

**STRATEGI RADIO CITRA BUANA FM DALAM  
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA  
DI ERA DIGITAL**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**KIKI HASANAH**

**NPM 1703110124**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Jurusan Penyiaran**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA  
UTARA  
MEDAN  
2021**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Mahasiswa : **KIKI HASANAH**  
N P M : 1703110124  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **STRATEGI RADIO CITRA BUANA FM DALAM  
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA  
DIGITAL**

Medan, 05 Juli 2021

PEMBIMBING



**NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom**

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI



**NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom**

DEKAN



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




## PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : KIKI HASANAH  
NPM : 1703110124  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Pada hari, tanggal : Kamis, 24 Juni 2021  
Waktu : Pukul. 08.00 WIB s.d. Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom (  )  
PENGUJI II : SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom (  )  
PENGUJI III : NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom (  )

### PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

  
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP



  
Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

## PERNYATAAN



Dengan ini saya, Kiki Hasanah, NPM 1703110124, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

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

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

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

Medan, 5 Juli 2021

Yang menyatakan,



  
**Kiki Hasanah**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**STRATEGI RADIO CITRA BUANA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL**” dan juga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

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

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

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Bapak Abrar Adhani M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Muhammadiyah Sumatera Utara serta juga selaku dosen pembimbing saya selama proses penyelesaian skripsi ini

6. Bapak Akhyar Anshori S.Sos.,M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai Biro FISIP UMSU yang telah membantu saya dalam memenuhi kelengkapan berkas-berkas serta informasinya kepada saya
8. Bapak M. Rozali Arifin selaku Manajer Radio Citra Buana FM Medan
9. Bapak Abbas Mariadi selaku Kepala Bidang Siaran Radio Citra Buana FM Medan
10. Ibu Amita Harika Anwar Nasution selaku Penyiar Radio Citra Buana FM Medan
11. Kepada seluruh abang dan kakak kandung saya yang telah memberikan support dan nasehat-nasehat selama saya menyelesaikan tugas akhir yaitu Nofriyanti, Ade Yesmeldi, Yuni Afsari, Adri Iffandi, Imelda Nengsih, Jum Effendi, Yuliani, dan Hamdhani Azhar
12. Kepada ANGKATAN 006 HMJ IKO FISIP UMSU yang sama-sama berjuang menyelesaikan tugas akhir dan selalu mendukung saya
13. Kepada teman-teman saya tersayang yang sama-sama berjuang menyelesaikan tugas akhir dan selalu mendukung saya yaitu Desi Widya, Nurlinda Sari Harahap, Bella Alamanda Nasution, Risna Barus dan Mela Tamira Ramayani.
14. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Walau tidak tertulis, insyaallah perbuatan kalian akan menjadi amal baik, aamiin.

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



Medan, 30 April 2021

Penulis,

Kiki Hasanah

1703110124

# **STRATEGI RADIO CITRA BUANA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL**

**Kiki Hasanah**  
**1703110124**

## **ABSTRAK**

Melihat perkembangan media yang saat ini kian pesat, masyarakat dapat dengan mudah mengakses segala informasi dengan cepat. Kebutuhan akan informasi inilah yang membuat individu lebih selektif lagi dalam memilih media untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Media seperti Radio menjadi salah satu media dengan tingkat penyebarluasan informasi yang cepat secara serentak, baik itu hiburan sampai dengan berita. Akan tetapi, melihat pada era digitalisasi saat ini, banyak media-media baru yang mulai bermunculan seperti halnya media sosial. Media sosial yang dapat dengan mudah diakses dan digunakan oleh masyarakat, baik itu anak-anak sampai orang dewasa, membuat media massa seperti radio dapat terancam eksistensinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Radio Citra Buana Fm dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital. Dengan menggunakan teori agenda setting, peneliti ingin melihat bagaimana suatu media siaran dapat mengemas suatu program acara yang dapat menarik perhatian khalayak sehingga dianggap penting bagi khalayak. Dengan jenis penelitian Deskriptif Kualitatif. Sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Dengan objek penelitiannya adalah Manajer Radio, Kepala Bidang Siaran, dan Penyiar Radio Citra Buana Fm Medan. Dengan teknik pengumpulan data yaitu Wawancara, Dokumentasi dan Observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Radio Citra Buana Fm terletak pada Program Siaran yang disampaikan, serta terletak pada bagaimana cara radio mempertahankan pendengarnya melalui program siaran itu.

Kata Kunci : *Teori Agenda Setting, Eksistensi, Radio, Era Digitalisasi.*



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Sistematika Penulisan .....	4
BAB II URAIAN TEORITIS .....	6
2.1 Strategi .....	6
2.1.1 Beberapa Pendapat Tentang Strategi .....	8
2.1.2 Tujuan strategi Komunikasi .....	13
2.2 Radio .....	15
2.2.1 Sejarah Radio .....	15
2.2.2 Defenisi Radio .....	18
2.2.3 Karakteristik Radio .....	20
2.2.4 Format Radio .....	24
2.2.5 Radio Citra Buana FM .....	26
2.3 Eksistensi .....	27
2.4 Era Digital .....	29
2.5 Teori Agenda Setting .....	30
2.7 Penelitian Terdahulu .....	34
BAB III METODE PENELITIAN .....	42
3.1 Jenis Penelitian .....	42
3.2 Kerangka Konsep .....	42
3.3 Defenisi Konsep .....	43
3.4 Kategorisasi Penelitian .....	43
3.5 Narasumber .....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.7 Teknik Analisis Data .....	47
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	49
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian .....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	58
4.1 Hasil Penelitian .....	58
4.2 Pembahasan .....	71
BAB V PENUTUP .....	85
5.1 Simpulan .....	85

5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

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

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

Media massa seperti radio merupakan salah satu media yang menyajikan informasi dengan cepat. Karena media siaran ini memiliki kemampuan yang tinggi untuk menyebarluaskan informasi secara cepat maupun serentak kepada khalayak luas. Meski radio terbilang sebagai media komunikasi massa yang tertua

dan paling familiar di seluruh penjuru dunia dan meski di era digital sekarang, banyak media-media baru yang bermunculan seperti internet, radio masih menjadi salah satu media komunikasi massa yang bertahan dan berkembang hingga sampai saat ini. Karena radio hingga kini masih dipercaya sebagai media komunikasi yang disukai masyarakat karena memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, baik berita maupun hiburan yang mampu membuat optimisme serta menjalin interaksi antara penyiar dengan pendengarnya.

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

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

Masyarakat sekarang ini dengan mudah mendapatkan informasi dan hiburan ataupun lagu-lagu dari dunia maya atau internet. Seperti dari instagram, line, youtube, twitter, facebook dan media sosial lainnya. Pesatnya pertumbuhan internet menjadi pesaing berat bagi pemilik dan pengelola stasiun radio. Pengelola stasiun radio dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif menarik minat pendengar. Karena jika kalah bersaing, eksistensi radio akan tersisihkan karena dikalahkan oleh media internet. Radio dituntut mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, khususnya internet. Kalau tidak, radio akan kalah bersaing dan mati

secara perlahan-lahan. Manajemen radio harus terus dibenahi demi kelangsungan hidup radio siaran dan memiliki strategi dalam menghadapi persaingan dengan media sosial lainnya (Nasution, 2018).

Perkembangan dan persaingan radio di Sumatera Utara khususnya di Kota Medan sangat ketat, sehingga dibutuhkan kemampuan dan keahlian untuk mempertahankan pendengar lama dan menarik pendengar radio yang baru. Regulasi bidang penyiaran yang membawa berbagai perubahan memberikan tantangan baru bagi pengelola media penyiaran. Radio sebagai industri penyiaran membutuhkan kreativitas dan keahlian untuk memenangkan persaingan (Nasution, 2017).

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik dan memilih Radio Citra Buana Fm untuk di teliti, bagaimana Strategi Radio Citra Buana FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu **“Bagaimana Strategi Radio Citra Buana Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital”**

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Strategi Radio Citra Buana Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

#### 1.4.1. Secara Teoritis

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

#### 1.4.2. Secara Praktis :

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

### **1.5. Sistematika Penulisan**

BAB I : Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab dengan uraian masing-masing. Seperti, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan lainnya.

BAB II : Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini pula dimungkinkan mengajukan lebih dari satu teori atau

data sekunder/tertier untuk membahas permasalahan yang menjadi topic penelitian.

BAB III : Bab ini mengemukakan rancangan penelitian, prosedur penelitian, narasumber penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data, serta metode ujinya.

BAB IV : Bab ini menguraikan tentang Hasil Penelitian dan Juga Pembahasan.

BAB V : Bab ini terdiri dari Simpulan dan juga Saran.



## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1. Strategi**

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

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

Lalu apa itu Strategi Komunikasi ?

1. Strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan, dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.
2. Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan dari beberapa opsi komunikasi.

3. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi.
4. Adalah tujuan akhir komunikasi, strategi berperan memfasilitasi perubahan perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen.

Karena itu strategi komunikasi harus selalu dihubungkan dengan :

1. Siapa yang bicara.
2. Maksud apa saya bicara.
3. Pesan apa yang harus disampaikan kepada seseorang.
4. Cara bagaimana saya menyampaikan pesan kepada seseorang.
5. Bagaimana mengukur dampak pesan tersebut.

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

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

Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat kordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi factor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efesiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

### **2.1.1. Beberapa Pendapat Tentang Strategi**

#### **a. Kritik Liddel Hart Terhadap Clausewitz**

B.H. Liddel Hart, dalam bukunya, *Strategi*, menulis hasil penelitiannya tentang sejarah peperangan dan pertempuran sejak jaman Yunani kuno Perang Dunia II. Dia menyimpulkan bahwa defenisi “strategi merupakan seni tempur untuk mendapatkan objek dari peperangan”, merupakan defenisi yang cacat karena defenisi ini hanya mengamankan suatu kebijakan mencapai tujuan tertentu.

Liddel mengkritik baha Clausewitz mengabaikan defenisi dari Moltke yang mengatakan bahwa strategi adalah adaptasi praktis untuk menempatkan pasukan untuk mencapai objek tertentu yang tampak nyata. (Liliweri, 2011:241)

#### **b. “Alkitab” dari George Steiner**

George Steiner, seorang profesor manajemen dan salah satu pendiri The Californisa Management Review, menulis sebuah buku berjudul *Strategy of Planning*. Steiner kemudian semakin dikenal sebagai seorang ahli perencanaan strategis berkat buku yang oleh para mahasiswa dan ilmu manajemen – dia tentang strategi perencanaan dianggap sebagai “alkitab” dalam ilmu manajemen. Beberapa defenisi dari steiner tentang strategi meliputi (Liliweri, 2011:241-242)

1. Strategi adalah apa yang dilakukan oleh manajemen puncak karena hal itu sangat penting bagi organisasi.
2. Strategi mengacu pada dasar keputusan yang terarah, yaitu demi tercapainya tujuan dan misi.
3. Strategi terdiri dari tindakan penting yang diperlukan untuk mewujudkan arah yang akan dicapai.
4. Strategi menjawab pertanyaan : apa yang harus organisasi lakukan ?
5. Strategi menjawab pertanyaan : apa yang pada akhirnya kita harus cari dan bagaimana seharusnya kita mencapainya ?

Buku steiner yang ditulis pada tahun 1979 sekaligus menjadi penengah antara pelbagai kekacauan pemikiran tentang perencanaan strategi. Sumbangan pemikiran steiner begitu penting sehingga dapat mencegah “kematian perencanaan strategi” pda akhir 1980-an.

### **c. Henry Mintzberg dan Perencanaan Strategis**

Henry Mintzberg, dalam buku berjudul *The Rise and Fall of Strategic Planning* (1994), menunjukkan bahwa orang menggunakan term “strategi” dalam beberapa cara berbeda namun pada umumnya mencakup empat makna (Liliweri,2011:242) :

1. Strategi adalah sebuah rencana, “bagaimana”, suatu cara untuk mendapatkan sesuatu dari sini atau dari sana.
2. Strategi adalah cara pola tindakan dari waktu ke waktu, misalnya, sebuah perusahaan secara teratur memasarkan produknya yang sangat mahal

sehingga harus menggunakan strategi *high-end* (dari awal sampai akhir tetap mahal dan menjamin nama produk).

3. Strategi adalah suatu posisi yang mencerminkan keputusan untuk menawarkan produk atau jasa tertentu dipasar tertentu.
4. Strategi adalah perspektif terhadap visi, dan arah terhadap visi.

Jadi, strategi merupakan suatu keputusan yang tepat, jelas, komperhensif, valid, atau apapun namanya, sebagai dasar filosofi dan praktis bagi kita untuk berfikir, berperilaku, beraktivitas dan bertindak. Mintzberg meumuskan bahwa strategi harus dilakukan secara “sadar” dan bukan dirumuskan secara mendadak.

#### **d. Kenneth Andrews dan Dua Strategi**

Kenneth Andrew menyajikan defenisi panjang tentang strategi dalam bukunya *The Concept of Corporate Stratgy*. Kata Andrews “Strategi perusahaan adalah pola suatu keputusan yang sangat menentukan dan dapat mengungkapkan arah, sasaran, dan tujuan melalui penetapan kebijakan dan rencana utama perusahaan untuk mencapai tujuan ini.

Andrews juga menjelaskan antara : (1) “Strategi perusahaan” sebagai strategi untuk menentukan jenis bisnis dimana prusahaan tersebut akan bersaing dengan (2) “Strategi bisnis” sebagai strategi persaingan yang ditentukan oleh perusahaan untuk menentukan bagaimana cara bersaing secara sehat dalam jenis bisnis dari prusahaan tersebut.

Dengan demikian, “dua strategi” yang dikatakan Andrews, merupakan bentuk antisipasi untuk meraih suatu “posisi” strategi seperti diungkap oleh Mintzberg. Apakah strategi merupakan dasar suatu kompetisi ? profesor Michel Porter dari

Harvard Business School yang akan menjawab pertanyaan tentang konsep strategi kompetitif tersebut. (Liliweri, 2011:243)

#### **e. Michael Porter dan Strategi Kompetitif**

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

#### **f. Kepner-Trege dan Strategi Manajemen Puncak**

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

#### **g. Michel Robert dan Driving Force**

Michel Robert memberikan definisi “Strategi” dalam bukunya *Strategy Pure e-Simple*, bahwa pembicaraan tentang strategi sebaiknya dikaitkan dengan konsep “manajemen strategis.” Kata Robert baik manajemen strategis dan berfikir strategis dalam membuat suatu keputusan sangat ditentukan oleh 4 faktor (Liliweri, 2011:244) : (1) produk dan layanan, (2) pelanggan, (3) segmen pasar, (4) area geografis.

Robert mengemukakan bahwa keputusan strategis untuk mengatasi pelayanan bagi pelanggan, terutama pada para pelanggan ada segmen pasar dimana (area geografis) suatu produk beroperasi merupakan *driving force* bagi keberhasilan suatu perusahaan.

#### **h. Treacy & Wiersema dan Kepemimpinan Perusahaan**

Definisi strategi dari Mikhael Treacy dan Fred Wiersema tampaknya lebih maju selangkah, hal ini tertulis dalam karya mereka *The Discipline of Market Leaders* dalam *Harvard Business Review*. Kata mereka, setiap perusahaan dapat memosisikan diri sebagai “kepemimpinan” (*leadership of corporate*) jika perusahaan tersebut dapat memperluas fokus bisnisnya. Treacy dan Wiersema mengidentifikasi tiga nilai disiplin (*value-disciplines*) yang dapat dijadikan sebagai dasar tindakan suatu strategi, yaitu (Liliweri, 2011:244-245) :

1. Keunggulan operasional.
2. Keakraban dengan pelanggan.
3. Kepemimpinan produk. Jadi, hanya dengan memandatkan salah satu dari nilai tersebut sebagai *driving force*, maka setiap perusahaan dapat melayani pelanggan, itulah yang kita sebut sebagai “strategi.”



Tiga disiplin diatas menyetengahkan persyaratan yang berbeda. Keunggulan operasional mengisyaratkan pemasaran kelas dunia, pabrikasi, dan proses-proses distribusi. Keakraban dengan pelanggan menyarankan “tinggal dekat” dengan pelanggan dan “tinggal di dalam” hari para pelanggan, karena hanya itu pelanggan sangat memerlukan hubungan jangka panjang. Produk yang dihasilkan dari “kepemimpinan perusahaan” merupakan katup pengaman dari pemasaran suatu produk dipasar, dan katup ini semakin kuat dijaga apabila memiliki SDM yang cekat dan cerdas, dengan kata setiap perusahaan yang mau sukses harus memiliki “ketangkasan organisasi”.

### **2.1.2. Tujuan Strategi Komunikasi**

Adapun tujuan strategi komunikasi (Liliweri, 2011:248-249) yaitu sebagai berikut :

#### **Memberitahu (*Announcing*)**

Tujuan pertama dari strategi komunikasi adalah *announcing*, yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi. Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.

#### **Memotivasi (*Motivating*)**

Dari penyebaran informasi yang dilakukan, maka kita dapat melakukan atau mengusahakan agar informasi yang disebarkan ini harus dapat memberikan motivasi bagi masyarakat untuk mencari dan mendapatkan informasi yang disampaikan.

#### **Mendidik (*Educating*)**

Tujuan strategi komunikasi yang berikut adalah mendidik. Contohnya saja seperti bagaimana peranan dan keterlibatan masyarakat dalam memelihara kesehatan sehingga tidak tertular virus HIV/AIDS, bagaimana menghindari demam berdarah melalui pembersihan lingkungan rumah tangga secara teratur, dan bagaimana mencuci tangan sebelum makan demi kesehatan. Ini yang kita sebut dengan *Strategi of educating*.

#### Menyebarkan Informasi (*Informing*)

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

#### Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*).

Strategi komunikasi terakhir adalah yang mendukung pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasikan, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keberhasilan suatu kegiatan secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi organisasi. Jika tidak ada strategi yang baik dari proses komunikasi bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan,

dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.

## **2.2. Radio**

### **2.2.1. Sejarah Radio**

Perkembangan radio dimulai dari penemuan *Phonograph* (gramofon), oleh Edison pada tahun 1877. Pada saat yang sama James Clerk Maxwell dan Helmholtz Hertz melakukan eksperimen elektro-magnetik untuk mempelajari fenomena yang kemudian dikenal sebagai gelombang radio. Lalu Marconi, orang yang kemudian memanfaatkan kedua penemuan diatas itu mengembangkan sistem komunikasi melalui gelombang radio pada tahun 1896. Usaha Marconi saat itu baru berhasil pada tahap mengirimkan radio secara *on* dan *off* (nyala dan mati), sehingga baru bisa menyiarkan kode telegraf.

Lalu pada tahun 1906 Lee De Frost *Vacuum Tube* yang mampu menangkap signal radio sekalipun rendah. Lalu siaran radio secara regular pertama kali disiarkan pada tahun 1912 oleh Charles Herrold ketika Reginald Fessenden menciptakan penyiaran pertama melalui telepon.

Perkembangan penyiaran radio selanjutnya dilanjutkan dengan penayangan iklan pada siaran tahun 1922 oleh stasuiun AT&T, di AS. AT&T memakai sistem operasi telepon. Disamping menjadi pionir penyiaran radio komersial, AT&T juga mengembangkan sayap bisnis penyiaran radio secara berjaringan (*networking*) dengan menggunakan saluran telepon.

Namun seiring dengan perkembangan siaran jaringan pemerintah dan pengusaha elektronik local mulai memprotes dominasi AT&T. Atas desakan anti

monopoli stasiun siaran AT&T dijual kepada *Radio Corporation of America* (RCA). Perkembangan radio siaran oleh RCA yang pada tahun 1926 membuat jaringan NBC (*the National Broadcasting Corporation*), yaitu sistem siaran jaringan yang membuat biaya siaran tiap stasiun menjadi murah. Dengan sejumlah ketentuan, sistem siaran jaringan masih bertahan hingga masa perang Dunia II.

Radio kemudian memasuki era keemasan, yakni pada sebelum perang Dunia II. Ketika itu radio adalah wahana informasi, hiburan sekaligus teman. Bagi individu, ketika itu radio begitu spesial dikarenakan gaya formal yang dilakukan oleh seluruh kru siaran yang dapat dengan cepat menyihir audien.

Pertengahan tahun 1930-an, Edwin Howard Armstrong, berhasil menemukan radio yang menggunakan Frekuensi Modulasi (FM). Radio penemuan Armstrong ini berbeda dari radio kala itu yang menggunakan Frekuensi AM (Amplitudo Modulasi). Dimana radio FM memiliki kualitas suara yang lebih bagus, jernih dan bebas dari gangguan siaran. (Morrison, 2008:5)

Pada awal tahun 1960, radio FM baru muncul dimasyarakat seiring dengan dibukanya beberapa stasiun radio FM. Dimana kala itu stasiun radio FM memanfaatkan keunggulan suara FM dengan memutar musik *rock* karena dinilai lebih cocok dengan frekuensi FM.

Di Indonesia sendiri perjalanan radio dimulai pada tahun 1925, pada masa pemerintahan Hindia Belanda Prof. Komnas dan Dr. De Groot berhasil melakukan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun televisi relai di Malabar, Jawa Barat. Kegiatan ini kemudian diikuti dengan berdirinya Batavia Radio Vereniging dan NIROM.

Pada tahun 1930, amatir radio Indonesia telah membentuk organisasi yakni NIVERA (*Nederland Indische Vereniging Radio Amateur*) yang merupakan organisasi amatir radio pertama di Indonesia. Organisasi ini disahkan oleh pemerintah Hindia-Belanda.

Pada saat masa penjajah jepang, tidak banyak catatan kegiatan amatir radio yang dapat dihimpun. Karena kegiatan radio dilarang oleh pemerintah jajahan jepang, namun banyak dari mereka yang melakukan kegiatan sembunyi-sembunyi dalam upaya mendukung Kemerdekaan Indonesia.

Lalu akhirnya seorang radio amatir bernama Gunawan berhasil menyiarkan Naskah Proklamasi pada tahun 1945. Lalu akhir tahun 1945 muncul organisasi yang menamakan dirinya sebagai PRAI (Peratoean Radio Amatir Indonesia) yang lalu pada tahun 1950 hingga 1952 amatir Indonesia membentuk PARI (Persatuan Amatir Radio Indonesia). Namun pada tahun 1952 pemerintah mengeluarkan ketentuan bahwa pemancar radio amatir dilarang mengudara dan akan dikenakan sanksi subversive jika ada yang melanggarnya.

Kegiatan amatir radio terpaksa di bekukan pada kurun waktu 1952-1965. Pembekuan itu diperkuan dengan UU No. 5 Tahun 1964 yang mengenakan sanksi terhadap mereka yang memiliki radio pemancar tanpa seizin pihak yang berwenang. Namun pada tahun 1966 seiring dengan runtuhnya Orde Lama, antusias amatir mulai mengudara kembali tidak dapat dibendung lagi.

Tahun 1966 mengudara radio Ampera yang merupakan sarana perjuangan kesatuan-kesatuan aksi dalam perjuangan Orde Baru. Muncul pula berbagai radio

lascar Ampera dan stasuiun radio tersebut menamakan dirinya sebagai radio Amatir.

### **2.2.2. Defenisi Radio**

Menrut Kamus Besar Bahasa Indonesia, secara singkat dijelaskan bahwa radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara dengan gelombang elektromagnetik. Sedangkan siaraan sendiri memiliki pengertian yaitu proses penyampaian pesan (komunikasi) yang bersifat satu arah maupun dua arah antara penyiar dengan pendengar.

Menurut Asep Syamsul dan M. Romli, Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektrmagnetik. Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan juga bisa merambat lewat ruang angkasa yang hampa akan udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). (Asep Syamsul, 2009:12)

Santi Indra Astuti dalam bukunya “Jurnalisme Radio : Teori dan Praktek” mengatakan bahwa radio merupakan sebuah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara di transmisikan secara serempak melalui gelombang radio di udara. (Astuti, Santi Indra, 2008:5)

Radio merupakan media massa elektronik yang mengandalkan siaran pada frekuensi sinyal radio yang berada pada FM (*Frekuwency Modulation*) atau AM (*Amplitido Modulation*). Perbedaannya adalah jika sinyal FM menungkinkan siaran tidak hanya stereo, tetapi ketepatan dan ketajaman yang lebih baik dibandingkan sinyal AM yang lebih sempit sehingga orang tertarik mendengarkan

siaran music pada frekuensi FM. Sedangkan menggunakan frekuensi AM oleh karena frekuensi AM lebih jauh dari sinyal FM sehingga akan cocok menjangkau daerah pedesaan dan terpencil. (Tamburaka, 2013)

Radio juga diartikan sebagai *“The Encyclopedia of American International (1983:121a), radiois mean of communication that tillies on the use of electromagnetic waves propagates through space the seed of light. The electronic wave used for radio communication are similar to light and heat waves, but generally much lower in frecuency”*. Yang artinya “Radio adalah alat komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik yang disebarkan melalui ruang pada kecepatan cahaya. Gelombang elektromagnetik yang digunakan dalam komunikasi radio persis dengan cahaya dan gelombang panas, tetapi frekuensinya lebih rendah). (A.Ius.Y,Triartanto, 2010:30)

Pada awal tahun 1960, siaran radio memasuki masa penting dengan dikembangkannya teknologi siaran menggunakan frekuensi FM. Sebenarnya teknologi FM telah ditemukan sejak tahun 1930, namun pada saat itu hanya sedikit pesawat radio yang dapat menerima siaran FM. Meskipun daya jangkau FM rendah, namun dibandingkan dengan AM, siaran FM menghasilkan suara yang lebih jernih. Kelebihan inilah yang mendorong stasiun AM untuk beralih ke FM. Puncak dari kesuksesan siaran FM dapat terlihat dari data tahun 1993 yang dipublikasikan oleh Straubhardt (2003:163) yang mengatakan bahwa 77% pendengar musik berada di wilayah siaran FM. (Mufid, 2005)

Dari berbagai defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa Radio merupakan sebuah teknologi komunikasi yang dipakai untuk mengirimkan sinyal dengan



menggunakan radiasi yang dihasilkan oleh gelombang elektromagnetik. Gelombang bisa merambat melalui media seperti udara, tanah dan lain sebagainya. Gelombang radio yang memiliki frekuensi yang cukup luas yang dihasilkan dari rangkaian osilator yang terdapat pada alat elektronika.

### **2.2.3. Karakteristik Radio**

Radio sebagai media massa, memiliki beberapa karakteristik yang unik dan khas, yang juga tentunya mempunyai unggulan dan kelemhannya. Dalam menyampaikan pesan atau isi dan pernyataan yang dikemas dalam suatu program, radio mempunyai cara tersendiri yang di sebut dengan gaya radio meliputi bahasa kata-kata lisan, musik/lagu, dan efek suara, yang menjadi kunci utama identitas sebuah stasiun radio dalam menyajikan programnya untuk memikat pendengarnya. Bahasa atau kata-kata lisan yang digunakan penyiar dalam menyampaikan pesannya disebabkan apa yang disebut dengan “gaya radio” atau *radio style* (A.Ius.Y,Triartanto, 2010:31-32)

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

#### **a. Kelebihan :**

##### **1.) Kecepatan**

Di Indonesia, unsur kecepatan radio siaran dalam sisi penyampaian masih jauh lebih cepat ketimbang koran, majalah dan televisi. Buktinya saja, berita

atau peristiwa yang terjadi dapat disampaikan langsung pada saat yang sama oleh radio siaran, sedangkan media cetak dan televisi masih harus melalui proses produksi yang memakan waktu lama. Media cetak membutuhkan waktu cetak dan peredarannya, sedangkan televisi membutuhkan proses produksi yang rumit dan mahal.

2.) Imajinatif.

Sifat auditif yang ditampilkan di radio siaran memiliki keunggulan untuk merangsang imajinasi pendengar. Imajinasi ini sama sekali tidak tergambar dalam media cetak atau televisi karena semuanya sudah menjadi jelas. Radio sering membuat orang berimajinasi, yang kadang sering tidak cocok antara fakta dan imajinasi itu. Oleh karena itu, radio siaran sering dikenal dengan julukan "*Theatre of Mind*".

3.) Murah.

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

4.) Alternatif Beragam

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

5.) Personal.

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

**b. Kelemahan :**

1.) Selintas.

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

memungkinkan di radio siaran terjadi salah pengertian, entah karena salah menangkap, atau salah mengerti apa yang disiarkan.

## 2.) Anti Detail.

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

Sifat radio siaran, gaya radio secara karakteristiknya, menurut A.Ius. Y,Triartanto (2010:32-33) yaitu :

- a. Imajinatif, karena sifat radio siaran hanya bisa didengar, ketika penyiar berbicara di depan mikrophone, maka pendengar hanya bisa mendengarkan suaranya tanpa mengetahui sosok penyiarnya seperti apa. Imajinasi pendengar bisa beragam jenisnya. Pendengar bisa terhanyut perasaannya saat ia mendengarkan drama radio yang disiarkan.
- b. Auditori, radio adalah bunyi atau suara yang hanya bisa dikonsumsi oleh telinga. Maka itu, apa yang didengar oleh telinga kemampuannya cukup terbatas. Telinga memiliki keterbatasan dalam mengingat pesan yang didengarnya. Untuk itu, pesan radio siaran harus jelas, singkat, dan sepintas lalu.

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

#### **2.2.4. Format Radio**

Sebuah format radio atau format pemrograman menjelaskan keseluruhan konten yang disiarkan di sebuah stasiun radio. Format radio biasanya digunakan sebagai alat pemasaran dan terus berubah. Format radio didefinisikan juga sebagai formulasi seluruh aktivitas siaran dalam kerangka pelayanan pendengar. Format stasiun diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa dan bagaimana sebuah olah siar di stasiun radio hingga sebuah acara dikomunikasikan kepada pendengar. Ruang lingkup kajian format stasiun amat luas, tidak terbatas ada *programming* semata tetapi juga marketingnya.

Format produksi adalah rancang bangun acara program siaran menurut pendekatan teknik penyajiannya ke dalam bahasa audio. Titik tekanannya adalah pada nuansa produksi, bukan pada materinya. Sedangkan format program adalah rancang bangun penyajian sebuah program acara siaran berdasarkan pendekatan isi

materinya. Titik berat dari format program adalah bagaimana suatu materi hendak diangkat kedalam bentuk program acara siaran radio. (Darmanto Antonius,1998)

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

Tentu dalam menarik minat pendengar agar tetap konsisten untuk mendengarkan radio, maka diperlukannya manajemen strategis program siaran, yang meliputi Perencanaan Program, Produksi dan Pembelian Program, Eksekusi Program, serta Pengawasan dan Evaluasi Program (Morissan, 2008:273).

a. Perencanaan Program.

Perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan Analisis dan Strategi Program yang akan dibuat, kemudian membuat Perencanaan, Tujuan Program, dan Faktor Program. Kelima hal tersebutlah yang akan dijadikan sebagai landasan dalam melakukan perencanaan program.

b. Produksi dan Pembelian Program.

Produksi dan pembelian program adalah tahap dimana stasiun penyiaran telah menyusun rancangan kemudian siap untuk melakukan produksi. Dalam melakukan produksi tersebut yang perlu diulas adalah mengenai Produksi Program, Produksi Program Lokal, Pembelian Program, Kalkulasi Program, dan bagian Akuisisi Program.

c. Eksekusi Program.

Eksekusi Program merupakan tahap pelaksanaan program yang telah dirancang sebelumnya. Dalam menyangkannya pun ada beberapa aspek

yang perlu diperhatikan seperti pembagian waktu siaran dan strategi penyangan yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan audien.

d. Pengawasan dan Evaluasi Program.

Pengawasan dan Evaluasi Program merupakan kegiatan untuk meninjau ulang mengenai program yang telah disiarkan. Perlu dilakukan pengawasan agar program tetap berjalan sesuai dengan perencanaan awal. Selain itu juga memerlukan evaluasi program, yang dijadikan sebagai acuan agar mengetahui kekurangan program serta dapat membuat program yang lebih baik untuk kedepannya.

#### **2.2.5. Radio Citra Buana FM**

Radio Citra Buana FM merupakan radio swasta nasional yang dibentuk pada pertengahan tahun 1976 dengan nama Radio Lang-Lang Buana. Namun 4 tahun kemudian radio ini berubah nama menjadi Radio Citra Buana dan hingga sekarang berada di frekuensi 95.5 FM Medan.

Radio yang berada di Jln. Murai No. 129 Sei Sikambing B Medan ini dikenal memiliki Tag Line “Radio Paling Akrab” dikarenakan radio ini mengajak pendengarnya untuk ikut aktif dalam dalam setiap program acara yang ada di Radio Citra Buana Fm.

Pada era digitalisasi saat ini, Radio Citra Buana FM sendiri sudah mulai menyiarkan radio streaming sejak 2012 lalu. Pada awal penyiaran radio ini memiliki jumlah intensitas pendengar yang cukup baik. Namun beberapa waktu yang lalu, streaming radio citra buana fm mulai jarang melakukan siaran.

### 2.3. Eksistensi

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

Sedangkan menurut Abidin Zainal (2007:16) eksistensi merupakan suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya mengalami kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.

Dalam mempertahankan eksistensi, diperlukan strategi untuk mempertahankan pendengar. Strategi mempertahankan pendengar yang digunakan dalam penyiaran untuk mendapatkan simpati pendengar meliputi : (Eastman S. Taylor 1985:10)

#### 2.3.1. Strategi Kesesuaian (*Compability*)

Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Radio siaran harus membuat program yang sesuai dengan



kegiatan sehari-hari pendengar dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang tepat.

#### 2.3.2. Strategi Membangun Kebiasaan (*Habbit Formation*)

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

#### 2.3.3. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*)

Ketika sebuah program selesai disiarkan, maka program berikutnya disajikan. Antara program yang satu dengan berikutnya jumlah pendengar harus tetap dijaga dengan menyajikan program yang tetap bisa menjaga aliran pendengar agar tidak beralih ke siaran lain atau bahkan menarik pendengar siaran lain.

Dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak lain. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*).

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

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

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

#### 2.3.5. Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*).

Program acara yang ditayangkan dapat menjangkau khalayak luas, baik secara teknis maupun sosial. Namun demikian, hal ini bergantung pada status organisasi radio dan tujuan yang ingin dicapai melalui program acara yang disiarkan.

Daya tarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan membenahi program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai oleh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program yang disajikan.

## 2.4. Era Digital

Kemunculan *new media* atau media baru tidak terlepas dari kemunculan internet. Media baru adalah istilah yang ditujukan untuk mencakup kemunculan era digital, kontemporer atau jaringan teknologi dan komunikasi. Era globalisasi saat ini menjadi sangat tergantung pada kemajuan teknologi yang dapat menciptakan efisiensi dengan jangkauan wilayah yang luas tanpa dihalangi oleh batas-batas Negara. Salah satu wujud teknologi (media baru) yang berhasil menjawab kebutuhan tersebut adalah teknologi internet.

Dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki berupa jaringan dapat menjangkau keseluruhan pelosok dunia, media baru seperti internet mampu dan berhasil merambah keseluruhan bidang aktifitas manusia. Menjadikan hal tersebut membuat internet sebagai media informasi yang mampu memenuhi tuntutan masyarakat secara global baik anak-anak, remaja, dewasa sampai pada orangtua.

Era digital dan global saat ini sangat didukung dengan kuatnya penggunaan internet. Datangnya website dengan berbagai visi, misi dan tujuan memberikan asumsi penting akan nilai sebuah teknologi, internet ke masyarakat dan perdagangan global.

### **2.5. Teori Agenda Setting**

Secara etimologi (bahasa) *agenda setting* berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua suku kata, yakni *agenda* dan *setting*. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) kata *agenda* diartikan dalam dua pengertian, yakni (1) buku catatan yang bertunggal untuk satu tahun : acara rapat itu telah dicatat dalam agenda, (2) acara (yang akan dibicarakan dalam rapat), hal itu tercantum juga dalam agenda rapat. Adapun kata mengagendakan, sebagai kata kerja berarti memasukkan dalam acara.

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

Adapun pengertian *Agenda Setting* dalam istilah Komunikasi adalah :

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

Berdasarkan pendapat diatas, dapat dikemukakan bahwa *Agenda Setting Theory* membicarakan tentang peran besar media massa dalam menentukan agenda orang-orang yang terkena informasi tersebut. Masyarakat menjadi terbiasa

terhadap pemberitaan yang mereka dengar melalui media, sehingga informasi yang didapat menjadi bahan pembicaraan mereka sehari-hari. Karena, berita atau informasi yang mereka dapat melalui media itu, tidak hanya dapat menjadi ilmu pengetahuan bagi masyarakat, tetapi juga dapat bisa mengubah gaya hidup maupun perilaku masyarakat itu tersendiri.

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

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

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

mengasumsikan adanya hubungan yang positif antara penilaian yang diberikan media pada suatu persoalan/isu dengan perhatian khalayak pada persoalan/isu yang sama (Rahmat, 1993:68)

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

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

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

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

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

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

## 2.6. Penelitian Terdahulu

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

Berikut adalah sumber penelitian terdahulu :

No	Judul	Isi
1	Eksistensi Radio Ramayana 98,8 FM Di	Penelitian ini dilakukan oleh Ririn Nurmawati, mahasiswi Fakultas Ushuluddin,

<p>Era Teknologi Modern Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Kota Metro</p>	<p>Adab dan Dakwah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran (KPI) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.</p> <p>Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi radio dalam mempertahankan eksistensi Radio dalam Menyampaikan Pesan Dakwah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Deskriptif Kualitatif yang dilakukan di Radio Ramayana 98,8 FM di Kota Metro. Dimana teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.</p> <p>Persamaan penelitian ini terlihat pada objek kajiannya, yaitu bagaimana strategi radio dalam mempertahankan eksistensinya. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya, peneliti disamping memfokuskan penelitian pada bagaimana eksistensi radio pada pesan dakwah yang akan disampaikan, sedangkan penelitian yang saya lakukan memfokuskan pada bagaimana srategi program radio yang akan disampaikan kepada pendengar agar eksistensi radio dapat dipertahankan.</p>
---	---



2	<p>Strategi Komunikasi Radio Dakwah Dalam Memperoleh Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon)</p>	<p>Penelitian ini dilakukan oleh M Rizki Majistra Abdi, mahasiswa fakultas ilmu sosial dan humaniora, program studi ilmu komunikasi, universitas islam negeri sunan kalijaga Yogyakarta.</p> <p>Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi radio kita untuk memperoleh pendengar. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi</p> <p>Persamaan peneliti ini terlihat dari objek penelitiannya, yaitu strategi radio. Sedangkan perbedaannya terletak pada focus penelitiannya, dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi radio untuk memperoleh pendengar, sedangkan penelitian yang saya lakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi radio dalam mempertahankan eksistensinya.</p>
3	<p>Strategi Programming Green Radio 96,7 FM Pekanbaru Dalam</p>	<p>Penelitian ini dilakukan oleh Cut Hanifah Nafandri, mahasiswi program studi ilmu komunikasi, fakultas dakwah dan komunikasi,</p>

	<p>Mempertahankan Eksistensi Program Jazz In The City</p>	<p>universitas islam negeri sultan syarif kasim riau.</p> <p>Peneliti ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh radio kita dalam mempertahankan eksistensi pada program jazz in the city. Penelitian ini merupakan jenis penelitian analiis kualitatif, dengan metode pengumpulan data berupa wawancara.</p> <p>Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu pada objek penelitiannya yaitu strategi program radio dalam mempertahankan eksistensi. Tetapi perbedaannya terletak pada focus penelitiannya, fokus penelitian pada penelitian ini berfokus pada ekistensi pada program jazz in the city, sedangkan penelitian yang saya lakukan berfokus pada strategi yang dilakukan oleh radio citra buana Fm agar eksistensi radio dapat dipertahankan.</p>
--	---	---

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

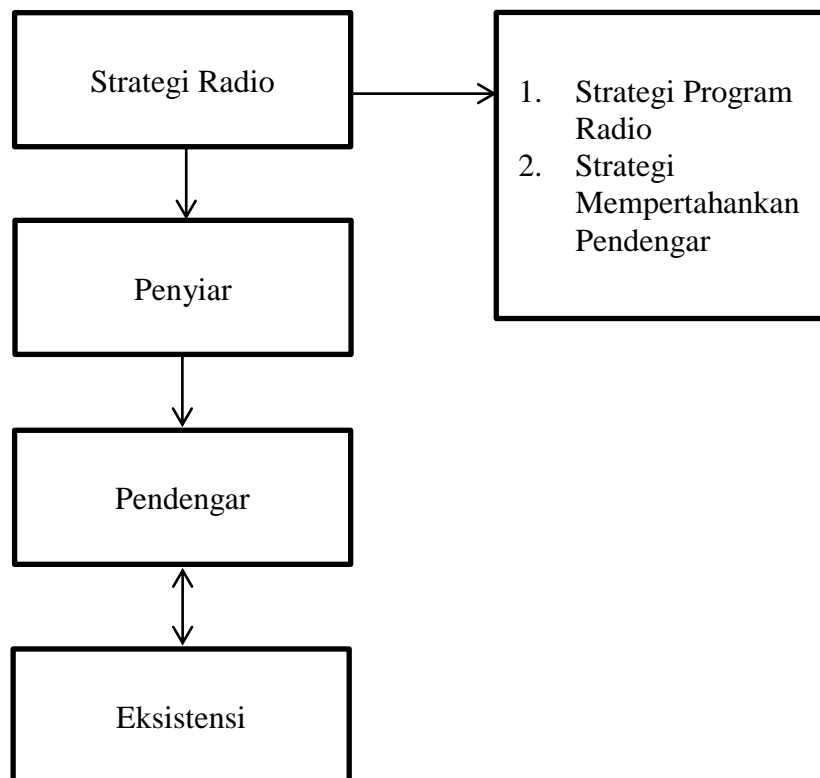
## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

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

#### 3.2. Kerangka Konsep



### 3.3. Defenisi Konsep

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

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

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

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

### 3.4. Kategorisasi Penelitian

No.	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Strategi Radio	1. Strategi Program Radio : - Perencanaan Program. - Produksi dan Pembelian Program. - Eksekusi Program. - Pengawasan dan Evaluasi Program. 2. Strategi Mempertahankan Pendengar : - Strategi Kesesuaian. - Strategi Pembentukan Kebiasaan. - Strategi Pengntrolan Arus Pendengar. - Penyimpanan Sumber-Sumber Program. - Strategi Daya Penarik Massa.
2.	Penyiar	- Teknik Menyampaikan Informasi.
3.	Pendengar	- Pendengar Aktif - Pendengar Pasif

- |               |                            |
|---------------|----------------------------|
| 4. Eksistensi | - Bertahan<br>- Berkembang |
|---------------|----------------------------|
- 

### **3.5. Narasumber**

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

1. Manajer/Penyiar yang sudah memiliki pengalaman bekerja lebih dari 6 tahun di Radio Citra Buana FM Medan.
2. Berumur 20-45 Tahun.

Berdasarkan kriteria diatas, adapun narasumber yang akan diwawancarai dalam penelitian ini terdiri dari 4 orang, yakni Manajer Radio, 1 Kepala Bidang Penyiaran, 1 Penyiar dan juga 1 Pendengar setia Radio Citra Buana Fm yang telah peneliti temui. Jadi narasumber yang telah peneliti pilih dalam penelitian ini sudah memenuhi kriteria yang telah peneliti tentukan, yakni yang dapat memberikan jawaban terkait Bagaimana Strategi Radio Citra Buana Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital.

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

Menurut Lofland dan Lofland (Moleong, 2007), sumber data utama pada penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data

tambahan, seperti dokumen dan lain-lain. Namun untuk melengkapi data penelitian dibutuhkan 2 sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

3.6.1. Data Primer, yaitu pengumpulan data yang instrumen pengamatan, wawancara, catata lapangan dan penggunaan dokumen. Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh melalui dua teknik pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Wawancara, merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dan narasumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang objek yang di teliti dan telah dirancang sebelumnya. (Yusuf Muri, 2014:372)
- b. Observasi, biasanya diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistemik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dimana menurut Yusuf Muri (2014:384) observasi dapat dibedakan menjadi 2 bagian, yaitu : (1) *Participant Observer*, yaitu suatu bentuk observasi dimana pengamat secara teratur berpartisipasi dan terlibat dalam kegiatan yang diamati. Dalam hal ini pengamat mempunyai fungsi ganda, sebagai peneliti yang tidak diketahui dan dirasakan oleh anggota lain, dan kedua sebagai anggota kelompok, peneliti berperan

aktif sesuai dengan tugas yang dipercayakan kepadanya. (2) *Non-Participation Observer*, yaitu suatu bentuk observasi dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan kelompok, atau dapat juga dikatakan pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan yang diamatinya. Pada teknik Observasi ini, peneliti menggunakan teknik observasi *Participation bserver* dimana peneliti terjun langsung kelapangan dan mengikuti kegiatan yang peneliti amati.

3.6.2. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh sebagai pendukung dari data primer yang meliputi dua teknik, yaitu :

- a. Dokumentasi, merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian yaitu sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dimana dokumen itu dapat berupa bentuk teks tertulis, *artefacts*, gambar, maupun foto (Yusuf Muri, 2014:39).
- b. Studi Kepustakaan, merupakan data yang diperoleh melalui kajian literatur seperti karya ilmiah, surat kabar, majalah, skripsi dan lain-lain untuk memperoleh teori-teori dan konsep yang berhubungan dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Kegiatan ini dilakukan untuk mencari sumber data sekunder yang mendukung penelitian menggunakan bahan dokumentasi (Moleong, 2012:217)

### **3.7. Teknik Analisis Data**

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

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

#### **a. Reduksi Data**

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, perumusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakkan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Oleh karena itu reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilih. Selama pengumpulan data



berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, membuat memo). Reduksi data ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

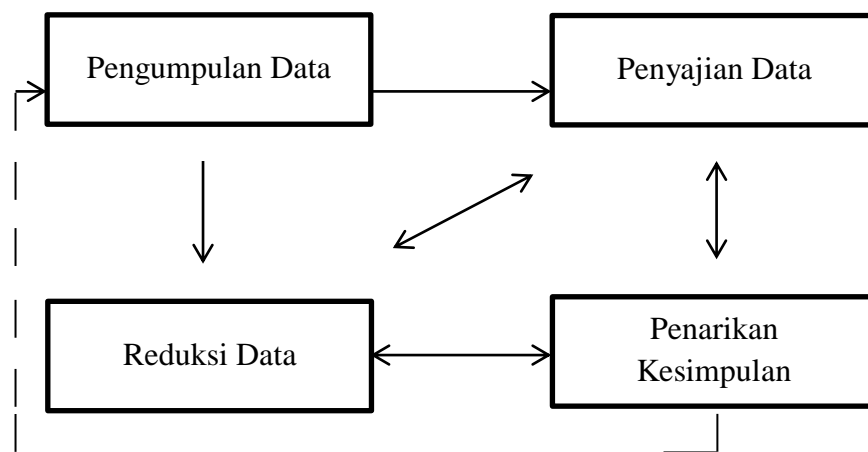
b. Penyajian Data

Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan data tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi : berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabung informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah yang menarik kesimpulan yang benar atautkah terus melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga didefenisikan selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran peneliti selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan

peninjauan kembali serta tukar pikiran diantara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Secara skematis proses analisis data menggunakan model analisis data interaktif Miles & Huberman dapat dilihat pada bagan berikut dibawah ini :



### 3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di studio music Radio Citra Buana FM yang berlokasi di Jln. Murai No. 129 Sei Sikambing B Medan.

Sedangkan waktu penelitian ini dimulai sejak tanggal 13 Januari 2021 sampai dengan selesai.

### 3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

#### 3.9.1. Profil Radio Citra Buana FM Medan

##### a. Latar Belakang Pendirian

Radio Citra Buana FM dengan Frekwensi 95.50 Mhz, program siaran dipancar luaskan dengan jangkauan radius + 120 Km. Radio dengan program –

program siaran yang disajikan untuk menjangkau pangsa pasarnya , sehingga menjadikan Radio Citra Buana sebagai salah satu Radio yang terbaik di kota Medan.

#### b. Maksud dan Tujuan Pendirian

Sebagaimana Radio ini didirikan dengan maksud sebagai salah satu alternative media yang dapat menghibur Masyarakat di dunia musik dan informasi.

#### c. Tujuan Pendirian

Radio Citra Buana 95.50 FM, selama 19 jam akan menemani Sahabat Citra dengan menampilkan program – program acara yang dikemas secara apik dengan tetap menampilkan lagu – lagu produk dalam negeri sendiri yaitu Lagu – lagu Dangdut yang semakin digemari oleh hampir seluruh kalangan juga Lagu – lagu Indonesia bernuansa Pop, Rock, Jazz, Chacha, Country. Disamping itu juga tidak kalah penting penyajian informasi yang saat ini menjadi kebutuhan setiap orang dalam acara Selamat Pagi Kota Medan, Selamat Pagi Sahabat Citra.

#### d. Visi

Dengan semboyan ” Citra Buana Radio Anda Paling Akrab ”, Radio Citra Buana Fm telah mampu membangun rasa kekeluargaan , rasa memiliki dan dengan solidaritas serta loyalitas yang tinggi dari pendengar menuju komunitas Citra Buana yang memberikan harapan kondisi dukung bagi efisiensi dan efektifitas pengiklan. , hingga kini masih eksis sebagai Radio Siaran Swasta dipapan atas dalam jumlah pendengar terbanyak setelah pernah selama 5 ( Lima )

tahun berturut – turut berprestasi pada rangking pertama. Suatu prestasi yang belum pernah diraih oleh stasiun radio swasta lain di Sumatera Utara.

e. Misi

PT. RADIO CITRA BUANA FM didirikan Tanggal 1 Juli 1976 dengan misi terciptanya produk siar yang berorientasi untuk memenuhi kebutuhan pendengar (Audience Needs Oriented). Dengan terpenuhinya kebutuhan pendengar akan dimanfaatkan segala dinamika yang timbul untuk suatu hubungan kerja, baik dengan mitra kerja maupun mitra bisnis.

Dibawah kepemimpinan Bapak H. ZAINAL ARIFIN, radio siaran ini telah menjadi radio yang berkembang dengan pangsa pasar pendengar golongan masyarakat menengah kebawah dan tidak menutup kemungkinan berkembang menuju masyarakat menengah keatas. Pengalamannya dalam kepemimpinan telah membawa radio siaran ini memperoleh banyak penghargaan dan prestasi.

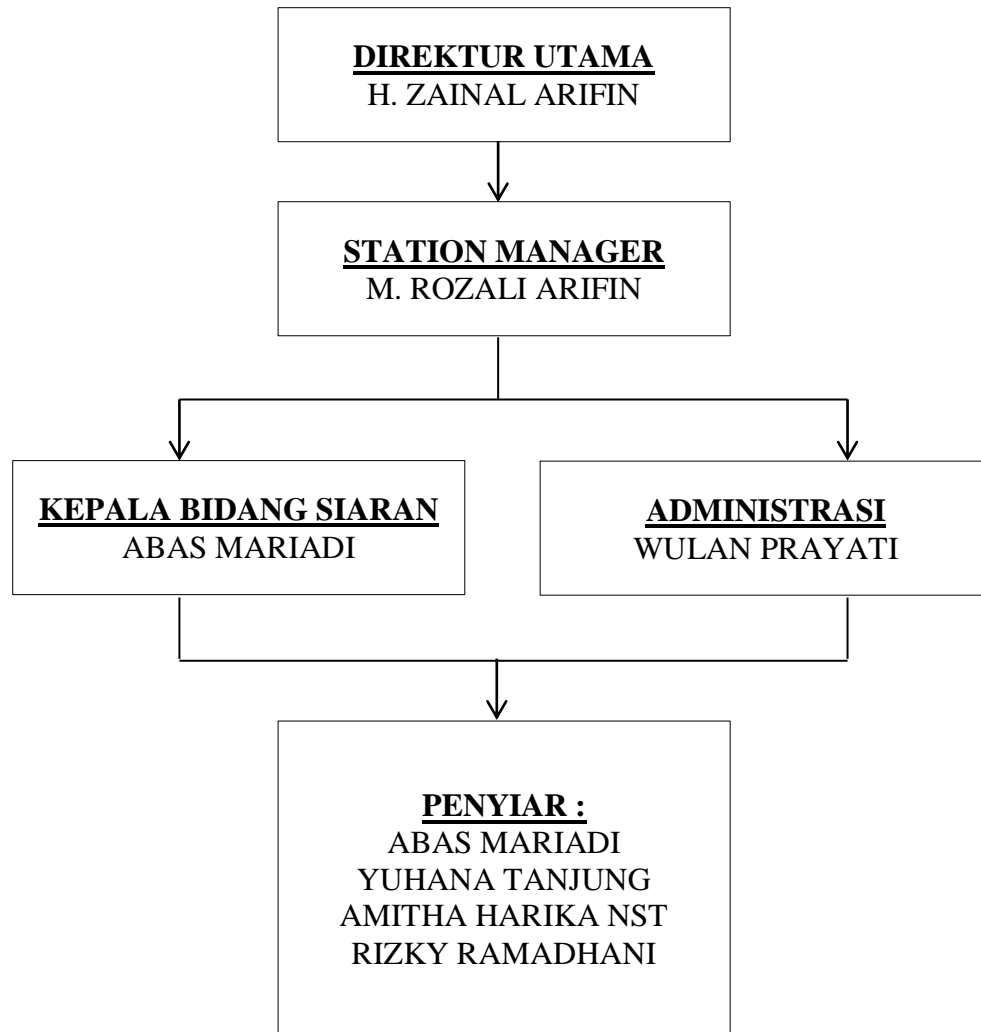
Seperti pada prestasi yang diperoleh pada akhir tahun 2006 yaitu penghargaan untuk yang kedua kalinya setelah tahun 2005 dari Gubernur Sumatera Utara atas Orestasinya sebagai program acara Terbaik dalam upaya Pemberdayaan Perempuan khususnya pada Program Acara “Rupawan” (Ruang Puspa Wanita).

Radio Citra Buana FM secara berkesinambungan terus berupaya meningkatkan : mutu siaran, management, teknik maupun wawasan marketing dalam rangka memuaskan pendengar dan para mitra bisnis.

## 3.9.2. Data Radio Citra Buana FM

<b>Data Prusahaan :</b>	
Nama Perusahaan	PT. RADIO CITRA BUANA
Alamat	Jl. Murai Komp. Grand Murailand No. 2K Sei Sikambing B. Medan – 20122
Telp./Fax. (Kantor)	(061) 8465066 / (061) 8452159
NPWP	01.225.335.7-124.000
Bankers	BNI 46 Cabang Pemuda Medan A/n PT. RADIO CITRA BUANA. AC No. 0057849549
<b>Data Stasiun :</b>	
Nama Radio	RADIO CITRA BUANA FM
Alamat	Jl. Murai Komp. Grand Murailand No. 2K Sei Sikambing B. Medan – 20122
Telepon (Studio)	(061) 8465146 , 8451260
Call Sign	PM 3 FBC
Frekwensi	95,50 Mhz
No. Keanggotaan PRSSNI	344-XIII/1978
<b>Data Manajemen :</b>	
Penanggung Jawab	H. Zainal Arifin
Kabid. Studio	Roslina Lubis
Kabid. Siaran	Muhammad Rozali Arifin
Adm/Keuangan	Wulan Prayati
Media Iklan	Wulan Prayati
<b>Daerah Jangkauan :</b>	
Daerah Jangkauan :	Medan, Belawan, Lubuk Pakam, Tg. Morawa, P. Siantar,, Stabat, Pancur Batu, Kab. Langkat, Kab. Deli Serdang, Kab. Simalungun, Kab. Karo, dan Kab. Aceh Tenggara.

## Struktur Organisasi Radio Citra Buana FM

**Struktur Organisasi Pt. Radio Citra Buana**

## 3.9.3. Program Siaran Radio Citra Buana FM Medan

<b>Jam</b>	<b>Hari</b>	<b>Acara</b>	<b>Keterangan</b>
04.55		Signal/Pembukaan	
05.00	Senin-Minggu	Citra Musik Discotiqe	
06.00	Senin-Minggu	Slamat Pagi Kota Medan	Program informasi dalam dalam negeri. Info-info yang disajikan adalah informasi terkini juga kejadian-kejadian yang terjadi didalam negeri mulai dari Politik, Ekonomi, Sosial Budaya, dll. Sambil menemani Sahabat Citra dalam kegiatan pagi diselingi dengan lagu-lagu yang membangkitkan gairah pagi anda.
07.00	Senin-Minggu	Citra Musik Dangdut I (PT)	Program yang menyajikan lagu-lagu dangdut populer selama 2 jam penuh para Sahabat Citra bisa nge-request lagu yang pasti seru apalagi dipandu dengan penyiar yang ngebayol habis yang akan mengundang tawa anda.
09.00	Senin-Jumat	RUPAWAN (Ruang Puspawanita)	Merupakan acara yang dikhususkan bagi wanita dan remaja putri dengan materi yang berbeda setiap harinya, yaitu : kesehatan, psikologi, resep makanan, tips kecantikan, dll.
	Sabtu	Citra Hari Esok (KB, dll) (PT)	
	Minggu	Kisah Minggu Pagi (KISMI) (PT)	Merupakan pembacaan kisah cerita pendek yang akan membawa Sahabat Citra memaknai kehidupan dengan memetik hikmah yang diperoleh dibalik kisahnya.
10.00	Senin-Sabtu	Citra Musik Pop	Program yang menyajikan lagu-lagu permintaan sahabat citra khusus yang berirama pop juga akan menyampaikan pesan-pesan

			anda, sambil menemani anda beraktifitas.
	Minggu	Citra Anak Nusantara (CAN) (PT)	Program acara khusus buat anak-anak dengan memberikan kesempatan kepada si anak untuk bernyanyi melalui karaoke secara online diselingi dengan info bersifat edukatif.
12.00	Senin-Minggu	Mutiara Citra	Sajian kata-kata mutiara yang membeningkan hati diselingi dengan lagu-lagu Indonesia bernuansa Pop, Jazz, Chacha, dan yang akan menemani istirahat siang anda.
13.00	Senin-Minggu	Gelamor	Program acara yang menyajikan lagu-lagu nostalgia 90's diselingi dengan ulasan dari tokoh musisi legenda Indonesia.
15.00	Senin-Minggu	Hallo Citra (Interaktif)	Program siaran interaktif dengan membuka line telepon untuk sahabat citra yang bisa saling menyapa satu sama lain dipandu oleh host/penyiar dan memilih lagu-lagu pilihan yang telah ditentukan/diformat terlebih dahulu oleh host/penyiar.
16.00	Senin-Minggu	Citra Musik Dangdut II (PT)	Program acara sore hari yang akan menemani Sahabat Citra beraktifitas disore hari dengan penyajian lagu-lagu Dangdut pilihan pendengar yang sedang "On The Way", sore-sore selagindi jalan se usai pulang kerja atau aktivitas harian masing-masing ditemani oleh pemandu acara yang super heboh, seru dan asyik.
18.00	Senin-Minggu	Citra Islami (Adzan / Qasidah / Pop)	Program acara penyejuk iman yaitu ceramah / dakwah islam plus lagu-lagu islami
19.00	Senin-	Warung Kopi	Program acara ngobrol bareng



	Minggu		dengan bahasan topik-topik yang menarik dan menghibur zaman now, dengan menghadirkan suasana warung kopi yang santai untuk ngobrolin hal-hal baru yang pasti seru.
21.00	Senin-Minggu	Hallo Citra	Program request lagu Pop Indonesia malam hari yang akan memakan waktu santai anda. Pilihan lagu berdasarkan yang request lagu terbanyak. Request diterima melalui telepon dan sms, khusus malam minggu via Telepon Interaktif/Online
23.00	Senin-Minggu	Himbauan Malam	
24.00		Tutup Siaran	

#### 3.9.4. Format Radio Citra Buana FM

<b>Format Siaran :</b>	
Musik	50 %
Berita	5 %
Informasi	10 %
Iklan	30 %
Lain-lain	5 %
<b>Format Pemutaran Lagu :</b>	
Indonesia	60 %
Dangdut	30 %
Barat	5 %
Daerah	5 %

#### 3.9.5. Profil Pendengar Citra Buana FM

<b>Berdasarkan Jenis Kelamin :</b>	
Wanita	60 %
Pria	40 %
<b>Berdasarkan Usia Pendengar :</b>	
Usia 15 Tahun kebawah	5 %

Usia 15-19 Tahun	10 %
Usia 20-29 Tahun	30 %
Usia 30-39 Tahun	30 %
Usia 40 Tahun keatas	25 %

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

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

Berdasarkan dari penelitian yang saya lakukan terhadap bagaimana Strategi Radio Citra Buana FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital, adapun hasil penelitian yang saya lakukan adalah sebagai berikut :

##### **4.1.1. Bentuk Perencanaan Program yang dilakukan di Radio Citra Buana FM**

Terkait perencanaan program, saya berhasil mewawancarai Manajer Radio Citra Buana FM yaitu bapak M. Rozali Arifin, dimana wawancara ini dilakukan pada hari kamis, tanggal 25 maret tahun 2021. Yang pada saat itu bapak M. Rozali Arifin mengatakan bahwa sejak didirikannya Radio Citra Buana FM, radio ini sudah memiliki program masing-masing yang akan disajikan kepada pendengar dari dulu hingga sekarang. Yang ternyata kemudian dari masing-masing program tersebut, sudah diatur apa saja yang terdapat pada program itu, seperti halnya informasi terkait berita, pendidikan, hiburan dan lainnya. Jadi tidak butuh banyak perencanaan program yang akan dibuat, karena penyiar hanya akan menyesuaikan dengan tema program yang telah disediakan yang nantinya akan dibawakan oleh penyiar pada saat siaran berlangsung.

##### **4.1.2. Proses Produksi dan Pembelian Program di Radio Citra Buana FM**

Pada proses Produksi, seperti produksi iklan yang masuk contohnya, yang selanjutnya Bapak M. Rozali Arifin mengatakan bahwa Radio Citra Buana FM tidak akan membuat materi tentang iklan yang masuk, akan tetapi pihak klien

sendirilah yang akan memberikan materi kepada Radio Citra Buana FM yang kemudian nantinya akan langsung diproduksi keruang rekaman Radio Citra Buana FM. Jadi pada produksi iklan ini, penyiar hanya akan menyampaikan apa saja yang tertulis pada materi yang telah disediakan oleh klien.

Beda halnya dengan produksi program siaran sambungnya, pada tahap ini, penyiar dituntut untuk mampu menyampaikan materi-materi yang pada dasarnya telah dibuat dan disusun oleh penyiar itu sendiri. Karena di Radio Citra Buana FM, seperti materi program itu sebenarnya tidak ada disediakan oleh pihak manajer radio, akan tetapi, penyiarlah yang dituntut untuk mampu membuat serta mengemas materi program semenarik mungkin, seperti apa yang akan penyiar sampaikan kepada pendengar. Akan tetapi sebelum penyiar memulai produksi siaran, materi yang telah disusun akan diperiksa terlebih dahulu oleh kepala bidang penyiaran. Jika materi dianggap bagus dan menarik, maka penyiar dapat menyampaikannya kepada pendengar, tentu dengan penyampaian yang semenarik mungkin agar pendengar dapat merasa betah untuk tetap mendengarkan.

Pada strategi Pembelian Program, menurut Bapak M Rozali Arifin, seperti halnya pada lagu-lagu yang akan di putar pada saat siaran, Radio Citra Buana FM di era saat ini lebih memanfaatkan fitur download lagu yang ada di internet. Jadi Radio Citra Buana FM tidak ada proses pembelian lagu baik itu lagu lokal maupun mancanegara.

#### **4.1.3. Bentuk Eksekusi Program yang dilakukan di Radio Citra Buana FM**

Seperti yang telah dijelaskan oleh Bapak M. Rozali Arifin, pada proses produksi program, dimana setiap penyiar diberikan tugas dan tanggung jawab

untuk menyusun materi apa saja yang nantinya akan disampaikan oleh penyiar kepada pendengar berdasarkan tema yang telah ditentukan. Misalnya saja pada tema program siaran Selamat Pagi Kota Medan yang menjadi pembuka pada setiap siaran berlangsung. Pada program siaran ini, berisi informasi-informasi terkini, dan juga kejadian-kejadian yang terjadi di dalam negeri, mulai dari politik, ekonomi, sosial budaya dan lainnya dengan target pangsa pasar yaitu diusia 20 tahunan keatas. Pada tahap ini seorang penyiar harus mampu memberikan materi yang dapat menjadi kebutuhan pendengar pada saat mendengarkan. Beda halnya dengan program siaran Hallo Citra, dimana pada program ini penyiar harus mampu memberikan ataupun memutarakan lagu-lagu yang diinginkan oleh pendengar pada saat live by phone ataupun via sms berlangsung.

#### **4.1.4. Bentuk Pengawasan dan Evaluasi yang dilakukan di Radio Citra Buana FM**

Untuk pengawasan sendiri menurut Bapak M Rozali Arifin, Radio Citra Buana FM melakukan yang namanya monitoring pada setiap pendengar pada saat siaran. Ini bertujuan untuk melihat apakah materi program yang disampaikan sesuai dengan rencana awal atau tidak. Lalu pada pengawsan ini Radio Citra Buana FM juga mengontrol respon dan juga keaktifan para pendengar yang mendengarkan. Ini bertujuan apakah materi yang disampaikan cocok dengan apa yang diinginkan oleh pendengar atau tidak.

Untuk evaluasi, Radio Citra Buana FM akan melakukan evaluasi baik itu evaluasi program siaran dan juga evaluasi terhadap penyiar selama 3 bulan sekali.

Dengan waktu selama itu, pihak radio akan terus melihat dan memonitoring dimana kekurangan dan kelebihan dari setiap program yang disampaikan.

#### **4.1.5. Pembentukan Kesesuaian terhadap Audien**

Pada strategi kesesuaian ini, Bapak M. Rozali Arifin mengatakan bahwa Radio Citra FM hanya tinggal menyesuaikan materi-materi siaran dengan kebutuhan para pendengar saja. Dengan memiliki berbagai tema program siaran yang telah ditentukan. Seperti Citra Musik Pop, yang menyajikan lagu-lagu pop sesuai dengan permintaan pendengar serta juga akan diselingi penyampaian pesan-pesan yang di request oleh pendengar. Lalu ada Citra Musik Dangdut II (sore), dimana pada jam-jam sore biasanya banyak pendengar yang sedang on the way selagi capek sehabis pulang kerja atau aktivitas lainnya sembari mendengarkan lagu-lagu dangdut yang hits dengan pembawa siaran yang super heboh tentunya.

#### **4.1.6. Membangun Kebiasaan Mendengar terhadap Audien**

Pada tahap ini, Bapak M. Rozali Arifin mengatakan biasanya para penyiar dan juga Manajer akan melihat atau mengawasi, program yang bagaimana yang bisa membuat para pendengar untuk selalu setia dan tetap stay untuk mendengar siaran radio citra sehingga mereka tidak ingin berpindah ke channel radio lain. Karena biasanya para pendengar memiliki program siaran yang menjadi favorit bagi mereka. Karena diRadio Citra Buana FM sendiri Bapak Rozali mengatakan bahwa pemutaran lagu-lagu memories atau nostalgia dan juga dangdut, merupakan program dengan segmentasi yang paling banyak menarik perhatian pendengar. Maka dengan disiarkannya atau diputarnya lagu-lagu ini, Radio Citra

Buana FM memasang strategi dengan menyusun suatu materi program siaran yang menjadi unggulan mereka yang tentunya akan berbeda setiap harinya. Dengan menyiarkan materi sesuai keinginan mereka, maka perlahan-lahan pendengar akan dengan sendirinya membentuk suatu kebiasaan untuk mendengarkan siaran Radio Citra Buana FM yang sedang berlangsung.

#### **4.1.7. Bentuk Strategi Pengontrolan Arus Pendengar**

Pada strategi ini menurut bapak M. Rozali Arifin, ketika pada saat program unggulan pendengar telah selesai disiarkan, lalu akan masuk pada program selanjutnya, yang dimana biasanya para penyiar yang akan berganti shift siaran, maka antara penyiar yang akan keluar dan yang akan masuk akan saling melakukan koordinasi terkait apasih yang menjadi atau yang membuat para pendengar itu tetap stay mendengarkan, ini bertujuan agar saat pergantian program siaran berlangsung, jumlah intensitas pendengar tetap bisa terjaga bahkan melebihi dari pendengar siaran sebelumnya.

#### **4.1.8. Bentuk Strategi Pemeliharaan Sumber Daya Program**

Pada strategi ini, biasanya saat program siaran telah selesai disiarkan, biasanya Radio Citra Buana FM menyimpan kegiatan selama program siaran disiarkan, karena menurut Bapak M. Rozali Arifin ini sangat penting untuk nantinya bisa dipergunakan agar dikemudian hari bisa disiarkan kembali, tentunya dengan materi dan cara penyampaian yang berbeda. Seperti program unggulan Hallo Citra, dimana banyak request-request lagu yang diinginkan oleh pendengar. Lagu-lagu inilah yang nantinya akan disimpan dan dikemudian hari akan

ditayangkan kembali yang tentunya dengan pengemasan dan penyampaian yang berbeda.

#### **4.1.9. Bentuk Strategi Daya Penarik Massa**

Untuk menarik massa agar tetap loyal untuk mendengarkan setiap program yang disiarkan, bapak M. Rozali Arifin menegaskan biasanya Radio Citra Buana FM akan meningkatkan kualitas siaran dan juga materi yang akan disampaikan, seperti halnya pada program Hallo Citra yang menjadi salah satu program favorit di radio citra. Radio citra juga lebih meningkatkan kualitas lagu-lagu yang terkini atau yang banyak di request oleh pendengar. Dan dari itu semualah Pendengar Radio Citra Buana FM akan lebih tertarik untuk mendengarkan. Tidak jarang juga Radio Citra Buana FM akan melakukan beberapa event yang bertujuan juga sebagai daya penarik massa. Hanya saja biasanya event ini diadakan dan disesuaikan dengan para klien yang masuk keradio citra.

Seperti yang kita ketahui, bahwa saat ini kita sudah masuk pada era digitalisasi, dimana masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan juga mendapatkan segala informasi-informasi yang mereka butuhkan dengan cepat dan mudah. Seperti halnya melihat informasi terkait berita terupdate, lagu-lagu rilis terbaru, dan banyak lainnya. Tentu hal ini dapat membuat beberapa stasiun seperti Tv dan juga Radio, terancam kepopulerannya ataupun eksistensinya. Radio yang terbilang sebagai stasiun tertua pasti juga akan bisa tersaingi oleh media digital saat ini, radio sebagai media siaran tentu akan semaksimal mungkin memiliki cara dan startegi agar tetap bertahan diera digitalisasi saat ini.



Radio Citra Buana FM merupakan salah satu Radio Siaran Swasta Nasional yang sudah berdiri sejak 1976, juga akan memiliki cara tersendiri untuk bisa bertahan dan bersaing dengan media digital di era digitalisasi saat ini. Menurut Bapak M. Rozali Arifin, dengan meningkatkan kualitas siaran serta materi-materi yang akan disampaikan kepada pendengar. Radio Citra Buana FM juga mengandalkan sumber daya manusianya seperti Penyiar. Dimana menurutnya, penyiar menjadi faktor penting agar pendengarnya bisa bertahan untuk selalu mendengarkan setiap siaran yang disiarkan. Teknik penyampaian dan bagaimana cara penyiar bisa dekat dengan pendengar menjadi salah satu kunci andalan yang dilakukan di radio citra. Karna Radio Citra Buana FM memiliki prinsip bahwa jika penyampaian seorang penyiar mampu memikat para pendengar, maka tentu pendengar akan terus tetap untuk mendengarkan dan tentu hal inilah yang akan membuat Radio Citra Buana FM tetap bertahan pada era digitalisasi ini.

Dan tentu dengan masa berdiri yang cukup lama yakni sejak tahun 1976 sampai sekarang masih tetap memiliki siaran dan beberapa program unggulan yang pernah mendapatkan piagam penghargaan, seperti pada acara KPID Award 2014, Radio Citra Buana FM mendapatkan Penghargaan sebagai Program Radio Bermuatan Perlindungan Anak. Dan beberapa penghargaan lainnya.

Radio Citra Buana FM juga memiliki radio siaran internet streaming yang sudah dimulai sejak beberapa tahun yang lalu dan masih tetap dijalankan hingga sampai saat ini. Ini juga membuktikan bahwa radio citra sudah mampu berkembang cukup baik di era digitalisasi saat ini.

Tentu dalam menjalankan program yang telah disusun, selanjutnya menjadi tugas setiap penyiar untuk melakukan persiapan terlebih dahulu, terkait materi seperti apa yang akan dibuat, bagaimana cara menyampaikan materi tersebut agar mampu menarik pendengar dan lain sebagainya. Adapun beberapa persiapan yang dilakukan penyiar sebelum memulai penyiaran, yakni sebagai berikut :

### **1. Persiapan Penyiar Sebelum Melakukan Siaran**

Untuk persiapan sebelum memulai siaran, menurut Ibu Mitha Nasution selaku penyiar mengatakan bahwa biasanya penyiar laki-laki akan melakukan piket pagi terlebih dahulu, lalu mempersiapkan alat-alat untuk siaran. Lalu menurut Bapak Abbas Mariadi yang juga sebagai penyiar sekaligus sebagai kepala bidang siaran mengatakan bahwa, para penyiar biasanya akan mencari dan mendapatkan materi dari internet. Seperti materi seputar berita contohnya, penyiar tidak perlu repot-repot mencari ataupun mengutip berita tersebut melalui Koran ataupun Majalah. Karena memang di jaman yang cukup canggih sekarang ini, penyiar dapat lebih mudah menemukannya melalui internet. Dalam tahap persiapan ini, tidak ada briefing yang dilakukan, hanya saja tidak menutup kemungkinan briefing dilakukan jika memang itu diperlukan saja.

### **2. Bagaimana Menyampaikan Materi Sesuai Dengan Kebutuhan Pendengar.**

Menurut bapak Abbas Mariadi, dalam menyampaikan materi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar, para penyiar akan menyesuaikannya dengan jam dan topik siaran yang berlangsung. Contohnya pada saat jam siaran Rupawan

(Ruang Puspa Wanita), menurut Ibu Mitha Nasution, yang temanya terdiri dari kesehatan, psikologi, resep makanan, tips kecantikan, dll. Pada tema ini tentu pangsa pasarnya pasti kebanyakan kaum wanita. Maka penyiar pasti akan berusaha untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh mereka sesuai topic yang di tentukan. Menurut Bapak Abbas Mariadi, saat menyampaikan informasi kepada pendengar, penyiar harus berusaha untuk tidak menggunakan kata-kata asing atau kata-kata rumit yang dapat membingungkan pendengar. Begitu juga dengan tema program yang lainnya. Radio citra akan menyesuaikannya dengan berapa banyaknya pendengar dengan rentan usia yang mendengarkan. Jika pendengarnya banyak kaum Ibu-Ibu atau Bapak-Bapak yang mayoritasnya mereka butuh info terkini, maka kami sampaikan terkait info terkini.

### **3. Program Siaran Yang Menjadi Favorit Para Pendengar**

Radio citra memiliki dua program unggulan yang biasanya sangat ditunggu-tunggu oleh pendengar. menurut Bapak Abbas Mariadi, program unggulan seperti Warung Kopi, Hallo Citra dan Citra Musik Dangdut menjadi program siaran dengan jumlah intensitas pendengar terbanyak. Dengan jumlah intensitas pendengar diatas usia 20-39 tahun, pemutaran lagu-lagu memoris dan juga lagu-lagu dangdut menjadi siaran yang paling difavoritkan oleh para pendengar Radio Citra. Ibu Mitha Nasution mengatakan bahwa setiap harinya pasti akan ada saja lagu-lagu dangdut yang diputar. Ibu Mitha Nasution juga menambahkan bahwa pemutaran lagu-lagu ini dilakukan sebanyak 2 kali disetiap harinya, yakni pagi dan juga sore hari.

#### **4. Teknik dalam menyampaikan Materi yang sesuai dengan kebutuhan Pendengar.**

Bapak Abbas Mariadi mengatakan bahwa dalam menyampaikan materi tentu penyiar akan berusaha untuk tidak terlalu lama dan banyak omong, karena jika ini terjadi maka akan menimbulkan kebosanan terhadap pendengar yang nantinya sukar untuk berpindah channel. Seperti juga pada saat live by phone berlangsung. Dimana interaksi terjadi antara penyiar dan pendengar secara langsung. Dalam hal ini, penyiar tentunya akan berusaha bagaimana caranya agar interaksi tersebut dapat berguna dan bermanfaat tidak hanya untuk si penelfon, tapi juga untuk pendengar yang lainnya. Beda halnya menurut Ibu Mitha Nasution, dimana penyiar harus mampu menyesuaikan informasi apa atau materi apa yang pantas di sampaikan kepada pendengar dengan melihat dari usia para pendengar.

#### **5. Strategi Daya Tarik Penyiar Agar Pendengar Tetap Bertahan.**

Menurut bapak Abbas Mariadi, radio Citra memiliki banyak tema program siaran yang berbeda-beda. Dan di beberapa program siarannya, Radio Citra membuka request-request lagu melalui live by phone dan juga sms, yang juga dapat membuat pendengar bisa berinteraksi dengan penyiar. Dengan adanya request-request seperti inilah yang menjadi daya tarik bagi pendengar untuk selalu mendengarkan siaran Radio Citra. Begitu pula yang di utarakan oleh Ibu Mitha Nasution, yang mengatakan bahwa radio memfokuskan pada program siaran yang selalu membuka request dan juga sms untuk pendengar. Karena program seperti ini yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pendengar untuk tetap atau selalu mendengarkan siaran.

## **6. Upaya Yang Dilakukan Agar Penyiar Bisa Dekat Dengan Pendengar.**

Upaya yang selalu dilakukan oleh para penyiar untuk bisa dekat dengan pendengarnya menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi para penyiar. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Abbas Mariadi, untuk bisa dekat dengan para pendengar, apalagi pendengar pasif. Para penyiar di Radio Citra Buana biasanya akan memberikan beberapa sapaan-sapaan kecil kepada para pendengarnya, Contohnya seperti *haii apa kabar kalian, jangan lupa sarapan ya, hari ini ujan, hemm kalo makan yang manis-manis enak ni. Iya manis seperti kamu.* Menurutnya sapaan-sapaan seperti inilah yang menjadi usaha penyiar untuk bisa dekat dengan pendengar, dengan melakukan hal ini, penyiar percaya bahwa pendengar akan dapat merasa dekat dengannya.

## **7. Persentase Pendengar Aktif.**

Bapak Abbas Mariadi mengatakan bahwa sebenarnya penyiar tidak tahu berapa persentase yang Radio miliki terhadap pendengar aktif. Karena itu sudah ada yang pegang bagian untuk menghitungnya. Tapi menurutnya yang telah lebih dari 20 tahun bekerja sebagai penyiar di Radio Citra, Radio Citra memiliki 60% pendengar aktif yang terdiri dari mulai usia dewasa sampai 39 tahun. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pendengar aktif yang sering request lagu, kirim sms dan melakukan interaksi dengan live by phone. Beda halnya dengan Ibu Mitha yang masih mempunyai masa jabatan selama lebih dari 7 tahun di Radio Citra Buana, yang berpendapat bahwa persentase antara pendengar aktif dan juga pasif itu 50%-50%.

## **8. Persentase Pendengar Pasif.**

Lanjut bapak Abbas Mariadi yang berpendapat bahwa Radio Citra memiliki jumlah pendengar pasif sebanyak 40% yang intensitas pendengarnya diatas usia 29 tahun keatas. Karena menurutnya mungkin mereka lebih suka mendengarkan mungkin daripada ikut berinteraksi.

## **9. Bagaimana Pembagian Waktu Setiap Penyiar.**

Bapak Abbas Mariadi selaku kepala bagian penyiar dan juga sekaligus sebagai penyiar mengatakan bahwa Radio Citra memiliki 6 penyiar yang terdiri dari 4 laki-laki dan 2 perempuan. Yang dimana setiap penyiar diberikan waktu 1-3 jam untuk sekali siaran. Akan tetapi ibu Mitha Nasution mengatakan bahwa penyiar laki-laki mendapatkan waktu siaran lebih panjang daripada perempuan. Karena mereka biasanya akan melakukan piket pagi terlebih dahulu sebelum memulai siaran, sampai closing siaran.

## **10. Cara Radio Citra Bertahan di Era Globalisasi.**

Menurut bapak Abbas Mariadi, dengan tetap mempertahankan jumlah pendengar, Radio Citra terus meningkatkan kualitas materi siaran serta teknik maupaun cara yang dilakukan penyiar dalam menyampaikan materi siaran agar dapat diterima oleh pendengar. Karena penyiarlah yang bertanggung jawab atas materi yang dibuat. Radio Citra dengan membuka request lagu dan sms kepada para pendengar yang dapat menjadi daya tarik pedengar, menurut Ibu Mitha Nasution, inilah yang menjadi prioritas utama dari Radio Citra sendiri agar mampu mempertahankan pendengarnya. Tidak hanya itu, lanjut bapak Abbas Mariadi, Radio Citra tidak ingin kehilangan dan tetap akan mempertahankan

pendengarnya dengan cara Menyediakan Live Streaming di Internet. Mennurutnya dengan disediakannya Streaming ini, Radio Citra akan dapat mempertahankan pendengarnya meski berada di kota yang berbeda. Meskipun terkadang ada beberapa hambatan teknis yang terjadi yang membuat siaran streaming ini sering tertanggu.

#### **11. Berkembangnya Radio Citra Buana FM di Era Digitalisasi**

Menurut ibu Mitha Nasution, dengan memiliki usia yang sudah cukup tua dan masih tetap berdiri serta masih menyiarkan siaran hingga sampai saat ini, tentu Radio Citra sudah sangat berkembang. Apalagi menurut bapak Abbas Mariadi, bahwa dengan sudah memiliki Streミング melalui Internet, itu juga menjadi salah satu bukti bahwa Radio Citra sudah sangat berkembang di Era saat ini.

#### **12. Komunitas untuk Para Fans/Pendengar.**

Bapak Abbas Mariadi mengatakan bahwa Radio Citra Buana memiliki Komunitas yang diberi nama Fans Klub Citra Buana yang pernah sempat tidak aktif dan akhirnya aktif kembali hingga sampai saat ini.

#### **13. Berdirinya Komunitas Fans Klub Citra Buana FM**

Bapak Abbas Mariadi mengatakan bahwa Fans Klub Citra Buana FM sudah berdiri sejak tahun 1995. Meski sempat beberapa kali mengalami fakum atau tidak berjalan lagi. Tapi karena Radio Citra memiliki fans setianya, Komunitas ini mulai berjalan lagi hingga sampai saat ini.

#### **14. Kegiatan yang dilakukan Pada Komunitas.**

Ibu Mitha Nasution menegaskan bahwa ada 3 kegiatan wajib yang dilakukan setiap bulannya dari Komunitas Fans Klub Citra Buana, seperti pengajian yang

diadakan 1 kali sebulan. Lalu ada perwiritan yang diadakan setiap 2 minggu sekali dalam sebulan. Dan yang terakhir ada arisan fans klub citra buana yang dilakukan 1 kali dalam sebulan. Untuk kegiatan seperti pengajian, biasanya diadakan di Radio Citra Buana, akan tetapi semenjak adanya pandemic, kegiatan dilangsungkan di kediaman para fans, begitu juga dengan 2 kegiatan lainnya. 3 kegiatan itu menjadi kegiatan rutin dari Komunitas Fans Klub Radio Citra Buana FM.

#### **15. Keunikan atau Ciri Khas dari Radio Citra Buana FM**

Radio Citra Buana FM memiliki semboyan atau ciri khas yaitu Radio Paling Akrab, dengan mengajak pendengarnya untuk ikut berinteraksi disetiap program yang disiarkan. Bapak Abbas Mariadi mengatakan bahwa Radio Citra Buana FM juga terus merangkul pendengarnya melalui komunitas fans klub yang dibentuk. Radio Citra Buana FM juga selalu nge-welcome setiap fans nya yang ingin berkunjung ke radio. Seperti pada saat ketika pendengar ingin bertemu dengan penyiar. Inilah yang menjadikan ciri khas dari radio citra yang tidak dimiliki oleh radio lainnya yang ada dikota medan ini.

#### **4.2. Pembahasan**

Berdasarkan dari hasil penjabaran wawancara diatas, dapat dilihat bahwasanya kegiatan wawancara penelitian berjalan dengan lancar dan sesuai dengan perencanaan penulis. Informasi yang diperoleh oleh penulis berasal dari 4 narasumber yakni, Manajer Radio Citra Buana FM yaitu Bapak M. Rozali Arifin, Kepala Bidang Penyiaran yakni Bapak Abbas Mariadi dan Penyiar yakni Ibu Mitha Harika Anwar Nasution (3 Orang). Yang dimana ke tiga (3) narasumber



diatas memberikan informasi yang sangat jelas serta sangat membantu dan memudahkan penulis dalam melakukan penelitian.

Pada pembahasan ini, peneliti mendeskripsikan sumber data penting menjadi 14 kategori, yakni sebagai berikut :

### **1. Strategi Perencanaan Program**

Yang *pertama* ada Perencanaan Program, pada tahap ini, sebuah stasiun penyiaran harus mampu mempersiapkan sebuah program siaran yang layak dan mampu memikat para pendengarnya. Radio Citra Buana FM sebenarnya sudah memiliki program siaran yang dari dulu hingga sekarang masih disiarkan, hanya saja saat akan memulai siaran, para penyiar harus terlebih dahulu mencari dan menulis materi seperti apa yang cocok pada program yang telah dibuat untuk nantinya akan disampaikan kepada pendengar.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak M. Rozali Arifin yang mengatakan bahwa Radio Citra Buana FM sudah membentuk Program-Program Siarannya sejak dulu hingga sekarang. Tidak perlu banyak waktu untuk melakukan perencanaan lagi dikarenakan para penyiar hanya akan menyesuaikan apa-apa saja yang akan mereka bawa untuk siaran nanti yang tentunya harus sesuai dengan tema dari program yang telah ditentukan.

### **2. Strategi Produksi dan Pembelian Program**

Yang *kedua* Produksi dan Pembelian Program, pada tahap ini stasiun penyiaran telah menyusun rancangan program yang nantinya siap untuk di produksi, mulai dari produksi program, produksi lagu-lagu local maupun mancanegara sampai pembelian program. Akan tetapi pada Radio Citra Buana FM

sendiri, produksi yang dilakukan seperti halnya pada produksi iklan, Radio Citra Buana FM ternyata sama sekali tidak membuat suatu naskah atau materi yang nantinya akan penyiar sampaikan pada saat siaran iklan berlangsung. Karena pada tahap ini, seorang klien yang ingin memasukkan iklan ke Radio Citra Buana FM, biasanya akan menyediakan sebuah naskah sebagai panduan untuk penyiar, yang nantinya para penyiar akan mulai produksi rekaman untuk iklan yang masuk itu. Lalu rekaman tersebut hanya akan tinggal diputar saja pada saat waktu iklan masuk.

Biasanya saat akan memulai siaran, seorang penyiar akan diberikan naskah berupa materi apa yang nantinya akan mereka sampaikan saat siaran. Akan tetapi di Radio Citra Buana FM, penyiar sama sekali tidak diberikan naskah sebagai panduan siaran, seperti yang dikatan oleh Bapak M. Rozali Arifin, yang mengatakan bahwa setiap penyiar memiliki tanggung jawab untuk mencari serta menulis materi apa yang akan mereka sampaikan kepada pendengar. Pada produksi program siaran ini ternyata para penyiar dituntut untuk mampu membuat sebuah materi yang semenarik mungkin untuk mereka sampaikan ke pendengar.

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

mereka dalam mendapatkan dan memutar lagu-lagu terbaru dan yang sedang populer.

### **3. Strategi Eksekusi Program**

Yang *ketiga* Eksekusi Program, setelah program siaran telah selesai dibuat dan diproduksi, langkah selanjutnya yaitu eksekusi program, pada tahap ini, setiap radio siaran akan mulai melakukan pelaksanaan program yang telah dirancang dan diproduksi sebelumnya. Ada berapa hal yang harus diperhatikan dalam tahap eksekusi program ini, diantaranya seperti pembagian waktu siaran dan juga strategi penayangan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pendengar. Pada Radio Citra Buana FM sendiri sudah memiliki jam-jam siaran untuk setiap program siaran yang telah ditentukan, seperti pada program siaran Selamat pagi Kota Medan, disini seorang penyiar harus mampu menyampaikan informasi-informasi terkini dan terbaru yang mampu diterima oleh pendengar. Pada saat memberikan informasi berupa berita terkini contohnya, Bapak M. Rozali Arifin mengatakan bahwa seorang penyiar harus mampu menyampaikannya dengan kalimat yang tidak ambigu yang dapat menimbulkan salah arti atau kebingungan bagi pendengar. Dengan pangsa pasar terbanyak yakni usia 20-39 tahun. Penyiar harus benar-benar jeli dalam menyampaikan pesan atau informasi yang disampaikan. Karena apabila ini terjadi dan pendengar merasa bahwa informasi yang mereka butuhkan tidak sesuai dengan yang mereka inginkan, maka pendengar dapat dengan mudah mengganti channel siaran lain.

#### **4. Strategi Pengawasan dan Evaluasi**

Yang *keempat* yaitu Pengawasan dan Evaluasi Program, tahap ini merupakan tahap untuk meninjau ulang mengenai program yang telah disiarkan. Media penyiaran seperti Radio tentunya pasti membutuhkan sebuah pengawasan maupun evaluasi yang dilakukan yang bertujuan untuk melihat apakah program yang disiarkan mampu sesuai dengan yang direncanakan atau tidak. Bapak M. Rozali Arifin mengatakan bahwa di Radio Citra Buana FM akan melakukan setidaknya setiap 3 bulan sekali melakukan evaluasi program siaran. Ini berarti pengawasan yang dilakukan oleh Radio Citra Buana FM membutuhkan waktu lebih lama untuk melihat apakah program siaran yang dibuat berdasarkan perencanaan atau tidak. Sedangkan pada tahap pengawasan, ini dilakukan setidaknya setiap hari pada setiap penyiar, untuk melihat bagaimana cara penyiar saat menyampaikan materi yang mereka sampaikan kepada pendengar serta untuk melihat apakah pendengar banyak yang melakukan interaksi pada saat siaran berlangsung atau tidak. Ini bisa diketahui dengan melihat banyaknya jumlah request atau sms serta telepon interaktif yang masuk pada tiap siaran berlangsung.

#### **5. Strategi Kesesuaian**

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

Citra Musik Dangdut I dan II yang disiarkan dengan 2 waktu yang berbeda, yakni pagi dan sore. Menurut bapak M. Rozali Lubis, pada sore hari biasanya banyak dari pendengar yang pulang sehabis beraktivitas, baik itu kerja ataupun aktivitas lainnya, dengan sembari mendengarkan lagu-lagu dangdut yang hits, ini akan sangat sesuai dengan kebutuhan dan kebiasaan pendengar. Apalagi Radio Citra Buana FM memiliki pangsa pasar yang rata-rata terdiri dari ibu-ibu dan bapak-bapak, dengan usia 20-39 tahun.

#### **6. Strategi Pembentukan Kebiasaan**

Yang *keenam* yaitu Strategi Pembentukan Kebiasaan, pada tahap ini diharapkan para pendengar mampu memiliki kebiasaan mendengarkan berdasarkan pada tiap waktu program siaran yang telah dibuat. Pada Radio Citra Buana FM sendiri pembentukan kebiasaan terjadi karena para pendengar sudah memiliki program unggulannya masing-masing. Dari banyaknya program unggulan seperti pemutaran music-musik pop sampai dengan musik barat, tentu memiliki jumlah pendengar yang berbeda-beda. Pendengar pasti akan terus stay/bertahan untuk mendengarkan program siaran mereka berlangsung. Seperti yang dikatakan oleh Bapak M. Rozali Arifin, dengan terus menyiarkan program unggulan dari para pendengar yang tentunya berbeda-beda setiap harinya, maka pendengar akan mulai membentuk kebiasaan mendengarkan Radio Citra Buana FM dengan sendirinya.

#### **7. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar**

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

siaran yang berlangsung. Biasanya para pendengar akan mudah mengalihkan channel mereka pada saat pergantian program siaran terjadi. Ini terjadi karena pendengar akan merasa bahwa pada saat pergantian program terjadi, maka berganti pulalah topik atau materi siaran sebelumnya. Bapak M. Rozali Arifin mengatakan upaya untuk mempertahankan pendengar-pendengar seperti ini dapat dilakukan dengan cara setiap penyiar melakukan koordinasi satu sama lain terkait apa pembahasan sebelumnya yang mampu membuat pendengar untuk tetap bertahan mendengarkan. Ternyata improvisasi juga penting dilakukan oleh penyiar yang akan berganti shif siaran agar pada masuk program baru, para pendengar masih akan tertarik untuk mendengarkan.

#### **8. Strategi Penyimpanan Sumber Daya Program**

Yang *kedelapan* yaitu Strategi Penyimpanan Sumber Daya Program, tujuan dari tahap ini adalah biasanya radio siaran akan merekam ataupun menyimpan program-program siaran yang telah dibuat agar suatu saat nanti bisa dipakai kembali. Tentu dengan materi serta cara penyampaian yang berbeda-beda. Seperti pada program Citra Musik Dangdut, dimana menurut Bapak M. Rozali Arifin, ini merupakan salah satu program unggulan yang memiliki jumlah pendengar terbanyak dengan usia rata-rata 25 tahunan keatas. Program Hallo Citra menyiarkan berbagai lagu-lagu bernuansa dangdut dan lagu-lagu memories yang banyak digemari oleh kaum ibu-ibu dan bapak-bapak. Program ini menjadi salah satu program unggulan yang terus menerus dijadikan sebagai sumber-sumber program yang akan datang. Pada saat penulis sedang melakukan penelitian, penulis juga mendapatkan fakta bahwa program siaran seperti Rupawan menjadi

salah satu sumber penyimpanan program siaran di Radio Citra Buana FM. Ini dapat dilihat dari adanya tema-tema baru yang disampaikan di setiap harinya.

### **9. Strategi Daya Penarik Massa**

Yang *kesembilan* yaitu Strategi Daya Penarik Massa, tahap ini perlu diperhatikan oleh setiap radio siaran karena setiap radio pasti memiliki caranya tersendiri untuk mampu memikat pendengar agar tertarik untuk mendengarkan siarannya. Salah satu caranya adalah dengan menyiarkan program-program yang menjadi favorit dari para pendengar. Pada strategi ini bapak M. Rozali Arifin mengatakan bahwa Radio Citra Buana FM selain terus meningkatkan kualitas siaran dan juga materi siaran yang disampaikan, Radio Citra Buana FM memiliki program unggulan yang sudah ada sejak lama yakni program siaran yang menayangkan lagu-lagu bernuansa dangdut serta lagu-lagu memories. Karena memang kebanyakan pendengar setia Radio Citra Buana FM berasal dari kaum ibu-ibu dan juga bapak-bapak.

Selain itu juga ternyata Radio Citra Buana FM akan melakukan beberapa Event yang diadakan dengan tujuan mampu menarik massa. Hanya saja cara ini dilakukan dan dianggap berfungsi jika ada klien yang masuk ke Radio Citra Buana FM.

### **10. Teknik Menyampaikan Informasi**

Tentu dalam menjalankan program yang telah disusun, selanjutnya menjadi tugas setiap penyiar untuk melakukan persiapan terlebih dahulu, terkait materi seperti apa yang akan dibuat, bagaimana cara menyampaikan materi tersebut agar mampu menarik pendengar dan lain sebagainya. Ternyata selain mempersiapkan

alat-alat untuk siaran, para penyiar di Radio Citra Buana FM juga dituntut untuk mampu menulis materi yang akan mereka sampaikan. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Mitha selaku penyiar Radio Citra Buana FM, yang mengatakan bahwa sebelum memulai siaran biasanya penyiar selain mempersiapkan materi, penyiar hanya menyiapkan alat-alat siaran saja, Bapak Abbas Mariadi selaku kepala bidang siaran Radio Citra Buana FM juga mengatakan bahwa biasanya para penyiar akan mencari bahan materi dari internet. Materi yang dicari biasanya memuat seputar informasi seperti berita dan lainnya. Bapak Abbas Mariadi mengatakan bahwa dalam menyampaikan materi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar, para penyiar akan menyesuaikannya dengan jam dan topik siaran yang berlangsung. Contohnya pada saat jam siaran Rupawan (Ruang Puspa Wanita). Pada tema ini tentu pangsa pasarnya pasti kebanyakan kaum wanita. Maka penyiar pasti akan berusaha untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh mereka sesuai dengan topik yang di tentukan. Bapak Abbas Mariadi lanjut menjelaskan bahwa pada saat menyampaikan informasi kepada pendengar, penyiar harus berusaha untuk tidak menggunakan kata-kata asing atau kata-kata rumit yang dapat membingungkan pendengar. selain itu penyiar juga harus berusaha untuk tidak terlalu lama dan banyak omong, karena jika ini terjadi maka akan menimbulkan kebosanan terhadap pendengar yang nantinya sukar untuk berpindah channel. Radio Citra Buana FM akan menyesuaikan materi apa yang akan disampaikan sesuai dengan usia dari para pendengar. Jika pendengarnya banyak kaum Ibu-ibu atau Bapak-bapak yang mayoritasnya mereka butuh info terkini, maka penyiar harus menyampaikan terkait info terkini.



## **11. Persentase Pendengar Aktif**

Radio Citra Buana FM memiliki semboyan atau ciri khas yaitu Radio Paling Akrab, dengan mengajak pendengarnya untuk ikut berinteraksi disetiap program yang disiarkan. Karena pendengar aktif merupakan individu yang secara aktif terlibat dalam proses komunikasi tidak hanya dengan mendengarkan pesan dengan penuh perhatian tetapi juga dengan hati-hati memperhatikan cara pesan tersebut disampaikan. Radio Citra Buana FM selalu menganggap pendengarnya itu sebagai teman, dengan keakraban yang dilakukan oleh penyiar terhadap pendengar membuatnya menjadi radio yang difavoritkan oleh para ibu-ibu maupun bapak-bapak dan terkhusus dirinya sendiri.

Radio Citra Buana FM memiliki banyak tema program siaran yang berbeda-beda, dan di beberapa program siarannya, Radio Citra Buana FM banyak membuka request-request lagu melalui live by phone dan juga sms, yang juga dapat membuat pendengar bisa berinteraksi dengan penyiar. Dengan adanya request-request seperti ini ternyata menjadi salah satu strategi daya tarik bagi pendengar untuk selalu mendengarkan siaran Radio Citra Buana FM. Begitu pula yang di utarakan oleh Ibu Mitha Nasution, yang mengatakan bahwa radio memfokuskan pada program siaran yang selalu membuka request melalui sms dan melalui telephone interaktif untuk pendengar. pada saat masuk segmentasi seperti ini, menjadikan salah satu tantangan tersendiri bagi para penyiar karena penyiar dituntut untuk mampu menarik keaktifan pendengar agar mau ikut dalam segmentasi request lagu yang telah dibuka.

Menurut Bapak Abbas Mariadi, pada segmentasi seperti ini, biasanya pendengar aktif itu mencapai 60% yang pendengarnya berada pada usia rata-rata diatas 20-40 tahunan. Ini bisa dilihat dari terus meningkatnya jumlah keaktifan pendengar setiap harinya. Karena memang program-program dengan segmentasi seperti inilah yang menjadi salah satu program favorit dari para pendengar.

## **12. Persentase Pendengar Pasif**

Jika ada pendengar aktif tentu juga ada pendengar pasif, pendengar pasif merupakan orang-orang yang mendengarkan pesan secara persial. Pada dasarnya, apa yang dilakukan pendengar pasif adalah membiarkan orang lain berbicara tanpa interaksi atau klarifikasi. Karenanya komunikasi dengan pendengar pasif menjadi tidak efektif dan tidak lengkap.

Bapak Abbas Mariadi berpendapat bahwa Radio Citra Buana FM memiliki jumlah pendengar pasif sebanyak 40% yang intensitas pendengarnya dibawah usia 20 tahun. Hal ini dikarenakan memang mungkin mereka yang berusia dibawah 20 tahun lebih suka mendengarkan music yang diputar daripada ikut berinteraksi.

## **13. Cara Radio Citra Buana FM Bertahan Di Era Globalisasi**

Radio Citra Buana FM merupakan salah satu Radio Siaran Swasta Nasional yang sudah berdiri sejak 1976, juga akan memiliki cara tersendiri untuk bisa bertahan dan bersaing dengan media digital di era digitalisasi saat ini.

Ternyata dengan tetap mempertahankan jumlah pendengar dan terus meningkatkan kualitas materi siaran serta teknik maupaun cara yang dilakukan penyiar dalam menyampaikan materi siaran agar dapat diterima oleh pendengar, merupakan cara Radio Citra Buana FM bisa tetap mempertahankan pendengarnya.

Karena penyiarlah yang bertanggung jawab atas materi yang dibuat. Radio Citra Buana FM dengan membuka request lagu dan sms kepada para pendengar yang dapat menjadi daya tarik pendengar, menurut Ibu Mitha Nasution, inilah yang menjadi prioritas utama dari Radio Citra Buana FM sendiri agar mampu mempertahankan pendengarnya. Tidak hanya itu, lanjut bapak Abbas Mariadi, Radio Citra Buana FM tidak ingin kehilangan dan tetap akan mempertahankan pendengarnya dengan cara menyediakan live streaming di internet. Menurutnya dengan disediakannya Streaming ini, Radio Citra Buana FM akan dapat mempertahankan pendengarnya meski berada di kota yang berbeda. Meskipun terkadang ada beberapa hambatan teknis yang terjadi yang membuat siaran streaming ini sering tertanggu.

#### **14. Berkembangnya Radio Citra Buana FM di Era Globalisasi**

Menurut ibu Mitha Nasution, dengan memiliki usia yang sudah cukup tua dan masih tetap berdiri serta masih menyiarkan siaran hingga sampai saat ini, tentu Radio Citra Buana FM sudah sangat berkembang. Apalagi menurut bapak Abbas Mariadi, bahwa dengan sudah memiliki Streaming melalui Internet, itu juga menjadi salah satu bukti bahwa Radio Citra Buana FM sudah sangat berkembang di Era saat ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan juga pembahasan yang telah peneliti lakukan diatas, maka dapat disimpulkan tentang bagaimana strategi Radio Citra Buana FM dalam mempertahankan eksistensinya di era digital, sebagai berikut :

1. Strategi Radio Citra Buana FM yang *pertama* terletak pada program radio yang akan disiarkan. Untuk bisa memberikan kualitas terbaik dari setiap program yang disampaikan, strategi ini memiliki 4 tahap, yang *pertama* tahap Perencanaan Program. Pada proses ini, ternyata tidak banyak perencanaan yang dilakukan oleh radio citra buana FM, karena mereka telah memiliki program-program yang akan disampaikan oleh pendengar dari dulu hingga sekarang. Adapaun program yang smapia saat ini masih menajdi favorit oleh pendengar yaitu program Warung Kopi, Hallo Citra dan Citra Musik Dangdut. Tahap yang *kedua* yaitu Produksi dan Pembelian Program. Pada proses produksi, radio citra buana FM memberikan tanggung jawab kepada para penyiaranya untuk mampu merancang naskah atau skrip yang akan mereka sampaikan kepada pendengar. Sedangkan pada proses pembelian program, radio citra lebih memanfaatkan situs-situs internet untuk mendapatkan lagu dan segala informasi yang dibutuhkan. Tahap yang *ketiga* yaitu Eksekusi Program. Pada tahap ini, biasanya radio akan menyesuaikan program yang akan disampaikan berdasarkan

kebutuhan pendengar saja. lalu tahap *keempat* yaitu Pengawasan dan Evaluasi Program. Pada tahap ini Radio Citra Buana FM buana selalu melakukan monitoring setiap proses eksekusi program berlangsung, dan akan melakukan evaluasi pada 3 bulan sekali.

2. Strategi *kedua* yaitu strategi mempertahankan pendengar. terdapat 5 tahap pada strategi ini, yaitu : tahap *pertama*, tahap pembentukan kesesuaian. Pada tahap ini, Radio Citra Buana FM sudah memiliki berbagai tema program yang telah ditentukan berdasarkan kebutuhan pendengar. seperti program untuk pemutaran lagu-lagu dangdut dan memories dan juga lagu-lagu pop. Tahap *kedua* yaitu membangun kebiasaan, dengan menyiarkan materi yang sesuai keinginan dan kebutuhan pendengar, Radio Citra Buana FM percaya bahwa pendengar akan perlahan-lahan membentuk kebiasaan mendengarkan radio citra pada diri mereka. Tahap *ketiga* yaitu tahap pengontrolan arus pendengar. Pada tahap ini setiap penyiar di Radio Citra Buana FM akan melakukan koordinasi sebelum melakukan pergantian materi. Selain itu, penyampaian materi program selanjutnya harus disusun dan disampaikan semenarik mungkin agar jumlah intensitas pendengar tidak akan mengalami penurunan saat pergantian materi dilakukan. Tahap *keempat* yaitu tahap pemeliharaan sumber daya program. Pada tahap ini, biasanya Radio Citra Buana FM akan menyimpan materi yang telah selesai disiarkan, ini berguna agar suatu saat materi ini bisa diprgunakan kembali tentunya dengan cara penyampaian dan isi yang

berbeda-beda. Tahap *kelima* yaitu daya penarik masa. Selain menyiarkan program yang menjadi favorit dari pada pendengar, Radio Citra Buana FM tak jarang akan melakukan beberapa event yang bertujuan untuk menarik perhatian massa.

## 5.2. Saran

Adapun beberapa saran yang penulis miliki dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan, yakni sebagai berikut :

1. Radio citra buana diharapkan untuk mulai bisa membuat satu program acara yang menayangkan tentang lagu-lagu terbaru, tidak hanya lagu pop dan dangdut, tetapi juga lagu-lagu barat yang saat ini sedang *ngetrans* dan banyak disukai oleh kalangan anak remaja dan dewasa.
2. Radio citra buana FM diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas siaran streaming onlinenya, ini berguna agar audien masih bisa mendengarkan siaran yang sedang berlangsung meski sedang berada diluar kota medan. Sehingga pendengar yang lama masih bisa terus mendengarkan dan cara ini juga bisa digunakan untuk menarik perhatian dari pendengar baru.

## Daftar Pustaka

- Abidin, Zainal, (2007). *Analisis Eksistensial : Sebuah Pendekatan Alternatif untuk Psikologi san Psikiatri*. Jakarta : Pt RajaGrafindo Persada.
- A. Ius. Y, Triartanto, (2010). *Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Pustaka Book.
- A. Muri Yusuf, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta : prenadamedia.group.
- Asep Syamsul dan M. Romli, (2009). *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung : Nuansa.
- Astuti, Santi Indra. (2008). *Jurnalisme Radio : Teori dan Praktek*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Darmanto, Antonius (1998). *Teknik Penulisan Naskah Acara Siaran Radio*. Yogyakarta : Universitas Atmajaya.
- Eastmen S. Taylor, (1985). *Broadcast/Cable Programing : Strategies and Practices*. California : Wadsworth Publising Company.
- Effendy, Onong Uchjana, (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Kholil, S. (2007). *Komunikasi Islami*. Bandung : Citapustaka Media.
- Liliwari, Alo. (2011). *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana.
- Littlejohn S.W, dan Karen A.F. (2009). Oleh Mohammad Yusuf Hamdan, *Theories of Human Communications, 9<sup>th</sup> ed, Teori Komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Lubis, S. (2007). *Teori-Teori Komunikasi (Sebuah Konsepsi, Analisa dan Aplikasi*. Medan.
- Milles dan Huberman, (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Moeleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

- Morissan, (2008). *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta : Kencana.
- Morissan, (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Mufid, Muhammad. (2005). *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Nasution, N. (2017). *Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi, 1 (2), 174-183. Doi: 10.30596/interaksi.v1i2.1202
- Nasution, N. (2018). *Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Medan Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital*. Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi, 2 (2), 167-178. Doi: 10.30596/interaksi.v2i2.2094
- Nuruddin, (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Rahmat, J. (1993). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rahmat, J. (2001). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Stanley J.B, dan K. Dennis D. (2007). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Ritonga, H.J. (2011). *Teori Agenda Setting*. Jurnal Akademia Volume II Nomor 6, Medan : LPPI-SHA.
- Tamburaka, Apriyadi, (2013). *Literasi Media “Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa”*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- West, Richard dan Turner, Lynn H. (2014). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, terjemahan Bryan Marswendy, Jakarta: Penerbit Salemba
- Yulia, Wanda. (2010). *Andai Aku Jadi Penyiar*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Yusuf, Muri. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana : Jakarta.

### **Sumber Internet**

- <https://blog.arfadia.com/kelebihan-kekurangan-radio/> (diakses pada 20 Januari 2021)
- <https://www.brankaspedia.com/2021/02/perbedaan-mendengarkan-aktif-dan-mendengarkan-pasif.html> (diakses pada 21 April 2021)



## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DOKUMENTASI PENELITIAN**



**ABBAS MARIADI**

**KEPALA BIDANG SIARAN RADIO CITRA BUANA FM MEDAN**



AMITHA HARIKA ANWAR NASUTION  
PENYIAR RADIO CITRA BUANA FM MEDAN



DEA ANANDA  
PENYIAR RADIO CITRA BUANA FM MEDAN

## PENGHARGAAN-PENGHARGAAN YANG DIPEROLEH RADIO CITRA BUANA FM MEDAN



Piagam Penghargaan KPI Award Sumut 2014  
Mewujudkan Penyiaran Konten Lokal Tahun 2013 di Sumatera Utara  
Sebagai Pemenang Kategori Perlindungan Anak



Penghargaan Oleh Gubernur Sumatera Utara  
Atas Partisipasi Sebagai Media Yang Menayangkan Konten/Tayangan Khusus  
Bagi Perempuan Secara Berturut-Turut Selama Kurun Waktu 2007-2010  
(Atas)

Media Award Hari Anak Nasional  
Atas Partisipasi Menyediakan Konten/Tayangan Khusus Anak-Anak di Media  
Massa dalam Kurun Waktu 2007-2010  
(Bawah)



KPI Award 2014

Program Acara Radio Bermuatan Perlindungan Anak

**PEDOMAN WAWANCARA**  
**(MANAJER RADIO CITRA BUANA FM)**

**Identitas Peneliti**

Nama Peneliti : Kiki Hasanah  
NPM : 1703110124  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan : Penyiaran

**Identitas Narasumber**

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Usia :  
Jabatan :

**Daftar Pertanyaan :**

1. Bagaimana bentuk perencanaan program yang dilakukan di Radio Citra Buana FM sebelum melakukan siaran ?
2. Bagaimana proses produksi dan pembelian program yang dilakukan di Radio Citra Buana FM ?
3. Bagaimana bentuk eksekusi program yang dilakukan di Radio Citra Buana FM ?
4. Bagaimana bentuk pengawasan dan evaluasi yang dilakukan di Radio Citra Buana FM ?
5. Bagaimana bentuk strategi kesesuaian yang dilakukan di Radio Citra Buana FM dalam memperoleh pendengar ?

6. Bagaimana strategi pembentukan kebiasaan yang dilakukan di Radio Citra Buana FM ?
7. Bagaimana bentuk strategi dalam pengontrolan arus pendengar yang dilakukan di Radio Citra Buana FM ?
8. Bagaimana bentuk strategi dalam penyimpanan sumber-sumber program yang dilakukan di Radio Citra Buana FM ?
9. Bagaimana bentuk strategi daya penarik massa yang dilakukan di Radio Citra Buana FM ?
10. Bagaimana cara Radio Citra Buana FM agar tetap bertahan pada era digitalisasi saat ini ?
11. Radio Citra Buana FM sudah berdiri sejak 1976 dan tetap berdiri hingga saat ini. Apakah menurut anda Radio ini sudah berkembang pada era digitalisasi saat ini ?



## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **(KEPALA BIDANG SIARAN/PENYIAR RADIO CITRA BUANA FM)**

#### **Identitas Peneliti**

Judul : Strategi Radio Citra Buana FM Dalam Mempertahankan  
Eksistensinya di Era Digital

Nama Peneliti : Kiki Hasanah

NPM : 1703110124

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Penyiaran

#### **Identitas Narasumber**

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Jabatan :

#### **Daftar Pertanyaan :**

1. Apasaja materi yang disampaikan dalam program siaran Radio Citra Buana FM ?
2. Bagaimna cara menyampaikan materi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar ?
3. Program siaran apasaja yang menjadi siaran favorit para pendengar ? Kenapa ?
4. Bagaimana teknik yang dilakukan oleh penyiar dalam menyampaikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar ?

5. Bagaimana strategi daya tarik pada setiap program Radio Citra Buana FM sehingga dapat mempertahankan pendengar ?
6. Bagaimana upaya yang dilakukan penyiar untuk bisa dekat dengan pendengar ?
7. Berapa persentase pendengar aktif yang diperoleh di Radio Citra Buana FM pada saat program siaran berlangsung ?
8. Berapa persentase pendengar Pasif yang diperoleh di Radio Citra Buana FM pada saat program siaran berlangsung ?
9. Bagaimana Pembagian Waktu Tiap Penyiar di Radio Citra Buana FM ?
10. Bagaimana cara Radio Citra Buana FM agar tetap bertahan pada era digitalisasi saat ini ?
11. Radio Citra Buana FM sudah berdiri sejak 1976 dan tetap berdiri hingga saat ini. Apakah menurut anda Radio ini sudah berkembang pada era digitalisasi saat ini ?
12. Apakah Radio Citra Buana FM Medan memiliki komunitas untuk para Pendengar ?
13. Sejak kapan komunitas itu berdiri ?
14. Kegiatan seperti apa yang dilakukan pada Komunitas itu ?
15. Menurut Bapak/Ibu Apasih yang unik dari Radio Citra Buana FM ?

007-17.311



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

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

Unggul, Cerdas & Terpercaya

menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

PERMOHONAN-PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

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

Medan, 29 Desember 2020

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Kiki Hasanah  
NPM : 1703110124  
Jurusan : Ilmu Komunikasi (Penyiaran)  
Tabungan sks : 127... sks, IP Kumulatif 3.72

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Radio Citra Buana FM dalam Memertahankan Eksistensinya di Era Digital.	30/12-2020
2	Motif Pemirsa Dalam Menonton Tayangan Sinetron Kisah Cinta di RCTI (Studi Pada Kalangan Perempuan di Lingkungan 13 Kelurahan besar Kecamatan Medan Labuhan	
3	Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Werbung Angkringan Tutuk Nd	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

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

Medan, tgl. 29 Desember 2020

Ketua,

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

Pemohon,

( Kiki Hasanah )

PB: NURHASANAH NASUTION





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

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

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI**  
**DAN PEMBIMBING**  
**Nomor : 13/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **29 Desember 2020** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **KIKI HASANAH**  
N P M : 1703110124  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2020/2021  
Judul Skripsi : **STRATEGI RADIO CITRA BUANA FM DALAM**  
**MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL**

Pembimbing : NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 007.17.0311 tahun 2020.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 29 Desember 2021.**



Ditetapkan di Medan,

Medan, 20 Djumadil Awwal 1442 H  
04 Januari 2021 M

Dekan  
  
**Dr. ARIFIN SAHIL, S.Sos., MSP.**

Tembusan :

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



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

Nomor : 353/KET/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021  
Lampiran : --  
Hal : **Mohon Diberikan izin**  
**Penelitian Mahasiswa**

Medan, 02 Syaban 1442 H  
16 Maret 2021 M

Kepada Yth : **Manajer Radio Citra Buana FM**  
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 penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **KIKI HASANAH**  
N P M : 1703110124  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2020/2021  
Judul Skripsi : **STRATEGI RADIO CITRA BUANA FM DALAM**  
**MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL**

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



Dekan 



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





radio siaran swasta nasional  
**PT. CITRA BUANA**  
Frek. 95.5 Mhz FM. STEREO  
Jl. Murai Komp. Grand Muralland No.2K-L  
Sei Sikambing B Medan 20122  
Telp.(061) 8465066 (Iklan)  
Email: radio\_citrabuana@yahoo.com

No. : 018/CBI/SK/III/2021  
Perihal : Izin Penelitian

Medan, 18 Maret 2021

Kepada Yth.  
**DEKAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
di  
Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat dengan no surat 353/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 mengenai pengajuan izin penelitian, Saya selaku Station Manager PT. RADIO CITRA BUANA 95,50 FM MEDAN memberikan izin kepada :

NO	N P M	Nama Mahasiswa	Program Studi
1.	1703110124	KIKI HASANAH	ILMU KOMUNIKASI

Untuk melakukan penelitian secara langsung pada perusahaan kami untuk memperoleh data-data berupa sampel untuk penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi dari yang bersangkutan.

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,  
**PT. RADIO CITRA BUANA FM**

**M. ROZALI ARIFIN**  
Station Manager



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

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

*Unggul, Cerdas & Terpercaya*  
 Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-3

**PERMOHONAN  
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.  
 Bapak Dekan FISIP UMSU  
 di  
 Medan.

Medan, 27 Januari 2021

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

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

Nama lengkap : Kiki Hasanah  
 N P M : 1703110124  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi (Peminatan)

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 12./SK/II.3/UMSU-03/F/2021 tanggal 27 Januari 2021 dengan judul sebagai berikut :

Strategi Radio Citra Buana FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Menyetujui :  
 Pembimbing

(Nurharani Nasution, S.Sos., M.I. Kom)

Pemohon,

(Kiki Hasanah)



**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 120/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Jum'at, 05 Februari 2021  
Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai  
Tempat : Ruang 207-CFISIP UMSU  
Pemimpin Seminar : **Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGUJI	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
11	KIKI HASANAH	1703110124	Dr. IRWAN SYARI T.J.G, S.Sos., M.AP.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI RADIO CITRA BUANA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSTENSINYA DI ERA DIGITAL
12	NURLINDA SARI HARAHAP	1703110144	Dr. IRWAN SYARI T.J.G, S.Sos., M.AP.	Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	POLA KOMUNIKASI JURNALIS TV DI SUMATERA UTARA (STUDI KASUS KONTRIBUTOR TV ONE)
13					
14					
15					

Medan, 20 Diumadil Akhir 1442 H

02 Februari 2021 M



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





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama lengkap : Kiki Hasanah  
NPM : 1703110124  
Jurusan : Penyiaran.  
Judul Skripsi : Strategi Radio Citra Buana FM Medan dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era digital.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	14/01-21	Bimbingan Proposal	
2	21/01-21	Revisi proposal	
3	27/01-21	Acc proposal	
4	16/02-21	Bimbingan bab 1-3	
5	21/02-21	Revisi bab 1-3	
6	27/02-21	Acc. bab 1-3	
7	27/02-21	Bimbingan draft wawancara	
8	10/03-21	Acc Draft Wawancara	
9	28/04-21	Bimbingan bab 4-5	
10	30/04-21	Acc Bab 4-5	

Medan, 30 April ..... 2021.

Dean,

Ketua Jurusan,

Pembimbing,

Dr. Amirin Saleh, S.Sos., M.S.P.  
  
Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom  
  
Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 676/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Kamis, 24 Juni 2021  
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	FEBY ALFI SALSABILA PULUNGAN	1703110117	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	SIGIT HARDIYANTO S.Sos., M.I.Kom	EFEK IKLAN TRANSPORTASI ONLINE OLEH SELEBGRAM TERHADAP PENINGKATAN PENGGUNA (STUDI DESKRIPTIF PADA PENGGUNA GRAB DI KOTA MEDAN)
2	KIKI HASANAH	1703110124	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI RADIO CITRA BUANA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL
3	NURLAILI	1703110060	Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA CITRA PEREMPUAN TANGGUH DALAM FILM MULAN 2020
4	KUSNIATI	1703110185	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA MELALUI JAJANAN TRADISIONAL DI PALOH NAGA
5	BELLA ALAMANDA NST	1703110118	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIMED TERHADAP APLIKASI PLATFORM FILM DI SMARTPHONE

total : 8 mhs 2020-21  
7 mhs

Notulis Sidang :

1.

Medan, 11 Dzulqaidah 1442 H

22 Juni 2021 M



Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua

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



Panitia Ujian

Sekretaris  
Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Biodata Peneliti



Nama : Kiki Hasanah  
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 24 Juni 1997  
Usia : 23 Tahun  
Anak ke : 9 dari 9 Bersaudara  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Tangguk Damai 18 Blok 1 No. 41 Griya  
Martubung

### Data Orangtua

Nama Ayah : Dawanis  
Nama Ibu : Martini  
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta  
Pekerjaan Ibu : -

### Riwayat Pendidikan Formal

SD : SD Negeri 066657 Bahari  
SMP : SMP Negeri 45 Medan  
SMA : SMK Swasta PAB 1 Helvetia  
S1 : FISIP UMSU

Medan, 30 April 2021

Kiki Hasanah