kita mempromosikan itu ya secara dramatis juga biar pendengar itu bisa membayangkan apa yang saya sampaikan.                     |
| Dalam teori gaya komunikasi Norton dan Pettergrew ada gaya komunikasi <i>open style</i> , penyampaianya terbuka, komunikatornya yang terbuka. Kalau dalam konteks siaran program Tourism Channel ini seperti kakak memberikan pengalaman pribadi kakak saat membicarakan objek wisata tersebut, | Kita melakukan itu juga, karena kadang dari kita-kita, misalnya dari beberapa destinasi yang kita sampaikan kita memang sudah pernah menjajaki kita juga sekaligus bercerita apa pengalaman yang kami alami saat disana baik dari misalnya transportasinya yang sulit, makanan |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>apakah kakak menerapkan hal tersebut dalam mempromosikan objek wisata?</p>                                                                                                                                                                                                               | <p>hal-halnya yang susah, itu gak apa-apa <i>open communication</i> tetap kita lakukan disini agar promosi yang kita sampaikan itu dapat dipercaya pendengar, kayak oh ternyata penyiarnya pernah ke wisata yang dipromosikan itu.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>Terus ada gaya komunikasi selanjutnya itu ada <i>impression leaving style</i>. <i>Impression leaving style</i> ini dapat memberikan kesan atau bekas ke dalam hati pendengar. seperti bahasa-bahasa daerah atau istilah-istilah, apakah itu diterapkan dalam siaran tourism channel?</p> | <p>Kalau itu kita tidak bisa menerapkan karena di radio ini sendiri kita memang benar-benar menerapkan bahasa Indonesia dan Inggris saja memang dulu di awal-awal radio El John ini berdiri kita ada tiga Bahasa bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan juga bahasa Mandarin dulu bahkan kita punya satu program sebelum tourism channel ini program Mandarin tapi semenjak sulitnya mencari orang yang bisa bersiaran bahasa Mandarin jadi kita udah gak pakai ke sana, dan begitu juga bahasa daerah tidak available disini, jadi sebisa mungkin kita membahasakannya bahasa Indonesia</p> |

|  |                                                                                                                                                                                                                      |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | kecuali mungkin ada istilah-istilah tertentu kayak misalnya kita ke Sumatera Utara terus kita mau lihat si Gale-Gale kemudian Manor Tor nah kan itu istilah-istilah tarian istilah dan destinasinya itu gak apa-apa. |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 4.2 Pembahasan

Dalam konteks pelaksanaan siaran program Tourism Channel, gaya komunikasi yang digunakan oleh penyiar tidak ditentukan secara kaku oleh manajemen. Hal ini disampaikan langsung oleh Program Manager Radio EL John FM yang menyatakan bahwa tidak ada arahan khusus terkait gaya komunikasi tertentu yang harus diterapkan oleh penyiar. Penyiar diberikan kebebasan sepenuhnya untuk menyusun naskah siarannya sendiri, serta melakukan improvisasi secara mandiri selama siaran berlangsung. Hal ini bertujuan agar siaran bersifat lebih natural dan tidak terkesan kaku atau dibuat-buat.

“Untuk arahan khusus untuk gaya komunikasi sih tidak ada ya, kami membebaskan penyiar itu untuk menulis skrip sendiri dan berimprovisasi sendiri biar siarannya itu berjalan natural dengan kreatifitas masing masing penyiar” (Nesia Riyana, wawancara, 26 Juli 2025)

Dalam program yang berisi informasi atau promosi, seperti program wisata, penyiar juga bertindak sebagai penyampai informasi yang akurat dan persuasif. Penyiar berperan memperkenalkan tempat wisata secara menarik sehingga pendengar mampu membayangkannya secara visual melalui deskripsi audio yang hidup.

“Kalau pengaruh penyiar ini karena penyiar ini adalah sebagai penghubung dari informasi yang akan kita berikan jadi kan Tourism Channel ini adalah wadah informasi, edukasi dan juga promosi untuk pariwisata kalau penyiar-penyiar ini sangat berfungsi karena mereka menjadi penghubung dari informasi ataupun edukasi mengenai pariwisata atau destinasi wisata yang akan mereka sampaikan jadi penyiar ini ya ujung tombaknya.” (Adinda Chaerunnisa, wawancara, 18 Juli 2025).

Gaya Komunikasi menjadi unsur penting dalam mempromosikan objek wisata karena gaya komunikasi yang menarik dapat menentukan keberhasilan penyiar dalam mempromosikan objek wisata di program tourism channel, gaya komunikasi yang digunakan bukan hanya menciptakan suasana siaran yang menarik, tetapi juga mampu menggiring opini dan membentuk persepsi positif terhadap objek wisata yang dipromosikan.

“Oh tentu. Karena menurut saya kalau misalnya kita gaya komunikasinya gak cocok misalnya, atau juga mungkin katakanlah kita siaran tapi gaya komunikasi kita gak bikin orang interested sama tempat itu, ya orang juga gak bakalan mau denger. Orang juga gak bakalan curious kan sama tempat itu. Itu sih menurut saya.” (Nesia Riyana, wawancara, 26 Juli 2025).

Berdasarkan pernyataan para narasumber, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi yang digunakan oleh penyiar dalam program Tourism Channel memiliki peran yang sangat vital dalam membentuk citra dan daya tarik terhadap objek wisata yang dipromosikan. Gaya komunikasi tidak hanya digunakan sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun

ketertarikan emosional pendengar terhadap konten wisata yang disiarkan. Dalam konteks ini, teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Robert W. Norton dan Loyd S. Pettergrew menjadi landasan teori yang relevan untuk mengidentifikasi pendekatan komunikasi yang diterapkan oleh penyiar. Teori ini membagi gaya komunikasi ke dalam empat kategori utama, yaitu *friendly style*, *dramatic style*, *open style*, dan *impression leaving style*. Keempat gaya komunikasi ini akan dibahas lebih lanjut untuk melihat sejauh mana penerapannya dalam siaran program Tourism Channel Radio El John FM Pekanbaru.

#### **4.2.1 Gaya Komunikasi *Friendly Style***

Gaya komunikasi *friendly style* merujuk pada cara komunikator menyampaikan pesan dengan intonasi yang baik, sikap yang bersahabat, serta menciptakan suasana yang hangat dan akrab antara penyampai pesan dan penerima pesan. Dalam konteks penyiaran radio, gaya ini penting karena menjadi kunci dalam membangun kedekatan emosional antara penyiar dan pendengar.

Dalam program tourism channel di Radio EL John FM Pekanbaru, gaya *friendly style* diterapkan oleh para penyiar untuk menciptakan suasana siaran yang terasa santai dan akrab. Salah satu penyiar menjelaskan bahwa dalam setiap siaran,

Penyiar berusaha membangun nuansa seolah-olah sedang berbincang santai dengan teman, bukan menyampaikan informasi satu arah seperti dalam pidato atau ceramah.

Penyiar juga menyesuaikan gaya komunikasinya dengan waktu siaran. Program Tourism Channel disiarkan pada siang hari, saat para pendengar biasanya berada dalam situasi yang cenderung lelah setelah setengah hari beraktivitas atau sedang

dalam waktu istirahat makan siang. Penyiar menyampaikan bahwa siaran di siang hari memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan pagi atau sore. Pada siang hari penyiar justru memilih pendekatan yang lebih tenang, santai, dan tidak berlebihan.

Ia menjelaskan bahwa akan terasa tidak nyaman apabila gaya komunikasi di siang hari justru terlalu menggebu-gebu atau menggunakan nada tinggi. Oleh karena itu, pendekatan *friendly style* yang santai dengan suasana yang akrab dianggap lebih relevan dengan kebutuhan emosional pendengar di waktu siang hari. Dengan gaya bicara yang lebih “chill”, penyiar mampu menjaga perhatian pendengar tetap fokus pada promosi objek wisata yang disampaikan tanpa merasa terganggu.

“Nah karena sebenarnya kalau kita tilik kembali itu sejalan juga. Karena kalau kita ngobrolin program siaran di siang hari, rasanya kurang enak kalau misalnya kita terlalu menggebu-gebu. Berbeda di pagi dan juga sore hari gitu. Jadi kalau pagi dan sore hari itu memang benar-benar waktunya yang—kalau misalnya pagi memang kita membangun mood, jadi memang harus sedikit lebih semangat atau cheerful gitu. Demikian juga di sore hari ketika orang pulang kantor, jadi kita lebih bisa memberikan semangat lagi. Makanya lebih cheerful juga gitu. Berbeda di siang hari, di mana orang sudah agak rentan, capek, makan siang, lagi memang in the middle of job gitu kan. Kita kalau misalnya ikut teriak-teriak atau ikut bernada tinggi, jadinya agak gak masuk kan. Jadi orang lebih pengen santai, chill. Jadi mungkin kalau misalnya kita sandingkan sama gaya komunikasi tadi, lebih cocok itu sih. Memang itu tujuan kita gitu di siang hari.” (Nesia Riyana, Wawancara pribadi, 26 Juli 2025).

Dalam siaran, peneliti menemukan penyiar tourism channel menggunakan gaya komunikasi *friendly style* dalam mempromosikan objek wisata yang membangun kedekatan dengan pendengar dan memberikan kesan santai sehingga informasi yang disampaikan lebih mudah diterima oleh pendengar, seperti sapaan kepada pendengar .

“Sahabat el john, kalau kita ngobrolin salah satu provinsi yang kalau bisa dibilang ini adalah provinsi favoritnya orang pekanbaru ketika libur tiba, yak bener banget Sumatera Barat ya sahabat el john” (Observasi rekaman siaran program tourism channel).

Gaya komunikasi *friendly style* memiliki peran penting dalam mendukung promosi objek wisata melalui program Tourism Channel di Radio El John FM Pekanbaru. Dengan menggunakan intonasi yang hangat, sikap yang bersahabat, serta sapaan akrab kepada pendengar, penyiar mampu menghadirkan nuansa komunikasi yang tidak kaku sehingga informasi mengenai destinasi wisata terasa lebih dekat dan mudah diterima. Dalam konteks promosi, gaya ini membuat penyampaian informasi wisata tidak sekadar berupa data atau deskripsi formal, tetapi hadir seperti ajakan santai dari seorang teman. Hal ini mendorong pendengar untuk merasa lebih terhubung secara emosional dengan penyiar, sehingga pesan mengenai keindahan dan daya tarik wisata yang dipromosikan dapat memberikan kesan positif serta menumbuhkan minat untuk berkunjung.

#### **4.2.2 Gaya Komunikasi *Dramatic Style***

Gaya komunikasi *dramatic style* ditandai dengan penyampaian yang ekspresif dan juga penyampaian pesan yang dilebih-lebihkan agar pendengar dapat membayangkan atau memvisualisasi seperti apa objek-objek wisata yang dipromosikan oleh penyiar. Peneliti menemukan penyiar program Tourism Channel menggunakan gaya komunikasi *dramatic style* yakni seperti menggambarkan suasana disekitar objek wisata dan intonasi yang ditekankan.

“Buat anda yang ingin masuk ke kawasan wisata ini / anda gak di pungut biaya dan bisa datang kapan saja // anda juga bisa berkemah di sekitaran danau bersama keluarga atau teman anda // tapi jangan lupa / siapkan alat tempur seperti jacket yang super tebal / kaus kaki dan juga selimut // karena udara nya diiiiiiiingggiiiiinnnnn banget //(Dokumentasi narasumber Nesia Riyana, naskah siaran program tourism channel)

Sahabat El John / Sumatera barat memang salah satu provinsi yang keindahan alam nya luar biasa indah // destinasi pertama / saya akan ajak anda ke Air terjun Lubuak Rantiang // berlokasi sekitar 25km dari pusat kota Padang/ lebih tepat nya di kecamatan Koto Tangah // Dibutuhkan kesabaran dan perjuangan untuk dapat menemukan air terjun ini sahabat El John / karena benar-benar tersembunyi di dalam hutan tropis yang rimbun banget// kita harus terlebih dahulu berjalan menyusuri hutan, / naik turun bukit, / bahkan melewati empat sungai //(Dokumentasi narasumber Nesia Riyana, naskah siaran program tourism channel)

“Banyak banget sekarang penginapan dan juga villa-villa yang gak kalah cantik dari bali atau wisata-wisata populer lainnya, jadi boleh ni di agendakan Bersama keluarga ke Alahan Panjang”(Observasi narasumber Nesia Riyana, rekaman siaran program tourism channel)

Penerapan gaya komunikasi *dramatic style* dalam siaran program Tourism Channel juga diakui sebagai salah satu strategi utama untuk menciptakan ketertarikan dan membangun imajinasi pendengar terhadap objek wisata yang dibahas. Dalam wawancara, penyiar menjelaskan bahwa tidak semua pendengar memiliki kesempatan langsung untuk mengunjungi suatu daerah wisata. Oleh karena itu, tantangan bagi penyiar adalah bagaimana cara menggambarkan tempat tersebut dengan jelas dan menarik hanya melalui kata-kata.

Penyiar menyatakan bahwa mendramatisasi deskripsi tentang suatu daerah menjadi salah satu poin unggulan dalam program ini. Dengan penyampaian yang menggugah dan penuh imajinasi, pendengar diharapkan dapat "merasakan" suasana tempat tersebut meskipun hanya melalui siaran audio. Gaya komunikasi yang dramatis ini tidak hanya memancing rasa penasaran pendengar, tetapi juga dapat

memicu mereka untuk mencari informasi lebih lanjut, bahkan mengikuti rencana perjalanan (itinerary) yang telah disarankan dalam program tersebut.

“Oh tentu. Karena kita kan kayak misalnya ada orang yang pengen banget ke satu daerah, cuma dia belum bisa ke daerah tersebut gitu misalnya. Gimana caranya kita bisa menggambarkan daerah tersebut tuh, itulah yang menjadi poin plus program ini. Dengan mendramatisasi juga menurut saya adalah salah satu hal yang bisa membuat orang kettrigger untuk mendengar, kemudian menilik informasi tersebut. Kemudian ya syukur-syukur ikutin itinerary yang udah kami sampaikan di Tourism Channel ini, gitu sih.” (Nesia Riyana, wawancara, 26 Juli 2025)

Pernyataan ini diperkuat oleh penyiar lainnya yang juga menegaskan bahwa ia secara sadar menerapkan pendekatan secara dramatis karena siaran radio tidak menyuguhkan unsur visual. Ia menyampaikan bahwa siaran dilakukan secara dramatis agar pendengar dapat membayangkan apa yang sedang dibahas. Penyampaian informasi yang menggugah imajinasi ini bertujuan agar destinasi wisata yang dijelaskan tidak hanya tersampaikan secara faktual, tetapi juga terasa secara emosional oleh pendengar.

“Saya menerapkan itu sih tapi sangat jarang sekali, karena radio ini kan bersifat audio saja, jadi tidak ada gambaran atau visual yang bisa dilihat oleh pendengar, jadi saya mempromosikan itu ya secara dramatis juga biar pendengar itu bisa membayangkan apa yang saya sampaikan.”(Adinda Chaerunnisa, wawancara, 18 Juli 2025.)

Dengan demikian, gaya komunikasi *dramatic style* dalam program ini tidak hanya berfungsi sebagai teknik penyampaian, melainkan juga sebagai bentuk narasi kreatif yang mampu menggiring persepsi pendengar, membangkitkan rasa penasaran, dan pada akhirnya mendorong minat untuk menjelajahi objek wisata yang dipromosikan.

### 4.2.3 Gaya Komunikasi *Open Style*

Gaya komunikasi *open style* mengacu pada keterbukaan komunikator dalam membagikan pengalaman pribadi, cerita, saran atau pendapatnya secara terbuka. Gaya ini menciptakan koneksi yang lebih personal antara penyiar dan juga pendengar. Dalam konteks penyiaran radio, gaya ini ditunjukkan melalui penyampaian informasi yang bersifat personal.

Dalam program tourism channel di Radio EL John FM Pekanbaru, peneliti menemukan gaya komunikasi *open style* diterapkan oleh penyiar dalam mempromosikan objek wisata, beberapa hasil temuan peneliti terhadap gaya komunikasi *open style* yaitu;

“Anda bisa juga melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan air seperti snorkling disini, ga cuman itu aja anda juga bisa menginap di cottage yang ada dan juga harganya relatif murah sahabat el john dibanding pulau-pulau sekitarnya, sekitar 200-300 ribu rupiah saja per malamnya” (Observasi siaran tourism channel Nesia Riyana)

“Sahabat El John / travel tips yang akan saya bagikan kali ini yaitu / pertama / sebelum anda liburan / sebaiknya di cari tau dulu dengan pasti lokasi yang akan di kunjungi // jangan sampai nih ya / langsung tancap gas / sampe di lokasi bingung mau kemana // sementara waktu untuk libur nya tidak banyak // jadi nanti malah lebih banyak buang- buang waktu //” (Dokumentasi siaran program tourism channel Adinda Chaerunnisa)

Tokyo udah / Osaka Udah / tinggal waktunya saya share this magical city with high valuable culture / welcome to Kyoto // Waktu Saya menginjakkan kaki pertama kali di Kyoto / saya takjub dan kagum bagaimana kemajuan zaman tidak meninggalkan warisan leluhur yang membuat Kyoto ini sangat amat magical // bangunan nya terstruktur rapi tepi tidak meninggalkan *style* Minka yang merupakan rumah adat tradisional Jepang // (Dokumentasi narasumber Adinda Chaerunnisa,

“Starting with Tokyo, tidak lain dan tidak bukan Shibuya Crossing dan juga Patung Hachiko di dekat shibuya crossing ini sahabat el john, sepengalaman saya pribadi sih 2 tempat ini gak ada jam sepi nya ya, saran saya kalau misalnya mau bener bener rame banget anda bisa ikutan nyebrang Shibuya Crossing di jam makan siang sahabat el john” (Observasi siaran tourism channel Adinda Chaerunnisa).

Penerapan gaya komunikasi *open style* dalam program Tourism Channel tidak hanya menjadi pilihan, tetapi juga merupakan bentuk pendekatan yang sangat efektif untuk membangun kedekatan antara penyiar dan pendengar. Salah satu penyiar menyampaikan bahwa ketika membahas suatu daerah yang pernah dikunjungi secara langsung, ia secara sadar memasukkan pengalaman-pengalaman pribadi ke dalam naskah siarannya. Hal ini dilakukan bukan semata untuk memperkuat isi informasi, tetapi juga untuk menciptakan hubungan yang lebih dekat dan meningkatkan rasa kepercayaan dengan audiens.

Sebagai contoh, penyiar tersebut menuturkan bahwa ketika membahas perjalanan ke Danau Toba dan Pulau Samosir, ia tidak hanya menjelaskan rute dan destinasi secara umum, tetapi juga menceritakan pengalaman pribadinya. Ia menyebut bahwa ternyata untuk menuju Samosir, tidak hanya ada satu pelabuhan saja, dan dalam pengalamannya, ia pernah menyeberang melalui Pelabuhan Ajibata. Cerita semacam ini menurutnya penting untuk disampaikan karena bisa memberikan gambaran lebih nyata kepada pendengar, sekaligus membuat siaran terasa lebih manusiawi dan autentik.

“Nah iya, kalau ketika kita—misalnya saya pengen cerita tentang satu daerah yang udah saya pernah, tentu saja saya memasukkan pengalaman-pengalaman pribadi saya ke dalam script naskah saya di Tourism Channel ini. Karena agar supaya kita lebih dekat sama audiens-audiens. Bisa tahu nih, misalnya ada pengalaman pribadi apa. Oh ternyata dari Danau Toba ke Samosir itu nggak cuma satu pelabuhan loh. Ada berapa pelabuhan, mungkin kita bisa cerita. Kalau saya kemarin dari pelabuhan yang mana, misalnya saya dari pelabuhan Ajibata. Nah jadi saya memasukkan pengalaman-pengalaman pribadi tersebut.” (Nesia Riyana, wawancara, 26 Juli 2025)

Salah satu penyiar menegaskan bahwa komunikasi terbuka menjadi prinsip utama siaran, terutama karena banyak destinasi yang pernah mereka kunjungi langsung. Oleh karena itu, selain menyampaikan informasi umum, penyiar juga menyisipkan cerita-cerita pribadi untuk memperkuat kedekatan dengan pendengar.

“Kita melakukan itu juga, karena kadang dari kita-kita, misalnya dari beberapa destinasi yang kita sampaikan kita memang sudah pernah menjajaki kita juga sekaligus bercerita apa pengalaman yang kami alami saat disana baik dari misalnya transportasinya yang sulit, makanan hal-halnya yang susah, itu gak apa-apa *open communication* tetap kita lakukan disini.” (Adinda Chareunnisa, wawancara, 18 Juli 2025).

Gaya komunikasi *open style* terbukti menjadi strategi yang efektif dalam mendukung promosi objek wisata melalui program Tourism Channel di Radio El John FM Pekanbaru. Keterbukaan penyiar dalam membagikan pengalaman pribadi, tips perjalanan, hingga saran praktis membuat informasi yang disampaikan terasa lebih nyata, autentik, dan dapat dipercaya oleh pendengar.

Berbeda dengan sekadar penyampaian data atau deskripsi destinasi, penyiar yang menggunakan *open style* mampu menghadirkan nuansa personal sehingga promosi wisata lebih persuasif karena didukung oleh pengalaman langsung. Hal ini tidak hanya memperkaya isi siaran dengan detail tambahan, tetapi juga memperkuat keakraban antara penyiar dan audiens, sebab pendengar merasa mendapatkan rekomendasi langsung dari seseorang yang sudah mengalami perjalanan tersebut. Dengan demikian, gaya komunikasi *open style* tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi juga menumbuhkan minat pendengar untuk mengunjungi destinasi wisata yang dipromosikan.

#### 4.2.4 Gaya Komunikasi *Impression leaving Style*

Gaya komunikasi *impression leaving style* menekankan pada bagaimana pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat meninggalkan kesan yang kuat, mendalam, dan mudah diingat oleh audiens. Dalam konteks penyiaran program Tourism Channel, gaya ini diterapkan dengan cara menyampaikan informasi yang unik, menarik, dan sering kali disertai unsur lokal yang mencerminkan ciri khas suatu daerah wisata.

Peneliti menemukan beberapa penerapan gaya komunikasi *impression leaving style* yang diterapkan oleh penyiar dalam mempromosikan objek wisata melalui hasil observasi yang dilakukan pada siaran tourism channel seperti penyiar menggunakan bahasa daerah minang pada saat membahas wisata yang terletak di daerah Sumatera Barat

“Karena Sumatera Barat ini juga punya pemandangan yang bagus dan juga udara yang super super dingin, karena Sumatera Barat ini punya danau kembar yang namanya Alahan Panjang yang juga pastinya ndak kalah rancak.”(Observasi siaran tourism channel)

“Kalau anda penasaran, anda bisa mampir ke pasar tradisional Nagari Talang yang jaraknya tidak jauh dari Kota Solok, dan untuk masalah harga gak usah khawatir, satu porsinya dibanderol dengan harga 8 ribu saja, kalau kata orang sana sih namanya disebut lamak baanaa.” (Observasi siaran tourism channel)

Salah satu penyiar mengungkapkan bahwa meskipun tidak sepenuhnya menguasai semua dialek daerah, ia tetap berusaha menyisipkan unsur-unsur khas bahasa lokal ke dalam siaran. Ia menyampaikan bahwa hal-hal sederhana seperti ucapan "terima kasih" atau "tolong" dalam bahasa daerah tertentu, atau cara memesan makanan menggunakan bahasa setempat, selalu ia upayakan untuk dimasukkan ke dalam siaran. Meskipun tidak menggunakan dialek secara

keseluruhan, penyiar berusaha semaksimal mungkin untuk menyisipkan potongan-potongan bahasa daerah sebagai bentuk penghargaan terhadap budaya lokal sekaligus memberi warna khas pada siarannya. Upaya ini dilakukan agar pendengar tidak hanya mendapatkan informasi secara faktual, tetapi juga merasakan suasana lokal yang otentik dari tempat wisata yang dibahas. Dengan menambahkan elemen-elemen kecil yang khas seperti itu, penyiar berharap pesan yang disampaikan dapat lebih melekat dalam ingatan pendengar dan membentuk citra positif terhadap destinasi yang dibahas.

“Kadang ada, kayak misalnya unsur-unsur—sebenarnya bukan yang full bahasa, karena memang kalau kita berbicara mengenai dialek daerah itu kan nggak semua orang bisa gitu kan. Maksudnya saya pun juga terbatas untuk tahu semua dialek daerah kan. Sebisa mungkin kalau misalnya saya tahu pasti saya masukkan. Ya minimal pengetahuan seperti tolong dan terima kasih, pakai bahasa apa gitu. Atau mau order something gitu, saya pasti masukin ke dalam siaran saya gitu.” (Nesia Riyana, wawancara, 26 Juli 2025)

Meskipun penyiar tidak sepenuhnya menggunakan bahasa daerah dalam siaran, hal ini disesuaikan dengan kebijakan Radio El John FM yang hanya menggunakan bahasa Indonesia dan Inggris sebagai bahasa utama penyiaran. Menurut salah satu penyiar, penggunaan bahasa daerah atau Mandarin pernah dilakukan di awal berdirinya radio, namun dihentikan karena keterbatasan sumber daya penyiar. Meskipun demikian, penyiar tetap menyisipkan istilah lokal tertentu seperti “Gale-Gale” atau “Manortor” saat membahas budaya atau destinasi khas daerah seperti Sumatera Utara. Penyisipan istilah ini menjadi bagian dari strategi *impression leaving style* untuk memperkuat kesan lokal yang khas dalam setiap siaran.

“Kalau itu kita tidak bisa menerapkan karena di radio ini sendiri kita memang benar-benar menerapkan bahasa Indonesia dan Inggris saja memang dulu di awal-awal radio Eljon ini berdiri kita ada tiga bahasa bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan juga bahasa Mandarin dulu bahkan kita punya satu program sebelum tourism channel ini program Mandarin tapi semenjak sulitnya mencari orang yang bisa bersiaran bahasa Mandarin jadi kita udah gak pakai ke sana, dan begitu juga bahasa daerah tidak available disini, jadi sebisa mungkin kita membahasakannya bahasa Indonesia kecuali mungkin ada istilah-istilah tertentu kayak misalnya kita ke Sumatera Utara terus kita mau lihat si Gale-Gale kemudian Manor Tor nah kan itu istilah-istilah tarian istilah dan destinasinya itu gak apa-apa.” (Adinda Chaerunnisa, wawancara, 18 Juli 2025).

Gaya komunikasi *impression leaving style* menjadi salah satu strategi penting dalam mempromosikan objek wisata karena mampu menghadirkan kesan yang kuat, mendalam, dan berkesan bagi pendengar. Dalam program Tourism Channel di Radio El John FM Pekanbaru, gaya ini diwujudkan melalui penggunaan bahasa lokal, istilah khas daerah, serta penyampaian informasi yang unik dan berbeda. Penyiar secara sadar menyisipkan kosakata atau ungkapan khas daerah, meskipun tidak menggunakan dialek sepenuhnya, agar pendengar merasakan suasana otentik dari destinasi wisata yang dibahas.

Upaya ini tidak hanya memperkuat daya tarik informasi, tetapi juga menumbuhkan penghargaan terhadap budaya lokal serta memberi nuansa khas yang membedakan promosi wisata dari penyampaian informasi biasa. Dengan menghadirkan unsur-unsur lokal seperti istilah kuliner, adat, maupun sapaan khas daerah, penyiar mampu meninggalkan kesan mendalam yang melekat di benak audiens, sehingga objek wisata yang dipromosikan tidak hanya dikenali, tetapi juga diingat sebagai destinasi yang unik dan menarik untuk dikunjungi.

#### 4.2.5 Gaya Komunikasi Penyiar Program Tourism Channel Dalam Mempromosikan Objek Wisata

Dalam praktik siaran di program Tourism Channel, kedua penyiar yaitu Nesia Riyana dan Adinda Chaerunnisa sama-sama menerapkan keempat gaya komunikasi menurut teori Robert Norton & Loyd Pattergrew, yaitu *open style*, *dramatic style*, *friendly style*, dan *impression leaving style*. Namun, dominasi penerapan gaya komunikasi dari masing-masing penyiar berbeda.

Bagi Nesia Riyana, gaya komunikasi yang paling menonjol adalah *dramatic style*. Hal ini terlihat dari cara ia mendramatisasi deskripsi suatu destinasi wisata sehingga pendengar dapat merasakan seolah-olah berada langsung di tempat tersebut. Seperti yang diungkapkannya:

“Oh tentu. Karena kita kan kayak misalnya ada orang yang pengen banget ke satu daerah, cuma dia belum bisa ke daerah tersebut gitu misalnya. Gimana caranya kita bisa menggambarkan daerah tersebut tuh, itulah yang menjadi poin plus program ini. Dengan mendramatisasi juga menurut saya adalah salah satu hal yang bisa membuat orang ketriggerr untuk mendengar, kemudian menilik informasi tersebut. Kemudian ya syukur-syukur ikutin itinerary yang udah kami sampaikan di Tourism Channel ini, gitu sih.”(Nesia Riyana, wawancara, 26 Juli 2025).

Gaya komunikasi *dramatic style* menjadi unsur penting dalam promosi objek wisata karena mampu menimbulkan daya imajinasi bagi pendengar. Melalui narasi yang penuh ekspresi, pendengar dapat membayangkan suasana destinasi secara lebih hidup. Hal ini tidak hanya membuat informasi lebih menarik, tetapi juga berfungsi sebagai strategi persuasif agar pendengar merasa terdorong untuk mengunjungi objek wisata yang dipromosikan. Dengan kata lain, *dramatic style* menjadi jembatan yang mengubah informasi faktual menjadi pengalaman imajinatif yang menggugah minat audiens.

Sementara itu, Adinda Chaerunnisa juga menerapkan keempat gaya komunikasi, namun ia lebih dominan menggunakan *open style*. Gaya ini tercermin dari keterbukaannya dalam membagikan pengalaman pribadi, baik kelebihan maupun kekurangan yang ditemukan di suatu destinasi. Hal ini ditegaskan dalam pernyataannya:

“Kita melakukan itu juga, karena kadang dari kita-kita, misalnya dari beberapa destinasi yang kita sampaikan kita memang sudah pernah menjajaki kita juga sekaligus bercerita apa pengalaman yang kami alami saat di sana baik dari misalnya transportasinya yang sulit, makanan hal-halnya yang susah, itu gak apa-apa *open communication* tetap kita lakukan disini agar promosi yang kita sampaikan itu dapat dipercaya pendengar, kayak oh ternyata penyiarnya pernah ke wisata yang dipromosikan itu.” (Adinda Chaerunnisa, 18 Juli 2025)

Penerapan *open style* oleh Adinda Chaerunnisa penting dalam konteks promosi wisata karena menekankan pada kejujuran, keterbukaan, dan autentisitas informasi. Dengan membagikan pengalaman pribadi, termasuk kendala yang mungkin dihadapi, penyiar menciptakan kesan bahwa informasi yang diberikan benar-benar dapat dipercaya. Hal ini meningkatkan kredibilitas promosi dan membuat pendengar lebih yakin bahwa objek wisata yang disampaikan bukan sekadar retorika promosi, melainkan didasarkan pada pengalaman nyata.

Dengan demikian, meskipun kedua penyiar sama-sama menerapkan keempat gaya komunikasi dalam membawakan program, adanya perbedaan penekanan pada gaya komunikasi yang digunakan menjadikan masing-masing penyiar memiliki ciri khas serta identitas penyampaian yang berbeda. Penyiar Nesia Riyana lebih menonjol dalam penggunaan *dramatic style*, di mana gaya ini mampu membangun imajinasi pendengar, menciptakan suasana yang hidup, serta menghadirkan daya tarik emosional yang membuat audiens merasa seolah-olah

sedang berada langsung di lokasi wisata yang dipromosikan. Sementara itu, Penyiar Adinda Chaerunnisa lebih menekankan pada *open style* yang berlandaskan pada sikap keterbukaan, kejujuran, dan keaslian dalam menyampaikan informasi. Hal ini tidak hanya memberikan kesan yang autentik, tetapi juga meningkatkan rasa percaya audiens terhadap objek wisata yang diperkenalkan, karena informasi yang disampaikan terasa jujur, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Perbedaan penekanan gaya komunikasi ini menunjukkan bahwa setiap penyiar memiliki kekuatan tersendiri dalam menciptakan daya tarik bagi pendengar, sehingga keduanya mampu saling melengkapi dalam mempromosikan objek wisata melalui program Tourism Channel.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Simpulan**

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Manajer Radio EL John FM Pekanbaru tidak memberikan arahan khusus kepada penyiar untuk menggunakan gaya komunikasi tertentu dalam program Tourism Channel, gaya penyampaian, struktur kata diserahkan sepenuhnya kepada penyiar.
2. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, penyiar program Tourism Channel Radio El John FM Pekanbaru menerapkan keempat gaya komunikasi menurut teori Robert W. Norton & Loyd S. Pettergrew, yaitu *friendly style*, *dramatic style*, *open style*, dan *impression leaving style*. *Friendly style* tampak dari cara penyiar membangun suasana akrab dan santai dengan pendengar melalui sapaan yang hangat. *Dramatic style* terlihat dari penyampaian yang ekspresif, penuh penekanan, serta narasi yang mampu membangkitkan imajinasi audiens terhadap destinasi wisata. *Open style* ditunjukkan dengan keterbukaan penyiar dalam membagikan pengalaman pribadi, tips perjalanan, maupun cerita autentik yang membuat informasi terasa lebih nyata dan dapat dipercaya. Sementara itu, *impression leaving style* hadir melalui penggunaan bahasa, istilah, maupun deskripsi khas yang meninggalkan kesan mendalam bagi pendengar.

## 5.2. Saran

### 1. Untuk Radio EL John FM Pekanbaru

Disarankan agar pihak Radio EL John FM Pekanbaru menambah format program Tourism Channel dengan menambahkan interaksi dengan pendengar, agar promosi yang disampaikan melalui program tourism channel mendapatkan respon atau feedback oleh pendengar.

### 2. Untuk Penyiar Program Tourism Channel

Penyiar sebaiknya lebih banyak menggunakan gaya komunikasi *Impression leaving Style*, karena gaya komunikasi ini dapat membuat ciri khas penyiar dalam siaran dengan bahasa daerah wisata yang di promosikan.

### 3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menganalisis efek gaya komunikasi penyiar terhadap sikap atau minat wisatawan dalam mengunjungi objek wisata. Penelitian juga dapat diperluas ke media lain seperti podcast atau media sosial yang juga digunakan dalam promosi pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apeh, C. (2019). *Radio Broadcasting and Tourism Development*. LAP Lambert Academic Publishing.
- Apuke, O. (2017). *Introduction to Radio Production*. LAP Lamberg Academic Publishing.
- Benckendorff, P. (2014). *Encyclopedia of Tourism*. Springer Nature Link.
- Dara, A. (2025, January 23). *Penyiar Radio: Antara Suara dan Kreativitas yang Menginspirasi*. Radio Republik Indonesia. <https://www.rri.co.id/lhokseumawe/ipitek/1275356/penyiar-radio-antara-suara-dan-kreativitas-yang-menginspirasi>
- Deciptra, W. (2024, May 15). *Peran Komunikasi dalam Dunia Penyiaran Radio*. Radio Republik Indonesia. <https://www.rri.co.id/features/691078/peran-komunikasi-dalam-dunia-penyiaran-radio>
- Fink, D. (2025, June 10). *Television Technology*. Britannica. <https://www.britannica.com/technology/television-technology>
- Ginting, R. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Kabupaten Batubara Dalam Mengembangkan Potensi Wilayah Pulau Pandang dan Pulau Salah Namo di Kabupaten Batubara. *Konferensi Nasional Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik FISIP UMSU*.
- Helsa Novia, D., & Besti Rohana Simbolon, dan. (2019). *Strategi Komunikasi Penyiar Radio SLA FM 105.6 MHZ Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar* (Vol. 4, Issue 1).
- Kustiawan, W., Sahputra Tanjung, A., Akbar Siregar, A., Rifa, A., Martuah Purba, A., Dakwah dan Komunikasi Jl Willièm Iskandar Psr Percut Sei Tuan -Medan, F. V, & Kunci, K. (2022). Sejarah Singkat Radio, Format, Perangkat Siaran, Revolusi Serta Keunggulan dan Kelemahannya. *JUITIK*, 2(3). <http://journal.sinov.id/index.php/juitik/index>HalamanUTAMAJurnal:<https://journal.sinov.id/index.php>
- Marshall, R. (2023). *5 Elements of Radio Production*. <https://www.nostairway.com/elements-of-radio-production-2023/>.
- Miles, M., & Huberman, M. (1994). *Qualitative Data Analysis*.
- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif*. UPN Yogyakarta Press.

- Norton, R. W., & Pettegrew, L. S. (1977). *Communicator Style as an Effect Determinant of Attraction*.
- Novrica, C., Sinaga, A. P., Muhammad, R., Fathan, A., Penelitian, A., & Kunci, K. (2024). Strategi Digitalisasi Program Siaran I Radio 98.3 Fm Medan dalam Mempertahankan Pendengar I Radio 98.3 Fm Medan's Broadcast Program Digitalization Strategy to Retain Listeners. *Jur Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(8), 2821–2826. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i8.5962>
- Novrica, C., Sinaga, A. P., Muhammadiyah, U., Utara, S., Kapten, J., & No, M. B. (2017). *Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya*.
- Skretvedt, R. (2025). *Radio. Definition, History & Facts*. Encyclopedia Britannica.
- Syari Tanjung, I., & Putri, D. A. (2023). Pengembangan Objek Wisata Dalam Perspektif Komunikasi Pariwisata Di Desa Kaloy Kabupaten Aceh Tamiang Development of Tourist Attractions from a Tourism Communication Perspective in Kaloy Village, Aceh Tamiang Regency. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 6(12). <https://doi.org/10.56338/jks.v6i12.4598>
- Wilantari, A. (2018). Komunikasi Massa dalam Manajemen Pariwisata. *Jurnal Penerangan Agama Hindu*.
- Zuchri, A. (2021). *Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif (1)*. Syakir Media Press.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
1. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
2. Nomor dan tanggalnya

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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/II/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6525474 - 6631003

<https://fsls.umsu.ac.id> [fsls@umsu.ac.id](mailto:fsls@umsu.ac.id) @umsuumsu @umsuumsu @umsuumsu @umsuumsu

Sk-1

PERMCHONAN PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI

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

Medan, 19 Mei 2025

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : M. Syawal Fiqrado  
NPM : 2103110118  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
SKS diperoleh : 139 SKS, IP Kumulatif 3.69

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

| No | Judul yang diusulkan                                                                                                              | Persetujuan      |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1  | Pola Komunikasi organisasi Sistem Sosial pada Pekan Banu Event Organizer dalam Pelaksanaan Event "Jalan Sehat Bersama BUMN"       |                  |
| 2  | Gaya Komunikasi Penyiar Program Tourism Channel Radio El John FM Pekan banu dalam mempromosikan objek wisata                      | ✓<br>19 Mei 2025 |
| 3  | Strategi Komunikasi Organisasi Pekan banu Event organizer Pada event "Grand launching office Perwalian KPI Healthcare Pekan banu" |                  |

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.

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

178.21.311

Pemohon,

(M. Syawal Fiqrado)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
Program Studi.....

(Corry Norica Ap Sitaga)  
NIDN: 0130117403

Medan, tanggal 19 Mei 2025

Ketua

Program Studi.....

(Achyar Andhoni S.Sos, M.H.Kom)  
NIDN: 0127046401





**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 Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

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

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

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING**

**TUGAS AKHIR MAHASISWA**

**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

**Nomor : 921/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2025**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **19 Mei 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

|                                                            |                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama mahasiswa                                             | : <b>M. SYAWAL FIQRADO</b>                                                                                                       |
| N P M                                                      | : 2103110118                                                                                                                     |
| Program Studi                                              | : Ilmu Komunikasi                                                                                                                |
| Semester                                                   | : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2024/2025                                                                                        |
| Judul Tugas Akhir Mahasiswa<br>(Skripsi dan Jurnal Ilmiah) | : <b>GAYA KOMUNIKASI PENYIAR PROGRAM<br/>TOURISM CHANNEL RADIO EL JOHN FM<br/>PEKANBARU DALAM MEMPROMOSIKAN<br/>OBJEK WISATA</b> |

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

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 178.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 19 November 2025.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 22 Dzulqaidah 1446 H  
20 Mei 2025 M



**Tembusan :**

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.



NIDN. 0030017402





**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 Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

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

<https://fslp.umsu.ac.id> ✉ [fslp@umsu.ac.id](mailto:fslp@umsu.ac.id) 📠 [umsu.medan](#) 📧 [umsu.medan](#) 📱 [umsu.medan](#) 📺 [umsu.medan](#)

Sk-3

**PERMOHONAN**  
**SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA**  
**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Kepada Yth.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 13 Juni 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : M. Syawal Fiqrado  
NPM : 2103110118  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor : 921 /SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2025.. tanggal 19 Mei dengan judul sebagai berikut :

Gaya Komunikasi Penyiar Program Tourism Channel  
Radio EL John FM Pekanbaru Dalam Mempromosikan  
Objek Wisata

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester I s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SFP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proprosals Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

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

Diketahui oleh Ketua

Program Studi

Menyetujui

Pembimbing

Pemohon,

(Achya Anchori S.Sos, M.I. Kom)

NIDN: 0127048401

(Corry Novyrica A. Sinaga, S.Sos. MA)

NIDN: 0130117403

(M. Syawal Fiqrado)





**UNDANGAN/PANGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR**

**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 1097/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Kamis, 26 Juni 2025  
Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai  
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2  
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



SK-4

| No. | NAMA MAHASISWA         | NOMOR POKOK MAHASISWA | PENANGGAP                                            | PEMBIMBING                             | JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR                                                                                                                      |
|-----|------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6   | NELVI SIREGAR          | 2103110221            | H. TENERMAN, S.Sos.,<br>M.I.Kom.                     | Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom. | POLA KOMUNIKASI GURU DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER SISWA BEBAS TAWURAN DI SMP AL-MANAR KABUPATEN DELI SERDANG                                            |
| 7   | NELVA SIREGAR          | 2103110202            | Dr. IRWAN SYARI TUG,<br>S.Sos., M.AP.                | Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.     | PERAN KOMUNIKASI KEPALA SEKOLAH DALAM PENGEMBANGAN KEMAMPUAN DIGITAL SISWA SMA SWASTA CERDAS MURNI DELI SERDANG                                       |
| 8   | AXL JASMINE IRAWAN     | 2103110256            | Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA,<br>S.Sos., M.M., M.I.Kom. | Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.      | STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PENDAPATAN DAERAH KOTA MEDAN DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT MEMBAYAR PAJAK BUMI DAN BANGUNAN                       |
| 9   | AZKIYYA HAFIZH DAMANIK | 2103110005            | Assoc. Prof. Dr. LEYLIA<br>KHAIRANI, M.Si.           | Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.     | KOMUNIKASI INTERPERSONAL TENAGA MEDIS RUMAH SAKIT PIRNGADI MEDAN DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN PENGOBATAN DAN KESEHATAN PSIKOLOGIS PASIEN HEMODIALISIS |
| 10  | M. SYAMAL FIORADO      | 2103110118            | Dr. MUHAMMAD THARIQ,<br>S.Sos., M.I.Kom.             | CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.  | GAYA KOMUNIKASI PENYIAR PROGRAM TOURISM CHANNEL RADIO EL JOHN FM PEKABARU DALAM MEMROMOSIKAN OBIEK WISATA                                             |

Medan, 28 Dzulhijjah 1446 H  
24 Juni 2025 M





**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Dila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan lampirannya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/GK/BAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022  
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20239 Telp. (061) 6622409 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id umsumedan unsumedan umsumedan umsumedan

**BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA**

Sk-5

Nama lengkap

: M. Syawal Fiqrado

NPM

: 2103110116

Program Studi

: Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa  
(Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)

: Caya Komunikasi, Penyiar Program Tourism Channel  
Radio El John FM Pekanbaru dalam mempromosikan  
Objek Wisata

| No. | Tanggal    | Kegiatan Adm/Bimbingan           | Paraf Pembimbing |
|-----|------------|----------------------------------|------------------|
| 1   | 19/5/2025  | Acc Judul                        | cf               |
| 2   | 10/6/2025  | Bimbingan proposal               | cf               |
| 3   | 11/6/2025  | Bimbingan Revisi Proposal        | cf               |
| 4   | 12/6/2025  | Acc Seminar Proposal             | cf               |
| 5   | 10/7/2025  | Bimbingan Pasca Seminar Proposal | cf               |
| 6   | 11/7/2025  | Bimbingan Draft Wawancara        | cf               |
| 7   | 12/7/2025  | Acc Draft Wawancara              | cf               |
| 8   | 20/8/2025  | Bimbingan Bab IV & V             | cf               |
| 9   | 22/08/2025 | Bimbingan Revisi Bab IV & V      | cf               |
| 10  | 22/08/2025 | Bimbingan Revisi Abstrak         | cf               |
| 11  | 22/08/2025 | Acc Ujian Skripsi                | cf               |

Medan, 22 Agustus 2025..

Assoc. Prof. Dr. Arifia Saleh, MSc.  
NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi,

(Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.Si.kom)  
NIDN: 0127049401

Pembimbing,

(Corry Novrica Sinaga, S.Sos., M.A)  
NIDN: 0130117403



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UNDANGAN/ PANGILAN UJIAN TUGAS AKHIR  
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 1488/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

UMSU  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Kamis, 28 Agustus 2025  
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



Sk-10

| No. | Nama Mahasiswa              | Nomor Pokok Mahasiswa | TIM PENGUJI                                             |                                           |                                                         | Judul Ujian Tugas Akhir                                                                                               |
|-----|-----------------------------|-----------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                             |                       | PENGUJI I                                               | PENGUJI II                                | PENGUJI III                                             |                                                                                                                       |
| 26  | NUR ALI QUMAINI             | 2103110026            | CORRY NOVRICA AP.<br>SINAGA, S.Sos., M.A.               | H. TENERMAN, S.Sos.<br>M.I.Kom            | Assoc. Prof. Dr.<br>FAUSTYNA, S.Sos., M.M.,<br>M.I.Kom. | STRATEGI KOMUNIKASI TERAPEUTIK DALAM MEMBANTU PEMULIHAN PASIEN OLEH TENAGA MEDIS ICD DI RSI MALAHAYATI MEDAN          |
| 27  | SAHRUL GUNAWAN NASUTION     | 2103110146            | Assoc. Prof. Dr.<br>FAUSTYNA, S.Sos., M.M.,<br>M.I.Kom. | CORRY NOVRICA AP.<br>SINAGA, S.Sos., M.A. | Dr. MUHAMMAD THARIQ.<br>S.Sos, M.I.Kom                  | POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS DRAGON GYM DALAM MENDORONG PEMBENTUKAN BADAN IDEAL DI KOTA PADANG SIDIMPUN                  |
| 28  | M. SYAWAL FIORADO           | 2103110118            | Assoc. Prof. Dr.<br>FAUSTYNA, S.Sos., M.M.,<br>M.I.Kom. | NURHASANAH<br>NASUTION, S.Sos,<br>M.I.Kom | CORRY NOVRICA AP.<br>SINAGA, S.Sos., M.A.               | GAYA KOMUNIKASI PENYIAR PROGRAM TOURISM CHANNEL RADIO EL JOHN FM PEKANBARU DALAM MEMROMOSIKAN OBJEK WISATA            |
| 29  | GILANG DWI PRAMUDYA         | 2103110143            | NURHASANAH<br>NASUTION, S.Sos,<br>M.I.Kom               | CORRY NOVRICA AP.<br>SINAGA, S.Sos., M.A. | Dr. MUHAMMAD THARIQ.<br>S.Sos, M.I.Kom                  | GAYA KOMUNIKASI PIMPINAN PT. SANG HYANG SERI SUMATERA UTARA DALAM MENCIPTAKAN EMPLOYEE ENGAGEMENT KARYAWAN            |
| 30  | FIRNANDIA GRENTINA SIHALOHO | 2103110058            | Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.                 | Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.      | NURHASANAH<br>NASUTION, S.Sos,<br>M.I.Kom               | REPRESENTASI MAKNA FEMINISME FILM "PANTASKAH AKU BERHIJAB" KARYA HADRAH DAN "TUHAN, IZINKAN AKU BERDOSA" KARYA HANUNG |

Notulis Sidang :

Medan, 03 Rabul Awwal 1447 H

26 Agustus 2025M

1.

Disampaikan oleh :  
Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum.  
Rektor

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom





**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 Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

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

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

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

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

[umsu.ac.id](#)

Nomor : 1204/KET/IL.3.AU/UMSU-03/F/2025

Lampiran : -.-

Hal : *Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 20 Muharram 1447 H

15 Juli 2025 M

Kepada Yth : Manager Area Radio El John Fm Pekanbaru

di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Radio El John Fm Pekanbaru, atas nama :

|                             |                                                                                                                                  |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama mahasiswa              | : M. SYAWAL FIQRADO                                                                                                              |
| N P M                       | : 2103110118                                                                                                                     |
| Program Studi               | : Ilmu Komunikasi                                                                                                                |
| Semester                    | : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2024/2025                                                                                        |
| Judul Tugas Akhir Mahasiswa | : <b>GAYA KOMUNIKASI PENYIAR PROGRAM<br/>TOURISM CHANNEL RADIO EL JOHN FM<br/>PEKANBARU DALAM MEMPROMOSIKAN<br/>OBJEK WISATA</b> |

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.



Dekan,

**Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.**  
IDN. 0030017402





- Pekanbaru, 20 Agustus 2025

Nomor : 156/PR/COM/VIII/2025  
Lampiran : -  
Perihal : Balasan Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,  
Wakil Dekan Prodi Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Di tempat

Dengan Hormat,  
Doa dan harapan kami agar Bapak/Ibu selalu dalam keadaan sehat dan sukses dalam menjalankan segala aktivitas sehari-hari. Menanggapi surat dari Bapak/Ibu dengan NO. 1204/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025 Perihal permohonan penelitian, pada mahasiswa:

Nama : M. Syawal Fiqrado  
NPM : 2103110118  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : *Gaya Komunikasi Penyiar Program Tourism Channel  
Radio El John FM Pekanbaru dalam Mempromosikan  
Objek Wisata*

Sehubungan hal tersebut diatas, kami sampaikan kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, bahwa kami PT. Radio Swara Arum Cendana (El John FM Pekanbaru) menerima mahasiswa tersebut untuk melaksanakan penelitian sesuai dengan surat permohonan Bapak/Ibu dengan syarat mengikuti peraturan dan ketentuan yang berlaku di Radio El John FM Pekanbaru.

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Hormat kami,

**ABDUL KHAIR**  
General Manager



**Office & Studio:**

SKA Mal Blok H102, Jl. Soekarno Hatta, Pekanbaru 28294, Telp. (0761) 851268 Fax. (0761) 851278

**Jakarta Marketing Representative :**

CENTRAL PARK OFFICE TOWER 16th Floor Suite 6, Jl. Letjen. S. Parman Kav. 28 Jakarta 11470 Telp. +62 21 5824888, Fax. +62 21 582 558



