

**STRATEGI DIGITALISASI RADIO PESONA FM
SERDANG BEDAGAI**

SKRIPSI

OLEH :

RADIYATUL MARDIAH

2003110254

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Penyiaran



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

MEDAN

2024

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **RADIYATUL MARDIAH**
N P M : 2003110254
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Kamis, 29 Agustus 2024
W a k t u : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai


TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Assoc. Prof. Dr. RUDIANTO, M.Si** (.....)
PENGUJI II : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.** (.....)
PENGUJI III : **CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A** (.....)

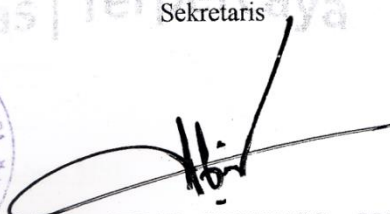
PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP
NIDN : 6030017402




Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHAN, S.Sos, M.I.Kom
NIDN: 0111117804

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

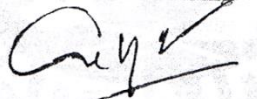
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **RADIYATUL MARDIAH**
N.P.M : **2003110254**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Judul Skripsi : **STRATEGI DIGITALISASI SIARAN RADIO PESONA FM SERDANG BEDAGAI**

Medan, 19 Agustus 2024

Dosen Pembimbing



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

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom

Dekan,



DR. ARIEFIN SALEH, S.Sos, MSP.

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya **Radiyah Mardiah**, NPM **2003110254**, 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 saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaannya di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

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

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

Medan, 24 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Radiyah Mardiah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur dicurahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan berkah limpahan rahmat dan hidayah-Nya berupa kesempatan sehingga penulis dapat menempuh jenjang pendidikan Strata Satu (S-1) sampai kepada tahapan penyelesaian skripsi yang berjudul "Strategi Digitalisasi Radio Peson Fm Serdang Bedagai". Tidak lupa pula penulis mengirimkan shalawat beriring salam atas jujungan kita Nabi Besar Muhammad SAW sebagai rahmatan li'lalamin.

Ucapan terimakasih yang tak terhingga juga disampaikan kepada orang tua penulis yang paling dicintai Bapak Darlis Dan Ibu Miswarnii serta kakak aku yang paling sayangg Okta Noviarnis Dan Dewi Rahmadhani dan Abang abangku tersayang. Selama masa perkuliahan sampai sekarang masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh doa, dukungan dan bimbingan dari banyak pihak. Untuk itu dengan setulus hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

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

4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sekaligus Dosen Penasehat Akademik.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sekaligus Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Corry AP Novrica Sinaga, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah bersedia mengorbankan waktu untuk menuntun serta memberikan arahan dan bimbingan didalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Kepada dr. Nurul Ramadhani, M.Ked (Paru), Sp.P, Muhammad Kumail Ramjan S.H, Muhammad Quraisy Akram A.mdT, Muhammad Amin Akbar S.S selaku kakak dan abang penulis yang ikut juga memberi dorongan moral dan selalu mendukung dan mendoakan penulis sampai sekarang ini.
10. Kepada keluarga kos Araby yang selalu memeberikan semangat dalam penyelesaian skripsi
11. Kepada keluarga besar Sikologi Kopi sebagai tempat saya membuang rasa penat dengan menikmati secangkir kopi.

12. Kepada teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati pembaca. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikumwarahmatullahiwabarakatuh.

Medan, Agustus 2024

Penulis

RADIYATUL MARDIAH
2003110254

STRATEGI DIGITALISASI RADIO PESONA FM SERDANG BEDAGAI

Radiyah Mardiah

2003110254

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi digitalisasi Radio Pesona FM Serdang Bedagai. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan antara lain; reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan teori George R. Terry & Leslie W. Rue; *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*. Salah satu program unggulan Radio Pesona FM adalah program kesehatan yang menyajikan tips dan informasi seputar kesehatan. Informan dalam penelitian ini yaitu; Manager Radio Pesona FM dan Penyiar Radio Pesona FM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mereka telah menerapkan strategi digitalisasi melalui siaran live streaming dan melalui facebook. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Radio Pesona FM tidak terlalu mengedepankan digitalisasi siaran, meskipun mereka telah menerapkannya hanya melalui live streaming dan facebook. Saran penelitian ini adalah memperkuat digitalisasi siaran karena mereka memiliki program kecantikan. Program siaran juga bisa dikembangkan lebih luas melalui web streaming dan memperkuat manajemen dari beragam social media seperti *Instagram, Tiktok, dan Youtube*.

Kata Kunci: Strategi Digitalisasi, Teori Radio, Geogre R. Terry & Leslie W. Rue, Media Sosial

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1 Radio	6
2.2 Sejarah Singkat Radio di Indonesia	7
2.3 Digitalisasi Radio	9
2.4 Strategi Digitalisasi	12
2.5 Manajemen Penyiaran.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Kerangka Konsep.....	18
3.3 Definisi Konsep.....	19
3.4 Kategorisasi Penelitian	23
3.5 <i>Informan</i> atau Narasumber.....	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.7 Teknik Analisis Data.....	25
3.8 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Hasil Penelitian	28
4.2 Pembahasan.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	50

5.1 Simpulan	50
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kategorisasi Penelitian.....	24
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konsep	19
Gambar 1.2 Model Teknik Analisis Data Miles dan Huberman.....	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang menggunakan gelombang elektromagnetik untuk memancarkan siaran. Awalnya radio digunakan untuk keperluan maritim guna mengirimkan pesan telegraf melalui kode morse antara kapal dan penerima kode di darat. Radio mulai digunakan pada saat perang Tsushima saat tentara Jepang memata-matai tentara Rusia pada tahun 1901. Penggunaan radio pada masa itu berperan penting dalam dunia militer karena dianggap ampuh sebagai salah satu alat komunikasi.

Penggunaan radio dalam masa sebelum perang adalah untuk mengembangkan pendeteksian dan pelokasian pesawat dan kapal dengan menggunakan radar. Pada saat perang dunia ke-II radio digunakan untuk memberikan perintah dan berkomunikasi antara Angkatan darat dan Angkatan laut Jerman saat kabel optik bawah laut mereka dipotong oleh Britania Raya. Radio pada awalnya digunakan sebagai alat komunikasi satu arah dan penggunaanya juga lebih banyak untuk kepentingan militer dan pemerintahan bahkan hingga saat ini (Diana & Sey, 2017). Siaran radio komersil kemudian mulai populer di tahun 1920-1930 terutama di Eropa dan Amerika Serikat.

Dewasa ini, radio berkembang pesat seiring dengan berjalannya waktu dan kemajuan-kemajuan yang diciptakan dan ditemukan oleh para ilmuwan terkemuka. Sejak lahirnya UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran, pertumbuhan

radio siaran di Indonesia bertumbuh dengan pesat. Diketahui hingga saat ini jumlah siaran radio berjumlah 3000 lembaga penyiaran radio.

Perkembangan radio di era digital yang ditandai dengan pesatnya kemajuan internet yang berdampak pada lembaga penyiaran radio yang menghadapi tantangan besar, yaitu bergesernya pola konsumsi media. Dengan kata lain, masyarakat di era ini lebih mudah untuk mendapatkan hal-hal yang ada di radio dengan mudah di internet atau sosial media. Hal itu menuntut para pemilik dan lembaga radio untuk lebih bekerja keras dalam mengembangkan program-program dan strategi yang lebih inovatif guna menjangkau pendengar secara luas. Dengan begitu di segala tempat di dunia, di kota maupun di daerah juga terkena dampak perkembangan era digital seperti yang sedang kita jalani saat ini. Hal ini tentunya juga berdampak pada radio yang ada di daerah-daerah di luar Kota Medan, yakni Radio Pesona FM Serdang Bedagai.

Radio yang berdomisili di daerah tentu memiliki tantangan dan hambatan dalam mempertahankan eksistensinya di era digital dewasa ini. Segala program dan cara telah dilakukan untuk memenuhi permintaan pendengarnya. Radio Pesona FM Serdang Bedagai menyajikan beberapa program yang diharapkan mampu menarik dan mempertahankan eksistensinya di kalangan pendengar radio di era digitalisasi. Salah satu program yang mereka tawarkan adalah Pesona Dangdut yang mengudara tiap hari Minggu. Program ini menghadirkan lagu-lagu dangdut teranyar. Program ini juga menjadi salah satu unggulan program di Radio Pesona FM Serdang Bedagai. Program lainnya juga tak kalah saing dengan program Pesona Dangdut. Pesona Pop yang diluncurkan Radio Pesona FM

Serdang Bedagai juga menjadi program yang ditunggu-tunggu kalangan masyarakat di sekitaran Serdang Bedagai, terkhusus di Desa Sei Buluh Kecamatan Serdang Bedagai. Program tersebut mengudara pada hari Senin-Sabtu. Program ini berisikan lagu-lagu pop terbaru yang segar. Segmen pendengar program ini relative lebih kepada masyarakat muda. Meski begitu tidak menutup kemungkinan bagi para pendengar yang lebih tua. Hal ini menjadikan radio sebagai salah satu media massa yang paling digemari oleh masyarakat. Berbagai lapisan masyarakat mengetahui atau paling tidak pernah mendengar siaran radio semasa hidupnya entah sengaja ataupun tidak. Meski saat ini, popularitas radio mulai kehilangan sinarnya.

Perkembangan radio dari masa ke masa melahirkan berbagai macam cara untuk mengelola radio untuk tetap kompatibel dengan zaman. Berbagai program yang ditawarkan menyajikan nilai tersendiri untuk tetap bisa mempertahankan dan menambah jumlah pendengarnya. (Rahayu, T. Y. & Dewi Katili, 2019) berpendapat bahwa kemampuan sebuah program radio untuk mempertahankan eksistensinya dapat diraih karena sumber daya manusia yang mengelola program tersebut dapat mengaktualisasikan dan memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki dengan menerapkan sebuah strategi. Penerapan manajemen siaran secara profesional akan menghasilkan output siaran yang berkualitas, baik dan benar, sebagai hasil kerja kolektif (kerja tim), karena tujuan yang harus dicapai oleh organisasi penyiaran adalah antara sifat idiil dan materiil dan bahkan keduanya (Novrica et al., 2017). Dari segi itulah penulis akan meneliti tentang **“Strategi Digitalisasi Radio Pesona FM Serdang Bedagai”** dalam mempertahankan

pendengarnya serta bagaimana Radio Pesona FM Serdang Bedagai mengelola radio melalui program-program yang mereka tawarkan kepada masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam Strategi Digitalisasi Radio Pesona FM Serdang Bedagai adalah

1. Bagaimana strategi digitalisasi yang dilakukan oleh Radio Pesona FM Serdang Bedagai untuk menarik minat pendengarnya.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah, untuk mengetahui bagaimana strategi digitalisasi yang dilakukan oleh Radio Pesona FM Serdang Bedagai untuk menarik minat pendengar.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah referensi untuk penelitian yang akan datang yang berkenaan dengan pokok bahasan penelitian yang sesuai.
2. Sebagai implementasi atau aktualisasi nilai dan teori selama perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini berisikan tentang strategi adaptasi, jenis jenis strategi adaptasi, buruh nelayan, kebutuhan dasar keluarga.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan/narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan/narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Dalam bab ini juga menampilkan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

1.1. Radio

Menurut Max Well dalam (Uchjana Effendy, 1990), radio adalah suatu gelombang magnetis yang dapat mengarungi ruang angkasa secara gelombang dengan kecepatan tertentu yang diperkirakan sama dengan kecepatan cahaya yaitu 186.000 mil/detik. Radio mengirimkan sinyal melalui radiasi gelombang elektromagnetik, Gelombang ini melintas dan merambat melewati udara dan mampu melintas ruang angkasa yang hampa udara karena gelombang ini tidak memerlukan media pengangkut. Gelombang radio adalah suatu bentuk dari radiasi elektromagnetik, dan terbentuk ketika objek bermuatan listrik dimodulasi (dinaikkan frekuesinya) pada frekuensi yang terdapat dalam frekuensi gelombang radio dalam suatu spektrum elektromagnetik (Mufid, 2010). Gelombang radio ini berada pada jangkauan frekuensi 10 hertz (Hz) sampai berada pada gigahertz (GHz), dan radiasi elektromagnetiknya bergerak dengan cara osilasi elektrik maupun magnetik.

Ketika gelombang radio dipancarkan melalui kabel, osilasi dari medan listrik dan magnetik tersebut dinyatakan dalam bentuk arus bolak balik dan voltase didalam kabel. Hal ini kemudian dapat diubah menhadivoltase didalam kabel. Kemudian diubah menjadi signal radio atau lainnya yang membawa informasi (Gazali, 2002).

Radio adalah media imajinasi, komunikasi, dan pertemanan sehingga lebih dari itu hanya pengiriman di lapangan. Dari segi keistimewaannya, radio hanya merupakan media massa yang auditif yang tidak menyajikan rangkaian gambar peristiwa. Oleh karena itu, radio membutuhkan tipe baru komunikator yang dapat membantu pendengar untuk bertindak dan berimajinasi serta mendapatkan informasi. Komunikator jenis baru adalah penyiar, yang juga berfungsi sebagai juru bicara radio kepada para pendengar (Lubis et al., 2023).

1.2. Sejarah Singkat Radio di Indonesia

Siaran radio yang pertama di Indonesia bernama *Bataviase Radio Vereniging* (BRV) di Batavia (Jakarta kala itu), yang secara resmi didirikan pada 16 Juni 1925. Stasiun radio di Indonesia semasa penjajahan Belanda dahulu berstatus swasta. Sejak adanya BRV, kemudian marak bermunculan siaran-siaran radio lain, diantaranya; *Nederlandsch Indiesche Radio Omroep Masstchapyj* (NIROM) di Jakarta, Bandung dan Medan, *Solossche Radio Vereniging* (SRV) di Solo, *Mataramse Verniging Voor Radio Omroep* (MAVRO) di Yogyakarta, *Verniging Oosterse Radio Luisteraashs* (VORL) di Bandung, *Vereniging Voor Oosterse Radio Omroep* (VORO) di Surakarta, *Chineese en Inheemse Radio Luisteraars Vereniging Oost Java* (CIRVO) di Surabaya, *Eerste Madiunse Radio Omroep* (EMRO) di Madiun dan Radio Semarang di Semarang. Di antara sekian banyak badan radio siaran tersebut, NIROM ialah yang terbesar dan terlengkap, oleh karena itu mendapat bantuan penuh dari pemerintah Hindia Belanda (Djamal & Fachruddin, 2017).

Perkembangan NIROM yang pesat berampak baik dengan didapatnya keuntungan besar yang diperoleh dari “Pajak Radio”. Semakin banyak pesawat radio dikalangan masyarakat, semakin banyak uang yang diterima oleh NIROM. Dengan demikian, NIROM dapat meningkatkan daya pancarnya, mengadakan stasiun-stasiun relay, mengadakan sambungan telepon khusus dengan kota-kota besar lain. Pada waktu itu terdapat saluran telepon khusus antara Batavia, Bogor, Sukabumi, Bandung, Cirebon, Tegal, Pekalongan, Semarang, Solo Yogyakarta, Magelang, Surabaya, Tangerang, Depok, Bekasi, dan Malang yang jumlahnya kira-kira 1,2 juta meter saluran telepon untuk memberi modulasi kepada pemancar-pemancar di kota-kota itu.

Dengan demikian NIROM dapat mengadakan siaran sentral dari Semarang, Bandung, Surabaya, Yogyakarta ataupun Solo. Hal itu berbeda dengan badan-badan radio siaran lainnya yang berbentuk perkumpulan swasta, terutama yang diusahakan bangsa pribumi, yang hidupnya dari iuran para anggota (Junaedi, 2013).

Munculnya perkumpulan-perkumpulan stasiun di kalangan bangsa Indonesia disebabkan kenyataan, bahwa NIROM memang dapat bantuan dari pemerintah Hindia Belanda lebih bersifat perusahaan yang mencari keuntungan finansial dan membantu kukuhnya penjajahan Belanda menghadapi semangat kebangsaan di kalangan penduduk pribumi yang berkobar sejak 1908, lebih-lebih setelah tahun 1928. Sebagai pelopor timbulnya radio siaran usaha bangsa Indonesia ialah Solosche Radio Vereniging (SRV) yang didirikan pada tanggal 1 April 1933.

Pada tahun 1936 terbentuk berita, bahwa mulai tahun 1937 “Siaran Ketimuran seluruhnya akan dikuasai oleh NIROM sendiri”. Ini berarti bahwa mulai tahun 1973 subsidi dari NIROM akan dicabut, setidaknya akan dikurangi, karena NIROM tidak akan lagi merelay siaran-siaran radio milik pribumi, setidaknya kalau terpaksa merelay hanya sedikit sekali (Junaedi, 2013).

Pada tanggal 7 Mei 1937, atas nama usaha PPRK diadakan pertemuan dengan pembesar-pembesar pemerintahan untuk membicarakan hubungan antara PPRK dengan NIROM. Pertemuan itu menghasilkan suatu persetujuan bersama, bahwa PPRK menyelenggarakan siaran ketimuran, NIROM menyelenggarakan segi tehniknya. Sejak itu PPRK berusaha keras agar PPRK dapat menyelenggarakan sendiri sepenuhnya tanpa bantuan dari NIROM. Disebabkan situasi semakin panas oleh api perang di Eropa yang menyebabkan Negeri Belanda dalam keadaan sulit yang membutuhkan bantuan rakyat jajahannya, maka pemerintah Hindia Belanda menjadi agak lunak.

1.3. Digitalisasi Radio

Pada masa dahulu, teknologi hanya dianggap sebagai objek oleh media cetak. Tetapi, saat ini, teknologi digital telah menjadi subjek bagi media cetak. Artinya, teknologi digital telah dan mulai menjadi subjek utama bagi media cetak dalam memperkenalkan konten atau berita kepada pembacanya. Pembaca kini mulai mengandalkan kepraktisan dalam menikmati berita atau konten dengan menggunakan smartphone dan tablet (gadget) seiring perkembangan teknologi yang semakin memudahkan kehidupan manusia (Putra, 2019).

Perusahaan media cetak pun dituntut tidak hanya menandalkan diri pada operasional dan pendapatan dari sisi cetak semata, tetapi juga sisi pemasaran multi-channel, termasuk pemasaran digital. Oleh karena itu, inovasi teknologi sangat dibutuhkan untuk mempertahankan keberadaan media cetak. Salah satu solusi yang diambil adalah digitalisasi koran dalam bentuk e-paper guna menjangkau pembaca yang lebih luas (Putra, 2019). Pesatnya perkembangan internet menyebabkan perubahan sangat signifikan yang terjadi di banyak sektor. Sektor media cetak yang awalnya hanya bisa diakses dengan membaca koran saat inipun telah bergeser kearah digital. Setiap orang bisa dengan mudah mengakses berita hanya dengan telepon genggamnya saja. Dengan kata lain, koran sudah tidak dibutuhkan lagi akibat perkembangan jaman.

Radio juga menghadapi tantangan yang serius akibat dari perubahan jaman sekarang ini. Peran radio yang awalnya sebagai alat komunikasi satu arah, kini hanya sebagai media hiburan yang perannya sangat bisa digantikan oleh internet dan media social yang juga memiliki fitur hiburan yang ada di radio, seperti music, informasi kesehatan, harga bahan pokok, dan lain sebagainya.

Menurut Dody Muwardi (2007), radio merupakan media auditif, yang hanya bisa dinikmati dengan alat pendengaran. Radio menjadi media penyampai ide, gagasan, dan pesan melalui gelombang elektromagnetik berupa sinyal-sinyal audio. Berdasarkan UU No. 32/2002 tentang Penyiaran, penyiaran radio merupakan kegiatan pemancar luasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara,

kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran, yang dilakukan secara teratur dan berkesinambungan.

Dengan sifatnya yang sekali dengar, pesan yang sampai kepada khalayak hanya sekilas saja, begitu terdengar, begitu terhilang. Arus balik tidak mungkin pada saat itu. Pendengar yang tidak mengerti atau memperoleh penjelasan informasi lebih jauh tidak mungkin meminta kepada penyiar untuk mengulanginya (Maharani, 2021).

Peralihan sistem analog ke digital ini, telah mengubah banyak hal. Termasuk industri media. Kata media sendiri berasal dari bahasa latin yang memiliki arti sebagai perantara sebuah informasi dengan penerima informasi atau media perantara. Media baru secara sederhana adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khusus (Aji, 2016). Praktiknya, digitalisasi menjadi solusi untuk mengatasi keterbatasan dan tidak efisien pada penyiaran analog. Proses teknologi dilakukan untuk mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dalam berbagai hal, termasuk dalam teknologi penyiaran. Efisiensi dan optimalisasi yang paling nyata dalam penyiaran di antaranya adalah kanal siaran dan infrastruktur penyiaran, seperti menara pemancar, antena, dan saluran transmisi (Aji, 2016).

Menurut (Maharani, 2021), berdasarkan konteks penyiaran radio, digitalisasi radio berarti menerapkan teknologi radio yang membawa

informasi dalam sinyal digital dengan metode modulasi digital. Dalam hal ini umumnya disebut dengan teknologi penyiaran digital audio. Sistem penyiaran radio digital berjalan melalui multiplexing dan kompresi yang menggabungkan sejumlah audio/data stream ke dalam satu kanal penyiaran. Setiap stasiun radio menempati slot di multiplex dengan bit rate yang sama atau berbeda sesuai kebutuhan. Teknologi penyiaran radio berbasis digital menjanjikan suara yang lebih jernih.

Teknologi multiplexing ini sendiri memungkinkan dilakukannya pelebaran kanal frekuensi. Dalam sistem analog, satu kanal hanya bisa diisi satu frekuensi, sedangkan dalam sistem digital satu kanal bisa diisi dengan lebih dari enam frekuensi sekaligus. Bahkan penyiaran digital mengandaikan satu frekuensi yang digunakan oleh satu stasiun televisi saat ini dapat menawarkan 12 slot siaran. Kondisi ini dimungkinkan karena dalam sistem digital pelebaran frekuensi bisa dilakukan. Berbeda dengan teknologi analog yang memungkinkan hanya satu frekuensi untuk satu slot siaran (Maharani, 2021).

Digital berasal dari bahasa Yunani yaitu, kata *Digitus* yang berarti jari jemari. Jumlah jari-jemari kita adalah 10, dan angka 10 terdiri dari angka 1 dan 0. Oleh karena itu Digital merupakan penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau off dan on (bilangan biner). Semua sistem komputer menggunakan sistem digital sebagai basis datanya. Dapat disebut juga dengan istilah Bit (Binary Digit) (Aji, 2016).

1.4. Strategi Digitalisasi

Radio menempatkan pendengarnya sebagai subjek dan peserta yang terlibat untuk dapat menarik simpati dan keterlibatan audiencenya. Guna melancarkan pesan yang di sampaikan kepada pendengar, para personil yang berkecimpung di radio memerlukan modal pengetahuan dan pengalaman yang memadai tentang penyiaran sehingga segala sesuatu yang telah direncanakan dapat dicapai dengan baik. Jadi seluruh personil yang menggeluti dunia siaran ini harus memiliki pengetahuan yang memadai sehubungan dengan tugas mereka. Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format atau siaran tertentu, seiring semakin banyaknya stasiun penyiaran (Maharani, 2021).

Strategi adalah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Menurut Stephanie Kmarrus dalam (Diana & Sey, 2017), strategi didefinisikan sebagai suatu proses cara pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan itu bisa tercapai. Dalam hal ini perencanaan startegi stasiun penyiaran meliputi: Melakukan keputusan mengenai sasaran dan tujuan program penyiaran, Melakukan identifikasi dan sasaran (target) audiens, Menetapkan aturan untuk menetapkan startegi yang akan dipilih, dan memutuskan strategi yang akan digunakan. Strategi seperti halnya sebuah jembatan, jika dibangun dengan kokoh dan struktur yang baik maka akan mudah dan lancar pula kendaraan yang melaju di atasnya, lain halnya jika hanya dengan perencanaan dan strategi yang bagus akan tetapi

tidak dilakukan dengan maksimal, sama halnya tidak adanya strategi (Novrica et al., 2017).

Pada masa digital sekarang ini, radio harus dengan bijak dan tepat sasaran untuk menyesuaikan dengan zaman. Pada era pandemi Covid 19 yang lalu, para manajemen radio dituntut untuk memutar otaknya demi mempertahankan eksistensinya di era yang tidak bisa melakukan hal-hal yang sifatnya tatap muka atau bertemu secara langsung. Pada dasarnya di dalam siaran radio haruslah bertatap muka antara si penyiar radio dan narasumber. Hal itu membuat salah satu stasiun radio di Medan membuat strategi yang baik dalam mempertahankan eksistensinya.

Salah satu strategi modifikasi program siaran yang diterapkan oleh Move Online Radio Medan selama pandemi Covid 19 adalah dengan menggabungkan siaran talkshow radio dengan video streaming di media sosial, seperti Instagram. Sehingga klien yang akan berbicara di Move Online Radio, mendapatkan keuntungan ganda, yaitu promosi audio dan video yang disiarkan di media sosial secara bersamaan. Kampanye radio online seperti ini menjadi pilihan terbaik untuk sosialisasi dan promosi, karena dinilai efektif, up to date, tidak terbatas dan tanpa kontak langsung (Sinaga et al., 2021). Hal itu sangat sesuai dengan kondisi di Indonesia saat itu karena tidak memungkinkan untuk bertatap muka secara langsung.

Dalam sebuah organisasi radio salah satu hal yang wajib memiliki adalah counter programming. Strategi ini sangat penting dilakukan oleh para

pengelola penyiaran radio dalam menentukan dan mencapai pasar yang diinginkan melalui pemilihan target audiensi yang dituju (Habibi & Nurhidayat, 2023). Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan atau, dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan dalam suatu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Dengan demikian program memiliki pengertian yang sangat luas. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikutinya siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran radio. Pada stasiun penyiaran radio terdapat beberapa format misalnya: radio anak-anak, remaja, muda, dewasa dan tua. Berdasarkan profesi perilaku, atau gaya hidup format radionya : professional, intelektual, petani, buruh, mahasiswa, pelayan dan sebagainya (Diana & Sey, 2017).

1.5. Manajemen Penyiaran

Manajemen siaran adalah manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran, yaitu organisasi yang mengelola siaran. Manajemen siaran berfungsi sebagai motor penggerak dunia siaran. Manajemen siaran ditata sedemikian rupa dengan tidak mengesampingkan kebutuhan khalayak yang dihasilkan dari survei kebutuhan khalayak terhadap program siaran (Novrica et al., 2017). Manajemen penyiaran merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian suatu kegiatan penyiaran

yang dilakukan secara proporsional dan professional untuk mencapai target/sasaran yang telah ditentukan (Nasution, 2018).

Dalam melakukan manajemen radio, ada beberapa hal yang harus dilakukan agar penyiaran atau lembaga radio dapat berjalan dengan benar dan mendapat manfaat bagi lembaga itu sendiri dan para pendengarnya. Berdasarkan (Terry & Rue, 1982) dalam (Morrison, 2008), dalam bukunya; Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran, menyatakan; ada 4 fungsi dasar yaitu: *Planning, Organizing, Actuating* dan *Controlling*.

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan unsur yang sangat penting dan merupakan fungsi fundamental manajemen, karena organizing, actuating dan controlling harus lebih terlebih dahulu direncanakan. Langkah pertama dalam perencanaan adalah memilih sasaran organisasi, kemudian sasaran ditetapkan untuk setiap submit organisasi, divisi, departemen dan sebagainya. Setelah semua ini ditetapkan, program ditentukan untuk mencapai sasaran dengan cara yang sistematis. Untuk itu dalam menetapkan rencana, harus dilakukan sebaik mungkin. Suatu perencanaan yang baik haruslah mengandung formulasi 5W + 1H, yaitu *What* (Apa), *Who* (Siapa), *Where* (Dimana), *When* (Kapan), *Why* (Mengapa), dan *How* (Bagaimana).

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, sifat-sifat, tugas-tugas, serta wewenang dan tanggung jawab sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan yang utuh dan bulat dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Disisi lain pengorganisasian adalah merupakan proses mengatur dan mengalokasikan pekerjaan, wewenang dan sumber daya manusia diantara anggota organisasi, sehingga mereka dapat mencapai sasaran organisasi. Dengan pengorganisasian suatu rencana akan mudah dalam pelaksanaannya, sebab tindakan dalam rencana-rencana itu telah dibagi-bagi dalam tugas yang telah terperinci.

3. Pengarahan dan Pemberian Pengaruh (*Actuating*)

Penggerakan merupakan keseluruhan usaha, cara, teknik, dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi yang efektif, efisien dan ekonomis. Agar penggerakan dapat berjalan dengan baik dan lancar maka diperlukan beberapa hal yang dapat menggerakkan seseorang untuk melakukan tindakan/pekerjaan, yaitu diperlukan adanya kepemimpinan, komunikasi, motivasi, dan fasilitas. Seorang pengarah acara harus mampu memimpin staff - staffnya saat produksi berlangsung supaya output penyiaran sesuai dengan target.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Menurut Robert J. Mockler, yang dikutip Morissan, dalam bukunya *Manajemen Media Penyiaran*, pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.

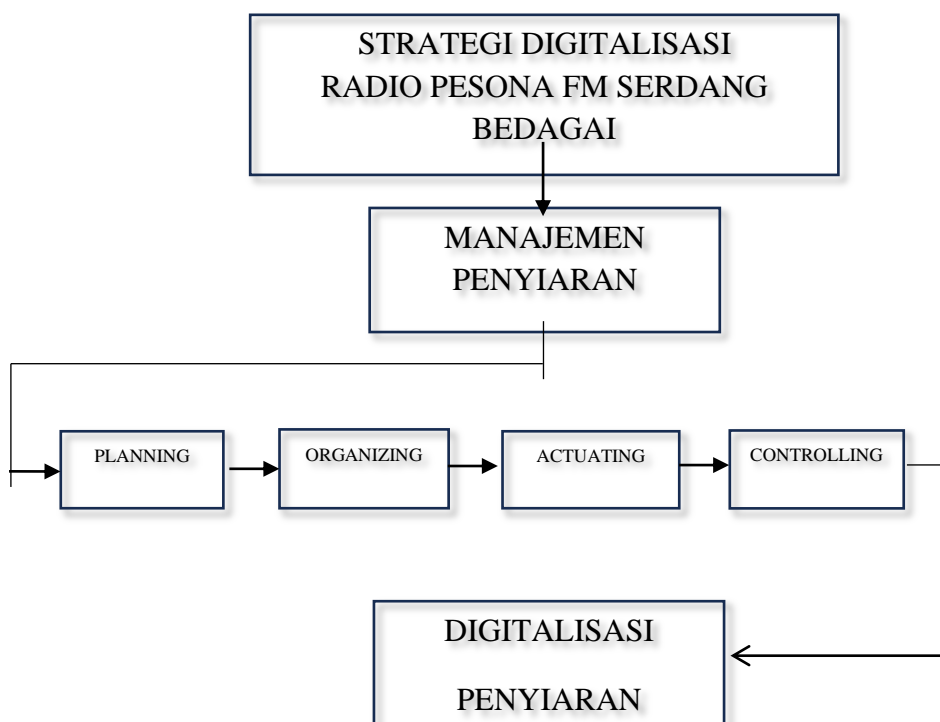
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan seluruhnya ialah berupa kata-kata dan gambar. Kata-kata tersebut diperoleh melalui wawancara dengan narasumber atau informan yang dipercaya dapat membantu menyelesaikan penelitian ini. Gambar yang diperoleh didapat dari observasi lapangan yang nantinya dilakukan pada saat melakukan penelitian.

3.2. Kerangka Konsep



Gambar 1.1 Kerangka Konsep

Sumber: Morisan (2008), *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Pengelola Radio dan Televisi*

3.3. Definisi Konsep

a. Strategi Digitalisasi

Secara keseluruhan, di era digitalisasi, strategi penyiaran radio komersial telah mengalami perubahan yang signifikan untuk tetap relevan dan kompetitif. Radio sekarang menggunakan teknologi digital untuk ekspansi online, personalisasi konten, dan kerjasama dengan berbagai pihak. Meskipun menghadapi tantangan seperti mempertahankan perhatian pendengar dan meningkatkan kualitas serta efektivitas biaya operasional, radio komersial juga memiliki peluang yang besar. Peluang tersebut meliputi kemampuan untuk terhubung langsung dengan pendengar, menawarkan beragam konten, memanfaatkan platform digital, serta menggunakan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan dan analisis data. Radio juga dapat memanfaatkan podcast dan media sosial untuk menciptakan konten yang lebih kreatif dan interaktif, sehingga dapat menarik perhatian pendengar yang lebih luas dan meningkatkan loyalitas mereka. Dengan mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada, radio komersial dapat terus berkembang dan mempertahankan peran pentingnya dalam menyebarkan informasi, mempromosikan seni dan budaya, serta menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat (Kustiawan et al., 2024).

Selain itu, pengelolaan radio siaran agar dapat eksis ditengah-tengah kemajuan teknologi komunikasi saat ini haruslah

cermat dalam melayani pendengar. Perencanaan siaran menjadi dasar utama sebagai pedoman pelaksanaan siaran. Perencanaan dalam format siaran didasarkan pada segmentasi pendengar dapat mampu mendongkrak hasrat pendengar untuk terus mendengarkan siaran secara terus menerus (Maharani, 2021).

b. Manajemen Penyiaran

Manajemen penyiaran adalah manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran, yaitu organisasi yang mengelola siaran. Ini berarti, manajemen penyiaran sebagai motor penggerak organisasi penyiaran dalam usaha pencapaian tujuan bersama melalui penyelenggaraan siaran. Pada dasarnya proses perencanaan, produksi dan menyiarkan siaran merupakan proses transformasi yang ada dalam manajemen. Tahapan manajemen inilah yang harus disinkronkan dengan tahapan proses penyiaran dan setiap langkah harus selalu berorientasi kepada tujuan yang hendak dicapai (Wahyudi, 1994).

Planning (Perencanaan)

Dalam melakukan fungsi perencanaan terdapat proses-proses dalam menetapkan program penyiaran yang mencakup langkah-langkah sebagai berikut (Morrisan, 2008):

1. Menetapkan peran dan misi dengan menentukan sifat dan ruang lingkup tugas yang hendak dilaksanakan
2. Menentukan wilayah sasaran
3. Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektifitas dari setiap

pekerjaan yang dilakukan

4. Memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai
5. Mempersiapkan rencana tindakan yang akan dilakukan
6. Membangun pengawasan
7. Menentukan komunikasi organisasi yang diperlukan untuk mencapai pemahaman serta komitmen.
8. Pelaksanaan

Organizing (Pengorganisasian)

Fungsi kedua adalah fungsi pengorganisasian mencakup alur-alur kegiatan yang akan dilakukan, dan mencakup struktur organisasi. Pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya (Morrisan, 2008).

Actuating (Pengarahan dan Pemberian Pengaruh)

Fungsi mengarahkan dan memberi pengaruh atau mempengaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif. Fungsi pengarahan diawali dengan motivasi untuk bersedia mengikutinya (Morrisan, 2008):

1. Motivasi

Keberhasilan stasiun penyiaran dalam mencapai tujuannya terkait sangat erat dengan tingkatan derajat kepuasan karyawan dalam memenuhi kebutuhannya. Semakintinggi tingkat kepuasan

karyawan, maka kemungkinan semakin besar karyawan memberikan kontribusi terbaiknya untuk mencapai tujuan stasiun penyiaran bersangkutan.

2. Komunikasi

Faktor yang sangat penting untuk dapat melaksanakan fungsi manajemen secara efektif. Komunikasi adalah cara yang digunakan pemimpin agar karyawan menegtahui atau menyadari tujuan dan rencana stasiun penyiaran bersangkutan.

3. Kepemimpinan

Merupakan kemampuan yang dipunyai seseorang untuk mempengaruhi orang-orang lain agar bekerja mencapai tujuan dan sasaran. Pimpinan yang berhasil atau sering disebut dengan pemimpin yang efektif mempunyai sifat-sifat atau kualitas tertentu yang diinginkan seperti kharisma, berpandangan kedepan, dan berkeyakinan diri.

4. Pelatihan

Perusahaan memilih karyawan biasanya karena mereka memiliki pengalaman atau latar belakang dan keahlian untuk melaksanakan suatu tanggung jawab tertentu. Namun demikian, karyawan tetap membutuhkan pelatihan kerena berbagai alasan, misalnya pembelian peralatan baru dan penerapan prosedur baru pada penyiaran.

Controlling (Pengawasan)

Fungsi pengawasan dalam media massa meliputi persiapan suatu standar kuantitas dan kualitas hasil kerja, baik berbentuk produk maupun jasa yang diberikan perusahaan atau organisasi dalam upaya pencapaian tujuan, produktivitas dan terciptanya citra yang positif (Ruslan, 2006).

c. Digitalisasi

Digitalisasi penyiaran merupakan terminologi untuk menjelaskan proses alih format media dari bentuk analog menjadi bentuk digital. Secara teknis, digitalisasi adalah proses perubahan segala bentuk informasi (angka, kata, gambar, suara, data, dan gerak) dikodekan ke dalam bentuk bit (binary digit) sehingga dimungkinkan adanya manipulasi dan transformasi data (bit streaming), termasuk penggandaan, pengurangan, maupun penambahan (Maharani, 2021).

3.4. Kategorisasi Penelitian

Konsep	Indikator
Strategi Digitalisasi Radio Pesona FM Serdang Bedagai	<ul style="list-style-type: none"> - Perencanaan - Pengorganisasian - Pengarahan - Pengawasan
Digitalisasi Radio	<ul style="list-style-type: none"> - Web Streaming - Media Sosial

Tabel 3.1

Sumber : *Morisan (2008), Manajemen Media Penyiaran : Strategi Pengelola*

Radio dan Televisi

3.5. Informan atau Narasumber

Informan atau narasumber adalah seseorang yang diyakini memiliki data yang mampu menjawab kajian pertanyaan dalam melakukan penelitian.

Informan atau narasumber dalam penelitian ini berjumlah tiga orang, yaitu:

1. Hendra Gunawan

Menjabat sebagai Manager Radio Pesona FM Serdang Bedagai.

2. Yohanes

Menjabat sebagai Penyiar Radio Pesona FM Serdang Bedagai

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung, melakukan dialog atau percakapan kepada responden berdasarkan tujuan penyelidikan untuk memperoleh data secara langsung dari responden terkait dengan penelitian ini. (Malinda et al., 2022) menjelaskan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah wawancara, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

2. Observasi

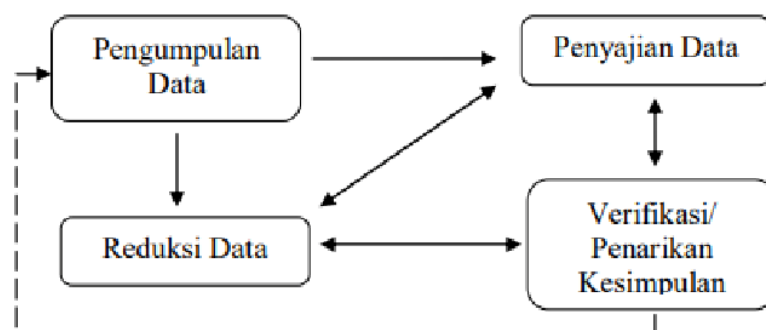
Yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui hasil pengamatan penelitian dalam melakukan pengamatan secara langsung dilapangan untuk mendapatkan data yang erat hubungannya dengan penelitian ini.

3. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menghimpun data yang berbentuk dokumen yang berisikan data penting, baik itu berbentuk teoritis ataupun data konkrit yang terdapat dilapangan dapat digunakan dan sangat diperlukan guna memperkuat hasil penelitian yang dilakukan.

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis data yang disampaikan oleh (Miles & Huberman, 1992). Data tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3.2 Model Teknik Analisis Data Miles dan Huberman

Sumber : Morisan (2008), *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Pengelola Radio dan Televisi*

1. Reduksi Data

Adalah sebagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat focus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan peneliti dapat dilakukan.

2. Sajian Data

Merupakan rangkaian informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan sajian data dapat diketahui apa yang terjadi dan memungkinkan untuk menganalisa dan mengambil tindakan lain.

3. Penarikan Kesimpulan

Dari sajian data yang tersusun selanjutnya penulis dapat menarik suatu kesimpulan akhir. Ketiga komponen diatas akan berinteraksi dengan proses pengumpulan data sebagai proses siklus. Dalam penelitian ini, penulis tetap berada dalam lingkungan interaksi tersebut sampai pengumpulan data bergerak ke reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

3.8. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian akan dilakukan di Radio Pesona FM Serdang Bedagai di Desa Sei Buluh Kecamatan Serdang Bedagai. Tahap demi tahap akan dilaporkan dalam skripsi nantinya. Segala bentuk perubahan dan perbaikan dilakukan di Medan. Waktu penelitian dilakukan secara seksama dan bertahap, mulai dari bulan April 2024 sampai dengan Agustus 2024.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Dari wawancara yang dilakukan pada hari Sabtu tanggal 27 Juli 2024, di Radio Pesona FM Serdang Bedagai, didapati data sebagai berikut:

Informan 1

Bapak Hendra Gunawan yang menjabat sebagai Manager Radio Pesona FM Serdang Bedagai

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Menurut Bapak, apa itu strategi digitalisasi?	Sebuah konsep yang mengatur bagaimana usaha atau bisnis di bidang kelembagaan radio lebih mengena di kalangan kawula muda. Karena kalau soal digitalisasi ini kan kawula muda yang lebih banyak memahami ini. Segmentasi pasarnya di usia 40 tahun ke bawah.
2.	Apakah radio Pesona FM Serdang Bedagai sudah menerapkan strategi digitalisasi?	Iya. Jadi kami sudah menerapkan melalui siaran streaming. Kami sampaikan segala materi-materi acara

		melalui streaming. Jadi pendengar bisa mendengar melalui streaming dan juga bisa mendengarkan melalui manual, seperti siaran radio-radio konvensional lainnya.
3.	<p> Apa saja kesulitan atau kendala yang Bapak temukan dalam menjalankan strategi digitalisasi? </p>	<p> Sebenarnya kesulitan ada, tapi tidak banyak. Karena SDM sebenarnya. SDM nya ada tapi kurang maksimal dalam hal digitalisasi. Tapi kedepan kami akan bermigrasi ke LPS, karena radio kami kan masih di LPK, mungkin kedepannya ada penerimaan kru-kru baru, jadi yang mengerti masalah ini akan lebih dimaksimalkan lagi. </p>
4.	<p> Apakah program-program yang dimiliki radio Pesona FM Serdang Bedagai menjadi salah satu faktor memperkuat strategi digitalisasi? </p>	<p> Iya, jelas. Kami kan selalu mengedepankan program tentang kesehatan, jadi masyarakat sekarang lebih kepengen tuh sebuah informasi yang bisa mereka pakai buat kegiatan sehari-hari, dan kesehatan itu masalah yang utama sebenarnya. </p>

5.	Apa-apa sajakah program tersebut?	Talkshow, kesehatan, ada juga off air, kalau off air kami turun ke lapangan, jumpa sama pendengar. Dan untuk mata acara seperti biasa, ada khusus hiburan, masalah kesehatan, ada pertanian dan kecantikan.
6.	Bagaimana strategi digitalisasi yang Bapak lakukan untuk radio Pesona FM Serdang Bedagai?	Kami punya strategi tidak seperti radio-radio besar lainnya. Kami mempunyai konsep yang kami daur ulang, yang sudah ada bersama kawan-kawan.
7.	Menurut Bapak strategi yang Bapak lakukan sudah sesuai dengan harapan atau target?	Kalau kami konsepnya kan market, market kami ada. Sepertinya sampai sih. Karena kami jualan juga, kalau target market gak terpenuhi berarti kan tidak sampai. Tapi sejauh ini Alhamdulillah sampai sih.
8.	Bagaimana manajemen penyiaran yang bapak terapkan untuk radio Pesona FM Serdang Bedagai?	Ya itu semua dimulai dari kegiatan yang kami lakukan setiap sebulan sekali. Semuanya memang kita itu sistemnya kita sepakati dulu. Mulai dari programnya, promosinya, dan yang paling penting itu tadi, kita fokus pada

		<p>penjualan produk kita. Jadi gimana caranya biar produk kita itu bisa dijangkau sama pendengar. Karena itu tadi, selain saya ada juga pihak manajemen yang membantu kerja kita di radio. Paling ya saya hanya memberi arahan ke setiap divisi yang ada di radio Pesona FM ini.</p>
9.	<p>Bagaimana tahapan perencanaan yang dilakukan?</p>	<p>Setiap bulan kami mengadakan diskusi, bincang-bincang rapat, bersama kru lah. Konsep-konsep apa yang harus kita lakukan. Jadi kami lebih banyak ke adlib nya. Jadi kami setiap bulannya itu ada pertemuan untuk membicarakan bagaimana konsep selanjutnya. Jadi tiap bulannya kami itu ada rapat penjualan, jadi kalau ada kenaikan atau penurunan kami bicarakan sama-sama.</p>
10.	<p>Bagaimana cara Bapak mengorganisir setiap divisi atau tim yang terlibat?</p>	<p>Setiap bulan kita selalu harus adakan rapat, jadi setiap divisi itu kami tanya dimana ada kendala, jadi pendekatan secara humanis aja, secara kawan-</p>

		<p>kawan aja. Karena tentunya mereka juga punya ide-ide sendiri kan untuk menjual apa yang kami punya, gitu.</p>
11.	<p>Apa-apa saja pengarahan dan pemberian pengaruh yang Bapak lakukan kepada tim?</p>	<p>Secara strategi marketnya, bagaimana konsumen kita, atau masyarakat luas yang mendengar radio kita tidak jemu dengan apa yang kita sampaikan. Jadi mereka itu menyampaikannya dengan keahlian mereka sendiri, jadi bagaimana kepribadian mereka, cara menyampaikannya kami serahkan kepada mereka. Cuma kami arahkan oh ini seperti ini, ini seperti ini. Karena masyarakat itu yang kita kategorikan itu ada dua, satu aktif dan satu pasif. Jadi sebenarnya yang lebih kita tuju itu targetnya itu yang pasif, bukan yang aktif. Jadi mereka punya strategi sendiri, kita cuma menambahkan saja, bahwasanya setiap mereka bersiaran mereka harus melakukan adlib dan kemudian ada singgungan-singgungan</p>

		atau sentuhan untuk produk kita ketika ada interaksi dengan pendengar.
12.	Dari semua tahapan yang telah dilakukan, bagaimana cara Bapak melakukan pengawasan?	Kalau kita kan sudah ada manajemennya, jadi ketika program sudah kita rencanakan dan setiap bulan kita selalu ada evaluasi. Jadi ketika ada program yang tidak jalan, nah disitulah kita ada pendekatan atau pemberitahuan atau pengarahan secara lebih intensif. Jadi pengawasan dari saya sendiri juga ada, dari manajemen juga ada. Karena manajemen kita juga akan melaporkan ketika salah satu kru kita kurang agresif atau kurang menjalankan program yang sudah disepakati bersama. Karena setiap program itu memang melalui kesepakatan. Dan saya selaku pimpinan juga memberi arahan tinggal menambahkan saja. Jadi ada kesepakatan bersama ketika rapat, ketika setiap bulan kita ada pertemuan.
13.	Dalam melakukan strategi	Itu tadi. Target market. Karena kami

	<p>digitalisasi, apa saja output dari digitalisasi yang ingin Bapak capai? Selain melalui sosial media dan radio streaming?</p>	<p>tidak lepas dari bisnis. Jadi lembaga siaran itu tidak lepas dari bisnis. Jadi ketika strategi itu sudah mumpuni, dan target juga tercapai tentunya kami bersyukur sekali. Jadi ketika mereka mengerjakan apa yang kita sampaikan, strategi-strategi yang kita buat, jadi outputnya ya kembali ke konsumennya. Tapi target market yang utama yaitu setiap bulan ada peningkatan. Karena kita ada beberapa produk yang kita jual untuk kebutuhan radio dan dapat menghidupi kru dan penyiarnya.</p>
14.	<p>Dalam melakukan strategi digitalisasi, apakah Bapak melibatkan pihak eksternal untuk mencapai tujuan radio Pesona FM Serdang Bedagai?</p>	<p>Kalau eksternal itu tentunya kami juga berkonsultasi dengan ahli-ahli IT untuk konsep live streaming. Karena live streaming itu memang harus punya keahlian tersendiri kan. Sementara kami terkendala masalah SDM. Jadi kami sering berkonsultasi juga dengan mahasiswa yang berkunjung ke sini, ada juga profesional muda yang bisa</p>

		<p>memberikan masukan-masukan yang bisa kita pakai untuk strategi digitalisasi.</p>
15.	<p>Bagaimana cara radio Pesona FM dapat bertahan di era digitalisasi sekarang ini?</p>	<p>Kami bergerak di dua siaran, jadi secara digital kami tetap siaran sekaligus secara manual. Kami tidak gentar sih, memang persaingan sangat ketat di dalam dunia bisnis radio ini. Tentunya kami tetap berjalan sesuai dengan seperti apa adanya kami. Dan Alhamdulillah masyarakat sekarang ini lebih memilih keadaan-keadaan yang tidak ribet. Jadi para pendengar itu mengerti dan memahami apa yang kami sampaikan untuk kehidupan mereka dari program-program yang kami hadirkan, seperti kesehatan, pertanian, ada juga kecantikan yang tentunya hal-hal ini kami lihat dari kebutuhan masyarakat.</p>

Informan 2

Yohanes sebagai Penyiar di Radio Pesona FM Serdang Bedagai

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Menurut Bapak, apa itu strategi digitalisasi?	Menurut saya, strategi yang dikonsepsedemikian rupa yang tujuannya itu untuk ke digital, gitu. Misalnya kaya kita siaran itu kadang kita siarkan secara live. Ada kita share ke sosmed juga. Terus siaran itu kita iklankan dari kayak misalnya facebook, sekarang lagi ada ig. Tujuannya biar siaran kita lebih luas jangkauannya, jadi otomatis yang dengar juga banyak.
2.	Apakah radio Pesona FM Serdang Bedagai sudah menerapkan strategi digitalisasi?	Kalau ditanya sudah, ya kita sudah menerapkan itu. Tapi memang kita gak terlalu fokus untuk ke situ. Karena pasar kami di sini memang kebanyakan dari kalangan orang tua. Tau sendirilah kan namanya juga di daerah. Jadi sedikit sulit untuk menjangkau ranah anak muda memang. Tapi digitalisasi udah kami lakukan memang. Walaupun

		<p>gak sering kayak radio-radio di Medan sana. Karena balik lagi, kita sadar pasar kita di sini itu bukan dari kalangan anak muda. Paling ya pas kami live streaming itu kami siarkan juga di facebook kami biar nanti manatau kalo ada anak muda yang dengar kan bisa lebih enak gak mesti dia harus punya radio. Karena bisa langsung di dengar dari facebook.</p>
3.	<p>Apa saja kesulitan atau kendala yang Bapak temukan dalam menjalankan strategi digitalisasi?</p>	<p>Kalau kendalanya dari kami itu memang di sini kita masih lemah di kebutuhan digital itu tadi. Lagipula kita gak selalu melakukan live streaming. Bisa dibilang sekali-sekali lah baru kita buat. Syukurnya biarpun sekali-sekali kita buat, tapi kadang ada juga anak muda yang mau gabung di live streaming kami di facebook tadi.</p>
4.	<p>Apakah program-program yang dimiliki radio Pesona FM Serdang Bedagai menjadi salah</p>	<p>Secara digitalisasinya mungkin iya. Biarpun secara program siaran yang kita punya itu ya yang standar, kayak</p>

	<p>satu faktor memperkuat strategi digitalisasi?</p>	<p>program hiburan kita ada namanya Pesona Dangdut. Dangdut itu kan anak-anak muda jarang ada yang suka, jadi penikmatnya itu memang dari orang-orang tua. Tapi balik lagi, ada juga pendengar kami yang anak muda, tapi dia lebih ke program yang kecantikan, nanti disitulah kami kasih tips-tips kecantikan, tips merawat wajah dan apa-apa saja ramuan atau bahan yang bisa bikin cantik tapi tetap sehat. Jadi memang kami kenalkan ke kesehatan dia biar pendengar itu paham dengan kesehatan mereka.</p>
5.	<p>Apa-apa sajakah program tersebut?</p>	<p>Kita ada program hiburan, kesehatan, kecantikan, sama pertanian. Kalau hiburannya itu namanya Pesona Dangdut sama Pesona Pop. Itulah lagu dangdut yang diputar. Sama itu pesona pop dia mutar lagu-lagu pop yang kalo bahasa sekarangnya yang lagi viral.</p>
6.	<p>Bagaimana strategi digitalisasi</p>	<p>Kalo strategi yang seperti dibidang pak</p>

	<p>yang Bapak lakukan untuk radio Pesona FM Serdang Bedagai?</p>	<p>Hendra tadi. Kita memang tiap bulan itu ada rapat, ngumpul lah. Jadi di situ kita bahas lah apa-apa aja yang mau kita buat. Kalo digitalisasinya kita memang melakukan live streaming, disiarkan di facebook, promo siaran, yang nantinya pendengar itu tau kalo kita itu ada siaran live nya gitu. Kalo kayak kami penyiar ini, kami cuma menyampaikan aja kan, di setiap program itu dengan ciri khas kami masing-masing. Karena kalo untuk yang promosikan itu orangnya udah ada sendiri. Jadi udah ada tugasnya masing-masing.</p>
7.	<p>Menurut Bapak strategi yang Bapak lakukan sudah sesuai dengan harapan atau target?</p>	<p>Kalau target sudah sesuai atau belum, itu kembali ke yang dikatakan Pak Hendra tadi. Karena kita lebih fokus ke target jualannya. Karena pemasukan kami memang paling besar itu dari jualan. Kalo iklan kami itu malah gak terlalu. Ada sih, tapi gak banyak.</p>

		Memang sekarang ini lebih fokus ke jualan produk. Kalau digitalisasinya aku rasa kami berjalan aja untuk itunya.
8.	Bagaimana manajemen penyiaran yang bapak terapkan untuk radio Pesona FM Serdang Bedagai?	Ha kalo ini aku sama dengan Pak Hendra. Karena dia memang kan yang ngatur semua itu. Ya memang kita di situ diskusi, tapi dia yang lebih mengarahkan ini gimana itu gimana, gitu sih.
9.	Bagaimana tahapan perencanaan yang dilakukan?	Setiap bulan kami mengadakan diskusi, bincang-bincang rapat, bersama kru lah. Konsep-konsep apa yang harus kita lakukan. Jadi kami lebih banyak ke adlib nya. Jadi kami setiap bulannya itu ada pertemuan untuk membicarakan bagaimana konsep selanjutnya. Jadi tiap bulannya kami itu ada rapat penjualan, jadi kalau ada kenaikan atau penurunan kami bicarakan sama-sama.
10.	Bagaimana cara Bapak mengorganisir setiap divisi atau	Setiap bulan kita selalu harus adakan rapat, jadi setiap divisi itu kami tanya dimana ada kendala, jadi pendekatan

	tim yang terlibat?	secara humanis aja, secara kawan-kawan aja. Karena tentunya mereka juga punya ide-ide sendiri kan untuk menjual apa yang kami punya, gitu.
11.	Apa-apa saja pengarahan dan pemberian pengaruh yang Bapak lakukan kepada tim?	Secara strategi marketnya, bagaimana konsumen kita, atau masyarakat luas yang mendengar radio kita tidak jemu dengan apa yang kita sampaikan. Jadi mereka itu menyampaikannya dengan keahlian mereka sendiri, jadi bagaimana kepribadian mereka, cara menyampaikannya kami serahkan kepada mereka. Cuma kami arahkan oh ini seperti ini, ini seperti ini. Karena masyarakat itu yang kita kategorikan itu ada dua, satu aktif dan satu pasif. Jadi sebenarnya yang lebih kita tuju itu targetnya itu yang pasif, bukan yang aktif. Jadi mereka punya strategi sendiri, kita cuma menambahkan saja, bahwasanya setiap mereka bersiaran mereka harus melakukan adlib dan

		<p>kemudian ada singgungan-singgungan atau sentuhan untuk produk kita ketika ada interaksi dengan pendengar.</p>
12.	<p>Dari semua tahapan yang telah dilakukan, bagaimana cara Bapak melakukan pengawasan?</p>	<p>Kalau kita kan sudah ada manajemennya, jadi ketika program sudah kita rencanakan dan setiap bulan kita selalu ada evaluasi. Jadi ketika ada program yang tidak jalan, nah disitulah kita ada pendekatan atau pemberitahuan atau pengarahan secara lebih intensif. Jadi pengawasan dari saya sendiri juga ada, dari manajemen juga ada. Karena manajemen kita juga akan melaporkan ketika salah satu kru kita kurang agresif atau kurang menjalankan program yang sudah disepakati bersama. Karena setiap program itu memang melalui kesepakatan. Dan saya selaku pimpinan juga memberi arahan tinggal menambahkan saja. Jadi ada kesepakatan bersama ketika rapat, ketika setiap bulan kita ada pertemuan.</p>

13.	<p>Dalam melakukan strategi digitalisasi, apa saja output dari digitalisasi yang ingin Bapak capai? Selain melalui sosial media dan radio streaming?</p>	<p>Itu tadi. Target market. Karena kami tidak lepas dari bisnis. Jadi lembaga siaran itu tidak lepas dari bisnis. Jadi ketika strategi itu sudah mumpuni, dan target juga tercapai tentunya kami bersyukur sekali. Jadi ketika mereka mengerjakan apa yang kita sampaikan, strategi-strategi yang kita buat, jadi outputnya ya kembali ke konsumennya. Tapi target market yang utama yaitu setiap bulan ada peningkatan. Karena kita ada beberapa produk yang kita jual untuk kebutuhan radio dan dapat menghidupi kru dan penyiarnya.</p>
14.	<p>Dalam melakukan strategi digitalisasi, apakah Bapak melibatkan pihak eksternal untuk mencapai tujuan radio Pesona FM Serdang Bedagai?</p>	<p>Kalau eksternal itu tentunya kami juga berkonsultasi dengan ahli-ahli IT untuk konsep live streaming. Karena live streaming itu memang harus punya keahlian tersendiri kan. Sementara kami terkendala masalah SDM. Jadi kami sering berkonsultasi juga dengan mahasiswa yang berkunjung ke sini,</p>

		<p>ada juga profesional muda yang bisa memberikan masukan-masukan yang bisa kita pakai untuk strategi digitalisasi.</p>
15.	<p>Bagaimana cara radio Pesona FM dapat bertahan di era digitalisasi sekarang ini?</p>	<p>Kami bergerak di dua siaran, jadi secara digital kami tetap siaran sekaligus secara manual. Kami tidak gentar sih, memang persaingan sangat ketat di dalam dunia bisnis radio ini. Tentunya kami tetap berjalan sesuai dengan seperti apa adanya kami. Dan Alhamdulillah masyarakat sekarang ini lebih memilih keadaan-keadaan yang tidak ribet. Jadi para pendengar itu mengerti dan memahami apa yang kami sampaikan untuk kehidupan mereka dari program-program yang kami hadirkan, seperti kesehatan, pertanian, ada juga kecantikan yang tentunya hal-hal ini kami lihat dari kebutuhan masyarakat.</p>

4.2. Pembahasan

Radio Pesona FM Serdang Bedagai adalah sebuah radio yang terletak di Sei Buluh, Kecamatan Teluk Mengkudu, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Meskipun terletak di daerah, namun Radio ini masih terus mengudara dan menghibur para pendengar setianya. Berbagai cara dilakukan untuk tetap bisa bertahan di era modern sekarang ini. Salah satu yang paling jelas ialah strategi digitalisasi yang telah mereka jalankan di setiap program atau siaran yang mereka miliki.

Strategi digitalisasi Radio Pesona FM Serdang Bedagai secara teknis sudah dilakukan. Meskipun dalam prakteknya, manajer radio mengungkapkan pandangan serta pengamatannya dalam memutuskan strategi apa-apa saja yang diterapkan dalam mengembangkan dan mengelola Radio Pesona FM Serdang Bedagai.

”Iya. Jadi kami sudah menerapkan melalui siaran streaming. Kami sampaikan segala materi-materi acara melalui streaming. Jadi pendengar bisa mendengar melalui streaming dan juga bisa mendengarkan melalui manual, seperti siaran radio-radio konvensional lainnya.” (Hendra Gunawan, Wawancara Pribadi, 27 Juli 2024).

Segala materi atau program siaran yang dimiliki Radio Pesona FM Serdang Bedagai telah disampaikan secara streaming. Namun mereka juga menyiarkannya melalui radio secara konvensional. Hal itu dilakukan melalui sosial media facebook. Hal ini disampaikan oleh penyiar Radio Pesona FM yang juga dilakukan wawancara di waktu dan tempat yang sama.

“Kalau ditanya sudah, ya kita sudah menerapkan itu. Tapi memang kita gak terlalu fokus untuk ke situ. Karena pasar kami di sini memang kebanyakan dari kalangan orang tua. Tau sendirilah kan namanya juga di daerah. Jadi sedikit sulit untuk menjangkau ranah anak muda memang. Tapi digitalisasi udah kami

lakukan memang. Walaupun gak sering kayak radio-radio di Medan sana. Karena balik lagi, kita sadar pasar kita di sini itu bukan dari kalangan anak muda. Paling ya pas kami live streaming itu kami siarkan juga di facebook kami biar nanti manatau kalo ada anak muda yang dengar kan bisa lebih enak gak mesti dia harus punya radio. Karena bisa langsung di dengar dari facebook.” (Yohanes, Wawancara Pribadi, 27 Juli 2024).

Hal lain yang menjadi salah satu strategi digitalisasi Radio Pesona FM adalah program-program yang dekat dan dibutuhkan untuk kehidupan masyarakat di Serdang Bedagai. Mereka menyesuaikan hal itu dengan melakukan pengamatan dan analisa mengenai program apa yang cocok untuk dihadirkan di tengah-tengah pendengarnya.

“Iya, jelas. Kami kan selalu mengedepankan program tentang kesehatan, jadi masyarakat sekarang lebih kepengen tuh sebuah informasi yang bisa mereka pakai buat kegiatan sehari-hari, dan kesehatan itu masalah yang utama sebenarnya.” (Hendra Gunawan, Wawancara Pribadi, 27 Juli 2024).

Program-program tersebut antara lain; program hiburan, kesehatan, pertanian dan kecantikan.

“Talkshow, kesehatan, ada juga off air, kalau off air kami turun ke lapangan, jumpa sama pendengar. Dan untuk mata acara seperti biasa, ada khusus hiburan, masalah kesehatan, ada pertanian dan kecantikan.” (Hendra Gunawan, Wawancara Pribadi, 27 Juli 2024).

Walaupun mereka menyadari dengan segmen pasar yang mereka miliki, yang notabenehnya adalah kalangan orang tua, tetapi program yang mereka punya diharap mampu untuk menyentuh pendengar anak muda. Karena seluruh program siaran yang mereka miliki disiarkan melalui sosial media, yaitu facebook. Serta berbagai promosi dan juga iklan guna menunjang jangkauan siaran mereka lebih luas lagi.

“Secara digitalisasinya mungkin iya. Walaupun secara program siaran yang kita punya itu ya yang standar, kayak program hiburan kita ada namanya Pesona

Dangdut. Dangdut itu kan anak-anak muda jarang ada yang suka, jadi penikmatnya itu memang dari orang-orang tua. Tapi balik lagi, ada juga pendengar kami yang anak muda, tapi dia lebih ke program yang kecantikan, nanti disitulah kami kasih tips-tips kecantikan, tips merawat wajah dan apa-apa saja ramuan atau bahan yang bisa bikin cantik tapi tetap sehat. Jadi memang kami kenakan ke kesehatan dia biar pendengar itu paham dengan kesehatan mereka.” (Yohanes, Wawancara Pribadi, 27 Juli 2024).

Kendati demikian, mereka tidak gentar dalam mengembangkan Radio Pesona FM Serdang Bedagai. Persaingan yang sangat ketat, ditambah dengan era digital yang semakin cepat, mengharuskan mereka untuk terus berinovasi demi bisa menghidupi seluruh kru atau pekerja yang terlibat di tiap divisi untuk menjalankan program atau siaran yang mereka miliki.

“Kami punya strategi tidak seperti radio-radio besar lainnya. Kami mempunyai konsep yang kami daur ulang, yang sudah ada bersama kawan-kawan. Kalau kami konsepnya kan market, market kami ada. Sepertinya sampai sih. Karena kami jualan juga, kalau target market gak terpenuhi berarti kan tidak sampai. Tapi sejauh ini Alhamdulillah sampai sih.” (Hendra Gunawan, Wawancara Pribadi, 27 Juli 2024).

Berbagai tahapan manajemen yang dilakukan pengelola atau khususnya manajer menjadi kunci dalam berkembangnya Radio Pesona FM Serdang Bedagai. Berbagai tahapan yang dilakukan mempunyai fungsi dan tujuan tersendiri, mengingat Radio Pesona FM Serdang Bedagai terletak di daerah. Analisa yang dilakukan tentunya sesuai untuk diterapkan di tengah masyarakat yang berdomisili di Serdang Bedagai dan sekitarnya.

“Ya itu semua dimulai dari kegiatan yang kami lakukan setiap sebulan sekali. Semuanya memang kita itu sistemnya kita sepakati dulu. Mulai dari programnya, promosinya, dan yang paling penting itu tadi, kita fokus pada penjualan produk kita. Jadi gimana caranya biar produk kita itu bisa dijangkau sama pendengar. Karena itu tadi, selain saya ada juga pihak manajemen yang membantu kerja kita di radio. Paling ya saya hanya memberi arahan ke setiap divisi yang ada di radio Pesona FM ini.” (Hendra Gunawan, Wawancara Pribadi, 27 Juli 2024).

Tahapan pengorganisasian di tiap divisi juga terbilang tidak terlalu formal dan terkesan santai. Pasalnya, sang manajer selalu melakukan pendekatan dan memberi ruang bagi tiap divisi untuk tetap memberi pandangannya terhadap konsep atau program kedepan yang akan dilakukan. Meskipun di setiap bulan mereka mempunyai fokus untuk terus dijaga dan dicapai.

“Setiap bulan kita selalu harus adakan rapat, jadi setiap divisi itu kami tanya dimana ada kendala, jadi pendekatan secara humanis aja, secara kawan-kawan aja. Karena tentunya mereka juga punya ide-ide sendiri kan untuk menjual apa yang kami punya, gitu.” (Hendra Gunawan, Wawancara Pribadi, 27 Juli 2024).

Cara memberikan pengaruh atau melakukan pengarahan juga tergolong tidak biasa. Karena manajer yakin kepada tiap orang di divisi yang terlibat dalam membangun Radio Pesona FM Serdang Bedagai. Sehingga setiap orang yang terlibat dalam produksi diberi kesempatan untuk menyampaikan program siaran dengan cara mereka sendiri, sehingga lebih leluasa. Tentunya manajer juga selalu memberikan atau menambahkan ketika ada yang dirasa kurang tepat dalam hal penyampaian. Hal yang terpenting ialah selalu fokus pada target penjualan.

“Secara strategi marketnya, bagaimana konsumen kita, atau masyarakat luas yang mendengar radio kita tidak jemu dengan apa yang kita sampaikan. Jadi mereka itu menyampaikannya dengan keahlian mereka sendiri, jadi bagaimana kepribadian mereka, cara menyampaikannya kami serahkan kepada mereka. Cuma kami arahkan oh ini seperti ini, ini seperti ini. Karena masyarakat itu yang kita kategorikan itu ada dua, satu aktif dan satu pasif. Jadi sebenarnya yang lebih kita tuju itu targetnya itu yang pasif, bukan yang aktif. Jadi mereka punya strategi sendiri, kita cuma menambahkan saja, bahwasanya setiap mereka bersiaran mereka harus melakukan adlib dan kemudian ada singgungan-singgungan atau sentuhan untuk produk kita ketika ada interaksi dengan pendengar.” (Hendra Gunawan, Wawancara Pribadi, 27 Juli 2024).

Pengawasan dilakukan oleh pihak manajemen dan manajer Radio Pesona FM Serdang Bedagai. Cara yang dilakukan juga melalui kesepakatan yang telah

disepakati sebelumnya dalam rapat yang mereka lakukan sebulan sekali. Mereka menekankan pada program yang telah berjalan dan melakukan evaluasi untuk program tersebut. Pihak manajemen dan juga manajer radio saling bersinergi untuk membangun Radio Pesona FM Serdang Bedagai bersama-sama untuk jadi lebih baik lagi kedepannya.

“Kalau kita kan sudah ada manajemennya, jadi ketika program sudah kita rencanakan dan setiap bulan kita selalu ada evaluasi. Jadi ketika ada program yang tidak jalan, nah disitulah kita ada pendekatan atau pemberitahuan atau pengarahan secara lebih intensif. Jadi pengawasan dari saya sendiri juga ada, dari manajemen juga ada. Karena manajemen kita juga akan melaporkan ketika salah satu kru kita kurang agresif atau kurang menjalankan program yang sudah disepakati bersama. Karena setiap program itu memang melalui kesepakatan. Dan saya selaku pimpinan juga memberi arahan tinggal menambahkan saja. Jadi ada kesepakatan bersama ketika rapat, ketika setiap bulan kita ada pertemuan.”

Dalam mempertahankan keberadaan Radio Pesona FM Serdang Bedagai, mereka melakukan dua jenis siaran, yaitu digital dan konvensional. Dalam program siaran yang mereka tawarkan, di dalamnya berisikan hal-hal yang dekat dengan kehidupan dan menjadi kebutuhan bagi masyarakat di sekitar Serdang Bedagai. Mereka menyadari bahwa masyarakat sekarang ini lebih menyukai hal-hal yang sifatnya praktis dan tidak ribet.

“Kami bergerak di dua siaran, jadi secara digital kami tetap siaran sekaligus secara manual. Kami tidak gentar sih, memang persaingan sangat ketat di dalam dunia bisnis radio ini. Tentunya kami tetap berjalan sesuai dengan seperti apa adanya kami. Dan Alhamdulillah masyarakat sekarang ini lebih memilih keadaan-keadaan yang tidak ribet. Jadi para pendengar itu mengerti dan memahami apa yang kami sampaikan untuk kehidupan mereka dari program-program yang kami hadirkan, seperti kesehatan, pertanian, ada juga kecantikan yang tentunya hal-hal ini kami lihat dari kebutuhan masyarakat.” (Hendra Gunawan, Wawancara Pribadi, 27 Juli 2024).

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Secara teknis, Radio Pesona FM Serdang Bedagai telah melakukan strategi digitalisasi yang mereka jalankan dengan live streaming dan juga melalui media sosial facebook. Pada pengaplikasiannya, program-program yang mereka miliki mereka promosikan melalui media sosial dengan tujuan agar lebih dapat menjangkau pendengar mereka yang lebih muda.

Mereka menyadari segmen pasar radio mereka adalah segmen orang tua yang bertahan pada cara lama atau konvensional. Meskipun begitu, mereka tidak takut akan persaingan yang semakin keras di dunia radio di era digital sekarang ini. Program-program yang mereka tawarkan menjadi salah satu penguat strategi digitalisasi mereka. Salah satunya adalah program kecantikan yang mereka tujukan kepada kalangan anak muda untuk lebih mengetahui informasi di bidang kecantikan. Program lainnya yaitu kesehatan. Seperti yang kita ketahui, kesehatan adalah salah satu hal penting yang ada di kehidupan manusia. Dengan program-program yang mereka berikan kepada pendengar, ditambah dengan analisa dan pandangan dari manajer dan pihak manajemen, Radio Pesona FM Serdang Bedagai tetap bertahan dan terus berkembang di dunia digital yang sarat akan persaingan.

5.2. Saran

Kehadiran radio di era digital sekarang ini bisa dibilang mulai tergerus oleh zaman. Mau tidak mau, pihak-pihak atau individu yang masih tetap menggeluti bidang ini harus mengikuti arus zaman yang sangat sulit untuk dilawan. Kemampuan pengelolaan radio secara digital seyogyanya mesti dimiliki oleh setiap insan yang berkecimpung di dunia radio.


Evaluasi dan inovasi harus terus dilakukan agar kedepan radio di era digital sekarang masih tetap ada dan eksis menghibur orang-orang yang masih ingin mendengarkan siaran radio. Segala analisa dan riset harus dilakukan agar perubahan sistem dan arah pasar masih bisa diikuti. Perbedaan iklim zaman yang keras mengharuskan pihak yang masih setia di dunia radio harus lebih keras menghadapinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, R. (2016). DIGITALISASI, ERA TANTANGAN MEDIA (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). *Islamic Communication Journal*, 1(1), 43–54. <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1245>
- Diana, M., & Sey, S. (2017). Strategi Manajemen Program Siaran Radio Dalam Menarik Minat Pendengar Studi Di Radio Komunitas Dwijendra. *Universitas Dwijendra*, 19–29.
- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2017). *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi* (Second). Prenada Media.
- Gazali, E. (2002). *Penyiaran Alternatif Tapi Mutlak: Sebuah Acuan Tentang Penyiaran Publik & Komunitas*. Penerbit Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UI.
- Habibi, M., & Nurhidayat, A. (2023). Strategi Program Siaran ” Get in the Moz ” 90,8 Fm Oz Radio Jakarta Pasca Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(3), 416–426. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.45>
- Junaedi, F. (2013). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Prenadamedia Group.
- Kustiawan, W., Dinar, Y. P., Salsabila, K., & Apsyara, T. (2024). *Strategi Penyiaran Radio Komersial di Era Digitalisasi*. 1(3).
- Lubis, F. H., Lubis, Y. A., Hardiyanto, S., Hidayat, F. P., & Zulfahmi. (2023). *The Program FISIP UMSU Bicara on UMSU M Radio to Growing Up Interest in Hearing UMSU FISIP Students*. 3(1), 10–12. <https://doi.org/10.2991/978-2-494069-07-7>
- Maharani, D. (2021). Strategi Rri (Radio Republik Indonesia) Palembang Mempertahankan Minat Pendengar Di Era Digitalisasi Penyiaran. *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.46774/pptk.v4i1.334>
- Malinda, F., Studi, P., Administrasi, I., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2022). *Jurnal Administrasi Publik dan Kebijakan (JAPK) Volume 2 , Nomor 2 , Desember 2022 ISSN 2807-6729*. 2, 1–12.
- Miles, B. M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. UIP.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Pengelola Radio dan Televisi Ed. Revisi*. Kencana.
- Morrison. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Kencana.
- Mufid, M. (2010). *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Prenada Media.
- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 167–178. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/2094>
- Novrica, C., Sinaga, A. P., Muhammadiyah, U., Utara, S., Kaptan, J., & No, M. B. (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam

- Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Interaksi*, 1(1), 1–16.
- Putra, R. A. (2019). Tantangan Media Massa Dalam Menghadapi Era Disrupsi Teknologi Informasi. *Jusifo*, 5(1), 1–6.
<https://doi.org/10.19109/jusifo.v5i1.5003>
- Rahayu, T. Y. & Dewi Katili, K. R. (2019). Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Makna (Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya)*. <https://doi.org/10.33558>
- Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi Edisi Revisi* (Ed. Revisi). Raja Grafindo Persada.
- Sinaga, C., Nasution, N., & Yenni, E. (2021). Management Strategy of Online Radio: Post COVID-19 Pandemic. *3rd Jogjakarta ...*, 596(Jcc), 8–10.
<https://www.atlantis-press.com/proceedings/jcc-21/125964715%0Ahttps://www.atlantis-press.com/article/125964715.pdf>
- Uchjana Effendy, O. (1990). *Radio Siaran Teori & Praktek* (Third). Bandar Maju.
- Wahyudi, J. B. (1994). *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Gramedia Pustaka Utama.

LAMPIRAN



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dalam setiap langkah selalu ada agar destination nomor dan langkahnya

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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/IBAN-PT/AK.KPI/PT/1/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 https://fkip.umcu.ac.id | fkip@umcu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Medan,20.....

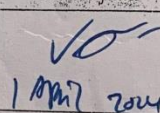
Kepada Yth. Bapak/Ibu
 Program Studi
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Radiyah Mardiah
 NPM : 2003110254
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 SKS diperoleh : 133 SKS, IP Kumulatif ... 3,54

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Digitalisasi Program siaran radio Resona Fm Serdang Bedagai	 1 April 2024
2	Analisis Program Radio Penyiaran Publik dalam Mendukasi Masyarakat Pada Radio Resona Fm Serdang Bedagai	
3	Representasi makna visual iklan Filosofi Pete Pada media Youtube tokopedia	

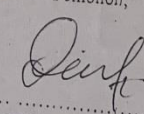
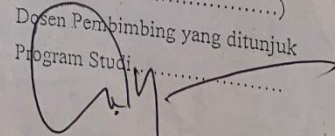
Bersama permohonan ini saya lampirkan :


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

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

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

Medan, tanggal 01 April2024
 Ketua
 Program Studi.....
 (.....)
 NIDN:

139.20.311 Pemohon,

 (.....)
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk Program Studi.....

 (Carny Nurica Sinaga, S.Sos., MA)
 NIDN:



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila manggapi surat ini agar ditunjukkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT(AK.KP/PT/XU/2022

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

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI DAN PEMBIMBING

Nomor : 601/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M Tentang Panduan Penulisan Skripsi dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **01 April 2024**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:


Nama mahasiswa	: RADIYATUL MARDIAH
N P M	: 2003110254
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi	: STRATEGI DIGITALISASI PROGRAM SIARAN RADIO PESONA FM SERDANG BEDAGAI
Pembimbing	: CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.


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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU Tahun 2021.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing skripsi sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 139.20.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul skripsi, pembimbing skripsi dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 01 April 2025.




Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 22 Ramadhan 1445 H
01 April 2024 M

Dekan,

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



Tembusan :

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



UMSU

Inggot | Cerdas | Terpercaya
 Kita merajut keadilan agar disatukan
 oleh dan langgahnya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK.KP/PT/TK/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> * fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth. Medan,20....
Bapak Dekan FISIP UMSU
 di
 Medan.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : RADIYATUL MARDIAH
 N P M : 2003110254
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor...../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/20..... tanggal

..... dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI DIGITALISASI RADIO PESONA FM SERDANG BERAGAI

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Menyetujui :

Pembimbing

(COPY NOVICA AP SINAGAS.SOS.M.A

NIDN: 013070130117403

Pemohon,

(.....)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1035/UND/11.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 21 Juni 2024
Waktu : 14.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
11	NABILA	2003110001	Asoc. Prof. Dr. LEYLA KHAIIRANI., M.Si.	ELVITA YENNI, SS., M.Hum.	KOMUNIKASI PETUGAS PUSKESMAS MELALUI PROGRAM SENAM MINGGU DALAM MENINGKATKAN KESADARAN HIDUP SEHAT MASYARAKAT DESA PULAU SEMBILAN
12	RADIYATUL WARDIAH	2003110254	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVIRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	STRATEGI DIGITALISASI PROGRAM SARAN RADIO PESONA FM SERDANG BEDAGAI
13	YUDHA PRASETYA	2003110199	FAIZAL HAMZAH JUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI CSR PT. UNITED TRACTORS TBK DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA SEI MENCIHRIM MELALUI PROGRAM UT CARE
14	FILZATI HUSNA	2003110162	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING COMMUNICATION DALAM MEMASARKAN PRODUK TELKOMSEL PADA AKUN INSTAGRAM @TELKOMSELSUMATERA
15	IMAM HILMI	2003110133	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PT. MEDIA ANTAR NUSA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN



SK-4

Medan, 13 Dzulhijjah 1445 H
Dek. 20 Juni 2024 M

(Dr. ARIFIN SALIH, S.Sos., MSP.)
Dek. 20 Juni 2024 M

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
Dek. 20 Juni 2024 M

OS STARS
DIN-PT



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

MSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK BAN-PT/AK-KP/PT-XI/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 https://fkip.umsu.ac.id fkip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

SK-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap: **RADIYATUL MARDIAH**
 N.P.M: **2003110254**
 Program Studi: **Ilmu Komunikasi**
 Judul Skripsi: **STRATEGI Digitalisasi Program Siaran Radio Pesona Pm SERDANG BEDAGAI**

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/ Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	1 April 2024	Acc judul skripsi	cf
2.	1 April 2024	Penetapan judul skripsi	cf
3.	27 Mei 2024	Bimbingan proposal	cf
4.	31 Mei 2024	Bimbingan proposal	cf
5.	3 Juni 2024	Bimbingan proposal	cf
6.	11 Juni 2024	Acc proposal	cf
7.	31 Juni 2024	Bimbingan bab IV-V	cf
8.	5 Agustus 2024	Bimbingan bab IV-V	cf
9.	12 Agustus 2024	Bimbingan BAB IV-V	cf
10.	19 Agustus 2024	Acc skripsi	cf

Medan,20.....

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.)
 NIDN : 0030017402

Akhjar Anshori S.Sos. M.kom
 NIDN : 0127048401

Corry Novrica Apriyana S.Sos. M.
 NIDN : 0130117403



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menasehati suni ini agar dibuktikan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

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

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

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 1270/KET/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024
Lampiran : -
Hal : **Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa**

Medan, 17 Muharram 1446 H
23 Juli 2024 M

Kepada Yth : **Manager Radio Pesona Fm Serdang Bedagai**
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami:

Nama mahasiswa : **RADIYATUL MARDIAH**
N P M : 2003110254
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akzademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI DIGITALISASI PROGRAM SIARAN RADIO PESONA FM SERDANG BEDAGAI**

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

Dekan,


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



Cc : File.

Ace Datar Wawancara
19/10/2024

DRAFT WAWANCARA PENELITIAN STRATEGI DIGITALISASI RADIO
PESONA FM SERDANG BEDAGAI

1. Menurut Bapak, apa itu strategi digitalisasi?
2. Apakah Radio Pesona FM Serdang Bedagai sudah menerapkan strategi digitalisasi?
3. Apa saja kesulitan atau kendala yang Bapak temukan dalam menjalankan strategi digitalisasi?
4. Apakah program-program yang dimiliki radio Pesona FM Serdang Bedagai menjadi salah satu faktor memperkuat strategi digitalisasi?
5. Apa-apa sajakah program tersebut?
6. Bagaimana strategi digitalisasi yang Bapak lakukan untuk radio Pesona FM Serdang Bedagai?
7. Menurut Bapak strategi yang Bapak lakukan sudah sesuai dengan harapan atau target?
8. Bagaimana manajemen penyiaran yang bapak terapkan untuk radio Pesona FM Serdang Bedagai?
9. Bagaimana tahapan perencanaan yang dilakukan?
10. Bagaimana cara Bapak mengorganisir setiap divisi atau tim yang terlibat?
11. Apa-apa saja pengarahan dan pemberian pengaruh yang Bapak lakukan kepada tim?
12. Dari semua tahapan yang telah dilakukan, bagaimana cara Bapak melakukan pengawasan?

DOKUMENTASI





BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu

Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **RADYATUL MARDIAH**

N P M : 2003110254

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Kamis, 29 Agustus 2024

W a k t u : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

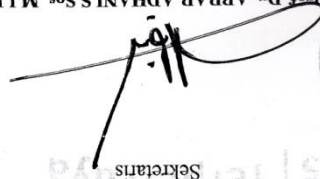
TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. RUDIANTO, M.Si

PENGUJI II : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.Kom.

PENGUJI III : CORRY NOVICA AP. SINAGA, S.Sos, MA

PANITIA PENGUJI


Sekretaris




Ketua

Dr. ARIFIN SALIH, S.Sos, MSP
NIDN : 0030017402
Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos, M.Kom
NIDN : 0111117804