

**STRATEGI VOKS RADIO 104.6 FM MEDAN DALAM
MERANCANG PROGRAM ON AIR DAN OFF AIR
UNTUK MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA
DI ERA DIGITAL**

SKRIPSI

Oleh:

DIMAS WAHYU ADJIE
2003110053

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Broadcasting**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Dimas Wahyu Adjie
NPM : 2003110053
Program Studi : Ilmu Komukasi
Pada Hari, tanggal : Kamis, 12 Maret 2026
Waktu : Pukul 09.00 Wib s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. Puji Santoso, S.S, M.SP

PENGUJI II : Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI III : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

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

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Dimas Wahyu Adjie

NPM : 2003110053

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Strategi Voks Radio 104.6 FM Merancang Program On Air dan Off Air Untuk Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital

Medan, 27 Februari 2026

Pembimbing

Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.KOM
0110077602

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

Dr. Akhvar Ansori, S.Sos, M.I.Kom
0127048401

Assoc. Prof. Dr. Azzin Saleh, S.Sos., MSP
0030017402



PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Dimas Wahyu Adjie**, NPM 2003110053 menyatakan dengan sungguh-sungguh:

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

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

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

Medan, 25 Mei 2026

Yang menyatakan



Dimas Wahyu Adjie

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beriring dengan salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad Shallahu Alaihi Wassalam karena beliau lah yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang menderang ini. Penulis telah menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Voks Radio 104.6 FM Merancang Program On Air dan Off Air Untuk Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital”**. Skripsi ini disusun dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Strata-1 (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis mengucapkan ribuan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta penulis yaitu Ayahanda Budiono dan Ibunda Susianti. Terima kasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Sehat selalu dan panjang umur karena ayah dan ibu harus selalu ada disetiap perjuangan dan pencapaian hidup penulis.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih dan rasa syukur kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Ansori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Dosen Penasehat Akademik.
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 Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom. Selaku pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga pikiran maupun dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta pegawai biro FISIP UMSU yang telah membantu penulis dalam memenuhi kelengkapan berkas penulis.
9. Kepada seseorang yang tak sengaja bertemu yaitu Indah Sari, terimakasih telah hadir dan menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak

dalam penulisan karya tulis ini, baik waktu maupun tenaga kepada penulis. Telah mendukung, menghibur dan mendengarkan keluh kesah penulis, serta memberikan semangat pantang menyerah untuk menyelesaikan studi ini.

10. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020 atas support dan semangat untuk perjuangan yang telah kita lewati bersama selama masa perkuliahan berlangsung.

11. Terakhir kepada diri saya sendiri Dimas Wahyu Adjie. Apresiasi sebesar besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai dititik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering merasa tertinggal dan sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak boleh lelah untuk terus mencoba. God thank you for making me a strong person, i know there are more great ones but i'm proud of this achievement.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bertujuan untuk penyempurnaan skripsi ini menjadi lebih baik.

Medan, Januari 2026

Dimas Wahyu Adjie
2003110053

STRATEGI VOKS RADIO 104.6 FM MEDAN DALAM MERANCANG PROGRAM ON AIR DAN OFF AIR UNTUK MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL

DIMAS WAHYU ADJIE

NPM : 2003110053

ABSTRAK

Dalam beberapa dekade terakhir, transformasi digital khususnya penyiaran digital menjadi fenomena yang semakin penting. Ditengah suburnya perkembangan media online saat ini, banyak spekulasi yang menyatakan bahwa tingkat kependengaran radio saat ini perlahan-lahan mulai turun. Voks Radio merupakan salah satu radio berjejaring yang ada di kota Medan dan juga tersebar di beberapa kota besar di Indonesia. Pemahaman tentang digitalisasi khususnya pada industri radio menjadi hal yang cukup penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan oleh Voks Radio 104.6 FM Medan dalam merancang program on air dan off air guna mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan media digital yang semakin masif. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam kepada narasumber yang terlibat langsung dalam proses manajemen program di Voks Radio Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi on air yang diterapkan berfokus pada pengemasan konten siaran yang interaktif, aktual, dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana konvergensi. Sementara itu, strategi off air diimplementasikan melalui penyelenggaraan berbagai kegiatan publik dan kerja sama komunitas untuk menjaga kedekatan emosional dengan pendengar serta menarik minat pengiklan. Dengan memadukan perencanaan, eksekusi, dan evaluasi program secara konsisten, Voks Radio mampu menciptakan daya tarik massa yang kuat sehingga tetap mampu bersaing dan mempertahankan eksistensinya sebagai radio swasta di Kota Medan pada era digital saat ini.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Program On Air, Program Off Air, Eksistensi, Era Digital.

STRATEGI VOKS RADIO 104.6 FM MEDAN DALAM MERANCANG PROGRAM ON AIR DAN OFF AIR UNTUK MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI NYA DI ERA DIGITAL

DIMAS WAHYU ADJIE

NPM : 2003110053

ABSTRACT

In recent decades, digital transformation, particularly digital broadcasting, has become an increasingly important phenomenon. Amidst the rapid development of online media today, there is much speculation that radio listenership is slowly declining. Voks Radio is one of the networked radio stations in the city of Medan and also broadcasts in several major cities in Indonesia. Understanding digitalization, particularly in the radio industry, is quite important. This study aims to determine the strategies implemented by Voks Radio 104.6 FM Medan in designing its on-air and off-air programs to maintain its existence amid increasingly fierce competition from digital media. This is a qualitative study using descriptive methods. Data collection techniques were carried out through observation, documentation, and in-depth interviews with sources directly involved in the program management process at Voks Radio Medan. The results of the study show that the on-air strategy implemented focuses on packaging interactive and current broadcast content and utilizing social media as a means of convergence. Meanwhile, off-air strategies are implemented through various public activities and community collaborations to maintain emotional closeness with listeners and attract advertisers. By consistently integrating program planning, execution, and evaluation, Voks Radio is able to create appeal.

Keywords: Communication Strategy, On-Air Programs, Off-Air Programs, Existence, Digital Era.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II URAIAN TEORITIS	5
2.1 Strategi Komunikasi	5
2.2 Tahapan-Tahapan Strategi.....	6
2.3 Strategi Komunikasi	6
2.4 Tujuan Strategi Komunikasi.....	7
2.5 Fungsi Strategi Komunikasi	7
2.6 Komunikasi	8
2.7 Jenis Komunikasi.....	8
2.8 Komunikasi Massa	9
2.9 Media Massa.....	11
2.10 Media Penyiaran Radio	12
2.11 Sejarah Radio.....	12
2.12 Radio	14
2.13 Eksistensi.....	16
2.14 Digitalisasi.....	17
2.15 Program On Air dan Off Air	17
2.16 Penelitian Terdahulu.....	19

BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Kerangka Konsep	21
3.3 Defenisi Konsep	22
3.4 Kategori Penelitian	23
3.5 Narasumber.....	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data	24
3.7 Teknik Analisis Data	26
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Gambaran Umum Voks Radio 104.6 FM Medan	28
4.1.2 Visi dan Misi Voks Radio 104.6 FM Medan	29
4.1.3 Struktur Organisasi Voks Radio 104.6 FM Medan.....	29
4.2 Hasil Penelitian.....	30
4.3 Pembahasan	55
BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Simpulan.....	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian	23
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep.....	22
---------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era kontemporer yang serba akseleratif ini, perkembangan teknologi melaju dengan eskalasi yang nyaris tak terbendung, melahirkan beragam perangkat canggih yang kian sofistikatif. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat terjerembab dalam ketergantungan terhadap arus informasi yang bersifat instan, aktual, dan kredibel. Kebutuhan akan informasi yang presisi dan dapat diverifikasi ini berkelindan erat dengan eksistensi media massa, baik dalam bentuk konvensional maupun digital. Di antara berbagai medium tersebut, radio tetap menempati posisi sebagai kanal informasi yang bersifat luas, cepat, dan memiliki jangkauan distribusi yang signifikan.

Radio adalah media auditif yang murah, merakyat, dan mudah diakses di mana saja. Sebagai media tanpa visual, radio memiliki kekuatan imajinatif karena mampu merangsang pendengar membentuk gambaran dari suara yang didengar, baik dari penyiar maupun informasi yang disampaikan (Nasution, 2018).

Medium penyiaran ini memiliki kapasitas transmisi yang tinggi dalam mendiseminasikan pesan-pesan pembangunan secara simultan kepada audiens yang bersifat dispersif, tersebar, hingga menjangkau wilayah perifer yang sulit diakses. Di samping kebutuhan informasional, terdapat pula dimensi rekreasi sebagai mekanisme penyeimbang (*calming down*) pasca aktivitas harian. Dalam konteks

tersebut, radio menjadi instrumen yang sederhana namun efektif untuk memperoleh dua fungsi sekaligus: informasi dan hiburan (Sinaga, 2017).

Industri radio sebagai entitas penyiaran meniscayakan kreativitas dan kompetensi teknis guna memenangkan kompetisi yang kian ruwet. Radio kerap diklasifikasikan sebagai media konvensional yang dianggap mulai terdisrupsi oleh arus digital daring, meski dahulu ia sempat berposisi sebagai *the fifth estate* atau kekuatan kelima setelah pers. Transformasi teknologi mutakhir membawa implikasi signifikan terhadap operasionalisasi radio. Di Sumatera Utara, khususnya Kota Medan, dinamika persaingan berlangsung sangat intens, sehingga diperlukan kapabilitas strategis untuk mempertahankan audiens loyal sekaligus mengakuisisi pendengar baru. Di sisi lain, regulasi penyiaran yang terus berevolusi turut menghadirkan tantangan baru bagi para pengelola media (Ismed, 2020).

Beragam upaya dapat ditempuh untuk mengontrol mutu penyiar, sebab kualitas tersebut berimplikasi langsung pada performa siaran. Dalam konteks ini, Voks Radio 104.6 FM Medan merumuskan sejumlah strategi peningkatan kapabilitas announcer agar mampu mengorkestrasi program on air maupun off air secara lebih presisi dan bernas. Strategi tersebut menjadi instrumen penting dalam menjaga eksistensi radio di tengah disrupsi era digital, sehingga kajian ini menyoroti bagaimana Voks Radio 104.6 FM Medan mengonstruksi program untuk mempertahankan keberlanjutan operasionalnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana Strategi Voks Radio 104.6 FM Medan dalam

Merancang Program On Air dan Off Air Untuk Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan menguak strategi Voks Radio 104.6 FM Medan dalam Merancang Program On Air dan Off Air Untuk Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua ranah, yaitu:

1.4.1 Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan memperluas khazanah keilmuan komunikasi, khususnya ranah *broadcasting* dan strategi mediatik radio dalam lanskap digital yang disruptif.
- b. Hasil kajian ini diharapkan menjadi rujukan epistemik bagi penelitian sejenis terkait eksistensi media radio, serta memperkaya wacana akademik mahasiswa ilmu komunikasi.

1.4.2 Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi input strategis bagi manajemen Voks Radio 104.6 FM Medan dalam merancang program siaran agar tetap relevan dan adaptif terhadap selera pendengar.
- b. Hasil penelitian ini dapat berfungsi sebagai perangkat evaluatif bagi penyiar dan tim kreatif dalam meningkatkan kualitas konten serta teknik penyiaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara komprehensif dan terstruktur, proposal ini disusun dalam kerangka sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan aspek-problematika awal yang mencakup latar belakang, delimitasi masalah, rumusan isu, tujuan, serta signifikansi penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini mengelaborasi landasan konseptual yang relevan dengan objek kajian, termasuk kemungkinan penggunaan multi-teori serta data sekunder maupun tersier sebagai pisau analisis permasalahan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan desain penelitian, konstruksi kerangka konsep, definisi operasional, kategorisasi variabel, informan/narasumber, teknik akuisisi data, metode analisis data, serta waktu dan locus penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan temuan empiris beserta eksplanasi dan interpretasi analitis terhadap data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi konklusi serta rekomendasi sebagai hasil akhir dari keseluruhan proses penelitian.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Strategi Komunikasi

Strategi merupakan konstruksi pendekatan holistik yang mencakup perumusan gagasan, perencanaan, hingga eksekusi aktivitas dalam rentang waktu tertentu. Ia berfungsi sebagai perangkat perencanaan dan tata kelola untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Lebih dari sekadar peta orientasi, strategi juga berperan sebagai instrumen yang mengartikulasikan taktik operasional secara presisi dan terarah (Amelia, 2020).

Pengertian strategi memiliki ragam interpretasi sebagaimana dirumuskan oleh para pakar dalam berbagai literatur. Menurut Marrus (2002:31), strategi merupakan proses penetapan rancangan oleh pimpinan puncak yang berorientasi pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai formulasi cara atau upaya sistematis untuk merealisasikan tujuan tersebut.

Goldsworthy dan Ashley (1996:98) memformulasikan tujuh kaidah normatif dalam perumusan strategi, yaitu:

- a. Strategi harus mampu menyingkap serta menafsirkan horizon masa depan, bukan sekadar merefleksikan kondisi aktual.
- b. Arah strategi menjadi determinan bagi perencanaan, bukan sebaliknya.
- c. Orientasi strategi difokuskan pada superioritas kompetitif ketimbang sekadar kalkulasi finansial.
- d. implementasinya bersifat *top-down*, bukan *bottom-up*.

- e. Strategi harus bertumpu pada perspektif eksternal.
- f. Fleksibilitas merupakan elemen niscaya.
- g. Strategi diarahkan pada pencapaian hasil jangka panjang yang berkesinambungan.

2.2 Tahapan-Tahapan Strategi

Strategi merupakan entitas yang tak terpisahkan dari struktur, perilaku, dan kultur tempat ia diartikulasikan. Namun secara analitis, prosesnya dapat direduksi menjadi dua dimensi utama yang saling berkorelasi, yakni formulasi dan implementasi (Mandagil et al., 2022). Adapun tahapan perwujudan strategi meliputi:

- a. Tahap perumusan, yakni penetapan keputusan kondisional untuk mengantisipasi berbagai kemungkinan masa depan.
- b. Tahap pemutusan, yaitu seleksi keputusan berdasarkan potensi yang tersedia.
- c. Tahap pelaksanaan, berupa eksekusi strategi dengan optimalisasi seluruh kapasitas yang dimiliki.
- d. Tahap evaluasi, yakni proses penelaahan atas keseluruhan rangkaian tindakan yang telah dijalankan.

2.3 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi Voks Radio 104.6 FM menjadi instrumen krusial dalam mengonsolidasikan loyalitas pendengar. Secara etimologis, istilah strategi bersumber dari bahasa Yunani *strategos* yang bermakna “seni komando umum”, yakni keputusan taktis berorientasi jangka panjang beserta konsekuensinya. Strategi komunikasi sendiri mencakup konfigurasi komunikator, tujuan pesan,

substansi informasi, metode penyampaian, hingga mekanisme pengukuran dampaknya. Tujuannya meliputi aktivitas informatif, persuasif, edukatif, diseminatif, serta suportif terhadap proses pengambilan keputusan (Setiawan & Darmastuti, 2021).

2.4 Tujuan Strategi Komunikasi

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam *Techniques for Effective Communication*, tujuan strategi komunikasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. *To secure understanding*, yakni mengafirmasi tercapainya pemahaman dalam proses komunikasi.
- b. *To establish acceptance*, yaitu membangun dan memelihara penerimaan secara berkelanjutan.
- c. *To motive action*, yakni mengaktivasi dorongan untuk bertindak.
- d. *The goals which the communicator sought to archive*, yaitu pencapaian tujuan akhir yang dihendaki oleh komunikator melalui proses komunikasi tersebut.

2.5 Fungsi Strategi Komunikasi

Fungsi strategi komunikasi mencakup pendiseminasian pesan informatif, persuasif, dan instruktif secara terstruktur guna mencapai efektivitas optimal. Selain itu, strategi ini berperan sebagai jembatan *cultural gap*, yakni proses apropriasi nilai atau praktik budaya eksternal agar dapat diadaptasi menjadi bagian dari kultur lokal melalui pengemasan pesan yang tepat. Adapun faktor penunjangnya meliputi: (1) pengenalan khalayak sebagai entitas aktif yang saling memengaruhi dengan komunikator; (2) penyusunan pesan melalui penetapan tema dan materi yang

mampu memantik atensi audiens; serta (3) penentuan metode komunikasi dalam dua dimensi pendekatan yang relevan untuk efektivitas penyampaian pesan (Huda et al., 2021).

2.6 Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas laten yang dominan dalam kehidupan sehari-hari, meskipun definisinya kerap bersifat elusif dan tidak seragam. Eksistensi manusia sebagai *zoon politicon* tercermin dari interaksi sosial antarindividu yang menandakan ketergantungan terhadap sesama. Sejak fase natal hingga mortalitas, individu senantiasa berada dalam relasi ketergantungan, baik kepada keluarga, kerabat, maupun jejaring sosial di sekitarnya (Syaroh & Lubis, 2020).

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berakar dari bahasa Latin *communicatus* yang bermakna “berbagi” atau “menjadi milik bersama”, sehingga komunikasi dipahami sebagai proses pengalihan dan pertukaran makna antarpihak. Menurut Lexicographer, komunikasi merupakan ikhtiar transaksional untuk mencapai keserupaan pemahaman. Dengan demikian, ketika dua individu berinteraksi, tercapainya kesepadanan makna atas pesan yang dipertukarkan menjadi tujuan utama dari proses komunikasi tersebut.

2.7 Jenis Komunikasi

Berdasarkan medium penyampaiannya, komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi verbal dan nonverbal, sedangkan berdasarkan perilaku dibedakan menjadi formal, informal, dan nonformal. Adapun penjelasannya meliputi:

- a. Komunikasi berdasarkan penyampaian, yang menegaskan manusia sebagai makhluk sosial yang memiliki kebutuhan intrinsik untuk berinteraksi.

- b. Komunikasi berdasarkan perilaku, seperti komunikasi formal yang berlangsung dalam struktur organisasi dengan tata aturan yang baku.
- c. Komunikasi berdasarkan kelangsungan, yakni komunikasi langsung yang terjadi tanpa perantara maupun batasan jarak.
- d. Komunikasi berdasarkan ruang lingkungannya, komunikasi dapat mencakup dimensi internal, eksternal, jumlah partisipan, peran individu, hingga pola penyebaran informasi.

2.8 Komunikasi Massa

Dalam disiplin ilmu komunikasi, kajian komunikasi massa menelaah relasi antara media dan masyarakat sebagai entitas sosial. Komunikasi massa dapat dipahami sebagai proses mediasi pesan melalui saluran massa kepada khalayak luas yang bertujuan informatif, hiburan, maupun persuasif. Menurut Joseph R. Dominick, komunikasi massa merupakan proses ketika sebuah organisasi kompleks, dengan dukungan teknologi mekanis, memproduksi serta mendistribusikan pesan kepada audiens yang besar, heterogen, dan tersebar secara geografis (Elfira & Yanuar, 2023).

Komunikasi massa dapat diklasifikasikan dalam dua dimensi, yakni luas dan sempit. Dalam pengertian luas, komunikasi massa merupakan aktivitas transmisi pesan dari satu atau lebih individu melalui medium massa baik cetak, elektronik, maupun digital dengan ekspektasi respons timbal balik dari khalayak. Sementara dalam pengertian sempit, komunikasi massa dipahami sebagai proses penyampaian pesan yang diarahkan kepada publik dalam skala besar atau kolektif (Sari, 2022).

Menurut Permatasyari (2021), komunikasi massa terdiri dari beberapa faktor berikut:

- a. Produksi pesan dilakukan oleh organisasi yang bersifat kompleks dan terstruktur.
- b. Media massa berfungsi sebagai sarana reproduksi dan penyaluran pesan secara akurat.
- c. Pesan atau berita disebarluaskan secara serentak kepada khalayak umum.
- d. Partisipasi audiens bersifat sukarela tanpa adanya kewajiban sosial.
- e. Media massa berkelindan dengan industri dan pasar yang bergantung pada aspek finansial, teknologi, dan sistem pembayaran.
- f. Institusi media selalu memiliki relasi dengan struktur kekuasaan negara.
- g. Media juga berperan sebagai *gatekeeper* yang menyaring, mengolah, dan mengemas pesan agar lebih mudah dipahami khalayak.

Secara umum, fungsi komunikasi massa dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Fungsi informatif, yakni transmisi data dan pengetahuan sebagai fungsi primordial komunikasi.
- b. Fungsi persuasif, yaitu kapasitas media dalam mengarahkan serta memengaruhi opini dan tindakan publik.
- c. Fungsi supervisi, berkaitan dengan pengawasan sosial terhadap berbagai aktivitas dalam masyarakat.
- d. Fungsi korelasional, yakni menjembatani keterhubungan antarunsur sosial dalam sistem kemasyarakatan.
- e. Fungsi untuk mendorong adanya kohesi sosial.

f. Fungsi perlawanan kekuasaan dan kekuatan represif.

2.9 Media Massa

Media massa merupakan medium komunikasi kolektif yang berfungsi sebagai komunikator sekaligus *agent of change* yang menginisiasi transformasi dalam ruang publik melalui diseminasi pesan informatif, edukatif, hiburan, dan pesan lainnya dengan jangkauan luas. Dalam arus globalisasi yang kian akseleratif, eksistensi media massa menjadi niscaya dalam kehidupan sosial modern. Keberhasilannya tercermin dari ekspansi, keberlanjutan, serta proliferasi institusi media, termasuk pertumbuhan stasiun, perusahaan, dan platform digital yang dikelola oleh media cetak maupun elektronik (Khatimah, 2018).

Menurut McQuail, terdapat enam perspektif dalam memaknai peran media massa dalam kehidupan sosial modern, yaitu:

- a. Media sebagai *window on event and experience*, yakni jendela yang membuka akses terhadap peristiwa dan pengalaman sosial.
- b. Media sebagai *mirror of society*, yaitu cerminan realitas sosial dan dunia secara relatif representatif.
- c. Media sebagai *gatekeeper*, yakni penyaring dan penentu isu yang layak memperoleh perhatian publik.
- d. Media sebagai *guide* atau penuntun, yang menginterpretasikan serta mengarahkan pemahaman atas kompleksitas informasi.
- e. Media sebagai forum, yakni ruang publik untuk ekspresi gagasan dan pertukaran respons khalayak.

- f. Media sebagai *interlocutor*, yaitu mitra komunikasi yang memungkinkan interaksi dua arah secara lebih dinamis.

Sejalan dengan peran media massa itu sendiri, perspektif McQuail tersebut menegaskan bahwa eksistensi media dalam tatanan sosial tidak semata berfungsi sebagai sarana rekreatif atau pelepas ketegangan, melainkan juga memiliki signifikansi substansial dalam dinamika proses sosial melalui konten dan informasi yang didiseminasikan.

2.10 Media Penyiaran Radio

Radio merupakan medium imajinatif yang memiliki daya stimulatif tinggi, karena bersifat auditif sehingga membangun visualisasi mental melalui rangsangan suara, baik dari penyiar maupun informasi faktual. Dalam konteks regulatif, Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran mendefinisikan penyiaran sebagai kegiatan pemancarluasan pesan melalui sarana transmisi darat, laut, maupun antariksa dengan memanfaatkan spektrum frekuensi radio sebagai gelombang elektromagnetik yang dapat diterima secara simultan oleh khalayak melalui perangkat penerima. Secara klasifikatif, sistem penyiaran terdiri atas empat entitas utama, yakni stasiun swasta, berlangganan, publik, dan komunitas, yang berlaku baik pada radio maupun televisi (Rahayu & Katili, 2019).

2.11 Sejarah Radio

Radio sebagai medium komunikasi massa modern tidak lepas dari kontribusi tiga tokoh ilmuwan, salah satunya James Clerk Maxwell, fisikawan Inggris yang merumuskan teori gelombang elektromagnetik yang menjadi dasar teknologi radio dan televisi. Temuan tersebut ia gagas pada tahun 1865 saat berusia 29 tahun, dan

menjadi fondasi penting bagi perkembangan sistem transmisi nirkabel hingga saat ini.

Keberadaan gelombang elektromagnetik kemudian dibuktikan secara eksperimental oleh Heinrich Hertz, yang tidak hanya mengonfirmasi kebenaran teori Maxwell, tetapi juga menunjukkan bahwa gelombang tersebut dapat dipantulkan oleh permukaan logam tertentu seperti cahaya. Eksperimen ini dilakukan pada tahun 1884 saat Hertz berusia 26 tahun.

Setelah temuan Hertz dikenal luas, Guglielmo Marconi pada tahun 1894 mulai mengaplikasikan konsep tersebut secara praktis dalam pengembangan telegraf nirkabel. Pada usia 20 tahun, ia berhasil menerima sinyal dari jarak satu mil, dan pada 1896 jangkauannya meningkat hingga delapan mil, menandai kemajuan penting dalam teknologi komunikasi tanpa kabel.

Pada tahun 1906, Dr. Lee De Forest dari Amerika Serikat mengembangkan temuan Marconi dengan memperkenalkan tabung vakum (*vacuum tube*) yang memungkinkan transmisi suara melalui radio. Atas kontribusinya, ia kemudian dikenal sebagai pelopor radio dan dijuluki *The Father of Radio*, terutama setelah perkembangan signifikan pada tahun 1916. Namun, laju eksperimen radio sempat mengalami stagnasi akibat pecahnya Perang Dunia I, karena teknologi radio lebih banyak dialihkan untuk kepentingan militer. Hingga tahun 1919, aktivitas pengembangan siaran radio komersial masih dibatasi dan belum diizinkan untuk umum.

Dr. Lee De Forest turut berperan dalam siaran berita radio awal, sementara eksperimen penyiaran musik dikembangkan oleh Dr. Frank Conrad. Memasuki

tahun 1920, masyarakat Amerika mulai menikmati siaran radio secara reguler, hingga pada 20 November 1920 stasiun KDKA menyiarkan hasil pemilihan presiden *Harding–Cox* yang kemudian dianggap sebagai siaran berita pertama yang tersaji secara luas dan terjadwal.

Sejak momentum tersebut, perkembangan radio melaju secara eksponensial. Jika pada Januari 1922 hanya terdapat sekitar 30 stasiun radio, maka pada Maret 1923 jumlahnya melonjak menjadi 556 stasiun. Seiring itu, perangkat penerima juga meningkat drastis dari sekitar 50.000 unit pada 1921 menjadi lebih dari 600.000 unit pada 1922.

2.12 Radio

Radio merupakan media konvensional yang masih eksis digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat dengan ragam tujuan, mulai dari hiburan, edukasi, hingga pemenuhan kebutuhan informasi. Dalam fungsinya, radio menjadi wahana diseminasi pengetahuan melalui siaran berita, sekaligus sarana rekreasi melalui program musik, drama, dan infotainment yang variatif. Keberagaman konten tersebut membuat radio mampu menjangkau audiens secara luas sekaligus menciptakan kompetisi antarstasiun dalam menghadirkan program yang lebih atraktif dan beragam (Kustiawan et al., 2023).

Menurut Nasution (2017), karakteristik radio sebagai media massa dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Publisitas, yakni keterbukaan akses siaran yang dapat diakses oleh khalayak tanpa batasan audiens.

- b. Universalitas, yaitu isi pesan bersifat umum dan mencakup berbagai aspek kehidupan serta kepentingan publik.
- c. Periodisitas, yakni siaran radio disampaikan secara terjadwal dan berkala.
- d. Kontinuitas, yaitu keberlanjutan siaran yang berlangsung secara konsisten sesuai waktu operasional.
- e. Aktualitas, yakni penyajian informasi yang bersifat mutakhir dan relevan dengan peristiwa terkini.

Radio siaran merupakan medium komunikasi yang memiliki efektivitas tinggi dalam penyampaian pesan, meskipun tetap memiliki kelebihan dan keterbatasan tertentu. Menurut Effendy, kekuatan radio bertumpu pada tiga karakter utama, yaitu:

- a. Radio bersifat langsung, karena proses produksinya relatif sederhana dan tidak berbelit.
- b. Radio mampu menembus jarak dan rintangan geografis seperti gunung, lembah, hingga lautan.
- c. Radio memiliki daya tarik intrinsik melalui kombinasi musik, suara, dan efek audio yang menghadirkan kesan hidup dalam setiap siaran.

Kelemahan radio juga dapat diidentifikasi melalui tiga aspek utama, yaitu:

- a. Keterbatasan durasi siaran yang membuat setiap program memiliki alokasi waktu tertentu.
- b. Sifatnya yang sekilas terdengar (*transitory*), sehingga pesan audio hanya diterima secara singkat tanpa pengulangan permanen.

- c. Adanya potensi gangguan (*noise/interference*) yang dapat menghambat kejelasan penerimaan pesan dalam proses komunikasi lisan.

2.13 Eksistensi

Eksistensi dapat dimaknai sebagai keberadaan yang menunjukkan pengaruh atas hadir atau tidaknya suatu entitas, di mana pengakuan sosial menjadi indikator validasinya melalui respons lingkungan sekitar. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, eksistensi diartikan sebagai keberadaan atau kehadiran yang mengandung unsur keberlanjutan (Rahmadani et al., 2023).

Menurut Eastman S. Taylor (1985:10), dalam mempertahankan eksistensi radio diperlukan strategi retentif untuk menjaga loyalitas pendengar, yang meliputi:

- a. Strategi kesesuaian (*compatibility*), yaitu penyesuaian jadwal siaran, jenis program, dan tema dengan kebutuhan audiens.
- b. Strategi pembentukan kebiasaan (*habit formation*), yakni mengonstruksi rutinitas pendengar melalui program yang berulang dan terstruktur.
- c. Strategi pengendalian arus audiens (*control of audience flow*), yaitu pengaturan kesinambungan program agar pendengar tetap bertahan dari satu acara ke acara berikutnya.
- d. Strategi konservasi sumber daya program (*conservation of program resources*), yakni pengelolaan ulang program populer agar tetap relevan tanpa kehilangan daya tarik.
- e. Strategi daya tarik massa (*mass appeal*), yaitu perancangan program yang mampu menjangkau khalayak luas secara teknis maupun sosial.

Daya tarik massa (*mass appeal*) menjadi aspek krusial dalam industri penyiaran, sebab stasiun radio berupaya mengoptimalkan profitabilitas dengan mengakuisisi atensi pendengar melalui pengemasan program yang atraktif dan adaptif terhadap kebutuhan audiens. Diferensiasi preferensi serta variasi selera khalayak perlu diantisipasi secara cermat, sehingga seluruh spektrum minat dapat terakomodasi dalam struktur program siaran yang disajikan.

2.14 Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses transformasi media analog—baik cetak, audio, maupun video ke dalam format digital yang lebih terstruktur dan terdigitalisasi. Proses ini umumnya bertujuan untuk pengarsipan elektronik, reproduksi dokumen, serta pengembangan koleksi perpustakaan digital. Implementasinya memerlukan perangkat komputasional, pemindai (*scanner*), tenaga operator, serta perangkat lunak pendukung. Menurut Lasa Hs, digitalisasi adalah proses konversi dokumen tercetak (*printed document*) menjadi format elektronik yang dapat diakses secara digital (Asaniyah, 2021).

Digitalisasi menjadi solusi atas keterbatasan dan inefisiensi pada penyiaran analog melalui optimalisasi teknologi di berbagai aspek, termasuk kanal dan infrastruktur seperti pemancar, antena, serta transmisi. Dalam konteks radio, digitalisasi merujuk pada penerapan sistem yang mentransmisikan informasi dalam bentuk sinyal digital melalui metode modulasi digital (Maharani, 2021).

2.15 Program On Air dan Off Air

Istilah “program” berasal dari bahasa Inggris *programme/program*, yang bermakna acara atau perencanaan kegiatan. Dalam regulasi penyiaran Indonesia,

istilah yang digunakan adalah “siaran”, yakni pesan atau rangkaian pesan dalam berbagai bentuk. Namun dalam praktik industri media, istilah “program” lebih dominan digunakan untuk merujuk pada susunan acara guna memenuhi kebutuhan audiens, sehingga maknanya berkembang menjadi lebih luas dan fleksibel.

Program siaran merupakan unit segmental dari keseluruhan isi siaran radio maupun televisi, di mana satu stasiun penyiaran tersusun atas berbagai program yang ditayangkan dalam durasi dan slot waktu tertentu sesuai karakteristiknya. Setiap program dirancang melalui proses *programming* berdasarkan tema, seperti hiburan, informasi, iptek, maupun berita, sehingga membentuk jadwal siaran harian yang terstruktur. Dengan demikian, kualitas program berbanding lurus dengan tingkat keterjangkauan dan jumlah audiens yang diperoleh.

Strategi program merupakan rancangan sistematis stasiun radio dalam mengonstruksi dan menyajikan rangkaian acara agar atraktif serta kompetitif di tengah persaingan media. Menurut Peter Pringle (dalam Morissan, 2008:273), strategi program dalam perspektif manajemen meliputi:

- a. Perencanaan program, yaitu penentuan format dan konten siaran yang disesuaikan dengan segmentasi audiens berdasarkan karakter demografis.
- b. Produksi dan akuisisi program, yakni proses penciptaan atau pembelian konten yang dikelola oleh manajer program sesuai rencana yang telah ditetapkan.
- c. Eksekusi program, yaitu implementasi penayangan siaran melalui penjadwalan yang terstruktur dan terorganisasi.

- d. Pengawasan dan evaluasi program, yakni proses monitoring dan penilaian ulang terhadap program yang telah ditayangkan guna memastikan kesesuaian dengan perencanaan awal.

Menurut Simamora et al. (2021), tahapan produksi program radio dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pra Produksi

Tahapan Pra produksi, yakni fase awal yang berangkat dari ide atau gagasan individu maupun tim, kemudian dikembangkan melalui *brainstorming* hingga menghasilkan konsep terstruktur berupa naskah atau *rundown* siaran.

- b. Produksi

Produksi yaitu tahap pelaksanaan siaran yang dapat berlangsung secara langsung (*on air*) maupun tidak langsung (*off air*), di mana informasi diolah dan disiarkan dalam bentuk berita *straight* atau *feature*.

- c. Pasca Produksi

Pasca produksi yakni tahap final yang berfokus pada penyempurnaan serta distribusi siaran, khususnya program berita, sebelum ditransmisikan secara langsung kepada pendengar.

2.16 Penelitian Terdahulu

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah Nasution (2017) berjudul “Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi” mengkaji strategi M-Radio 91,6 FM Medan dalam menjaga eksistensinya melalui metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa M-Radio beradaptasi dengan melakukan digitalisasi siaran

(streaming), bergabung dalam jaringan radio global, dan aktif memanfaatkan media sosial. Meskipun telah mengintegrasikan teknologi, tantangan utama yang ditemukan adalah penurunan minat pendengar di kalangan mahasiswa akibat beralihnya audiens ke platform digital lain.

- b. Penelitian yang dilakukan oleh Corry Novrica AP Sinaga (2017) berjudul “Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya” bertujuan untuk mengetahui kualitas manajemen penyiaran radio komunitas kampus di Sumatra Utara. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi dan manajemen siaran yang dijalankan Usukom FM masih kurang maksimal dalam implementasinya. Upaya mempertahankan eksistensi dilakukan melalui pengaturan jadwal siaran penyiar serta pembukaan interaksi langsung dan tidak langsung dengan pendengar, seperti layanan request melalui SMS, telepon, serta promosi kegiatan mahasiswa.
- c. Penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah Nasution (2018) berjudul “Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss FM Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital” bertujuan untuk mendeskripsikan strategi Kiss FM Medan dalam merespons tantangan informasi digital. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini menemukan bahwa Kiss FM tetap eksis dengan konsistensi menyiarkan lagu-lagu terbaru dan memperluas jangkauan melalui konvergensi media sosial seperti YouTube.

BAB III

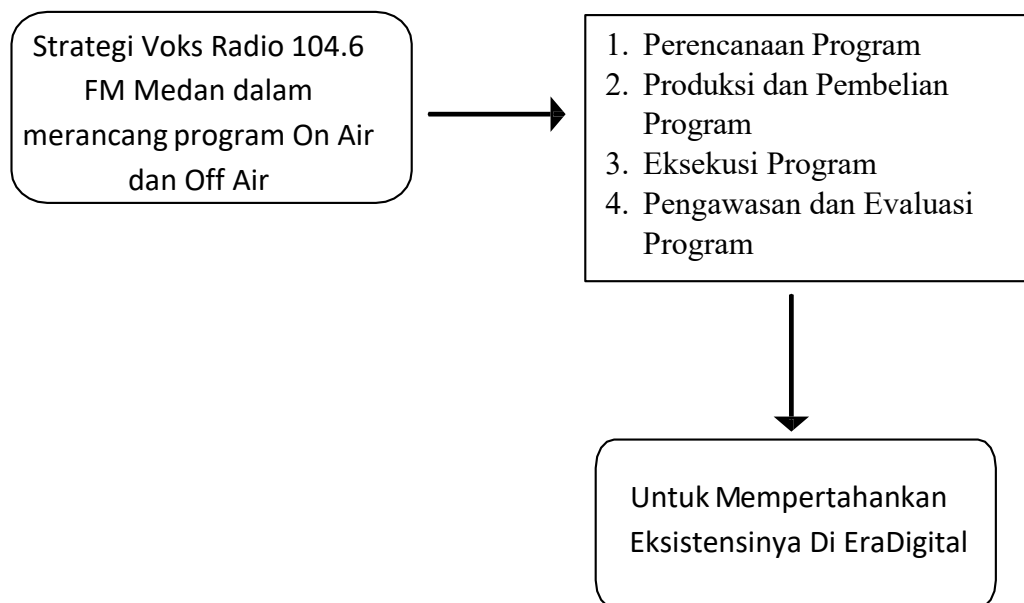
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Menurut Sugiyono (2019:18), penelitian kualitatif berlandaskan filsafat postpositivisme dan digunakan untuk mengkaji objek dalam kondisi alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Sementara itu, Sugiyono (2019:206) menjelaskan bahwa metode deskriptif merupakan teknik analisis data yang dilakukan dengan menggambarkan atau memaparkan data yang telah terkumpul secara apa adanya. Pendekatan ini menitikberatkan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan studi dokumentasi (Elisabeth & Novanti, 2023).

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan konstruksi pemikiran rasional yang menjabarkan rumusan hipotesis sebagai jawaban sementara atas permasalahan penelitian yang masih perlu diuji secara empiris. Menurut Dewi (2021), agar konsep dapat diteliti secara terukur, maka perlu dioperasionalkan menjadi variabel atau komponen yang jelas. Dengan demikian, kerangka konsep berfungsi sebagai pedoman sistematis yang mengarahkan peneliti dalam menentukan fokus kajian, metode yang digunakan, serta teknik analisis data yang diperoleh.



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

3.3 Defenisi Konsep

Konsep merupakan representasi ide atau konstruksi mental dalam bentuk istilah yang mengabstraksikan suatu objek—baik berupa proses, peristiwa, keadaan, individu, maupun kelompok guna menyederhanakan realitas yang kompleks agar dapat dipahami. Dalam konteks penelitian, konsep digunakan sebagai batasan teoretis untuk membedakannya dengan definisi, yakni uraian yang menjelaskan suatu ide dalam suatu objek secara lebih operasional. Adapun definisi konsep dalam kerangka penelitian ini adalah:

1. Strategi adalah rencana yang disusun secara sistematis oleh manajemen untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, strategi dimaknai sebagai upaya yang dilakukan Voks Radio 104.6 FM Medan dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi program siaran baik on air maupun off air guna mempertahankan eksistensi di era digital.

2. Program On Air adalah seluruh kegiatan siaran yang ditayangkan langsung melalui frekuensi radio, seperti musik, berita, talkshow, atau hiburan.
3. Program Off Air adalah kegiatan non-siaran yang diselenggarakan oleh radio, seperti event, promosi, dan kegiatan publik lainnya.
4. Perencanaan Program adalah tahapan awal dalam menentukan ide, konsep, dan jadwal siaran sesuai kebutuhan audiens.
5. Produksi dan Pembelian Program, Produksi adalah proses pembuatan program siaran, sedangkan pembelian program adalah akuisisi konten dari pihak lain.
6. Eksekusi Program adalah tahap pelaksanaan dari perencanaan dan produksi, baik berupa siaran langsung (on air) maupun event (off air).
7. Pengawasan dan Evaluasi Program adalah proses penilaian dan perbaikan terhadap program yang sudah dijalankan.
8. Eksistensi adalah keberadaan atau pengakuan atas sesuatu dalam kehidupan sosial.
9. Era Digital adalah masa perkembangan teknologi informasi berbasis digital yang memengaruhi cara masyarakat mengakses informasi dan hiburan.

3.4 Kategori Penelitian

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Teoritis	Indikator
1	Strategi Voks Radio 104.6 FM Medan	<ul style="list-style-type: none"> • Informatif • Persuasif • Instruktif
2	Dalam Merancang Program On Air dan Off Air di Era Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Kesusuaian • Membangun Kebiasaan • Pengontrolan Arus Pendengar • Pemeliharaan Sumber Daya Program • Daya Penarik Masa

Sumber : Hasil Penelitian 2026.

3.5 Narasumber

Dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga hanya individu yang memenuhi syarat yang dapat dijadikan narasumber. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memiliki pengalaman kerja lebih dari 6 tahun di Voks Radio 104.6 FM Medan.
- b. Berusia 20–45 tahun.

Berdasarkan kriteria tersebut, narasumber yang diwawancarai meliputi Manager, Kepala Bagian Produksi, dan Penyiar Voks Radio 104.6 FM Medan. Para informan tersebut dipilih karena dianggap mampu memberikan informasi yang akurat terkait strategi Voks Radio 104.6 FM Medan dalam merancang program on air dan off air untuk mempertahankan eksistensinya di era digital.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, teknik pengumpulan data merupakan proses atau cara menghimpun data untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah penelitian. Dalam pendekatan kualitatif, proses pengumpulan data umumnya dilakukan melalui beberapa metode berikut:

3.6.1 Observasi

Menurut Sugiyono (2022), observasi merupakan fondasi utama dalam ilmu pengetahuan karena seluruh temuan ilmiah bertumpu pada data empiris yang diperoleh melalui pengamatan terhadap realitas. Dalam penelitian ini, teknik observasi dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara langsung

fenomena di lapangan secara sistematis, di mana peneliti turun langsung ke lokasi objek penelitian untuk memperoleh data yang akurat dan faktual.

3.6.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2022), wawancara merupakan proses interaksi antara dua orang atau lebih untuk bertukar informasi melalui tanya jawab guna membangun pemaknaan atas suatu topik tertentu. Teknik ini digunakan untuk menggali data yang lebih mendalam terkait interpretasi partisipan terhadap fenomena yang diteliti.

Wawancara dibedakan menjadi dua, yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur menggunakan instrumen pertanyaan yang telah disiapkan lengkap beserta alternatif jawaban, sedangkan wawancara tidak terstruktur bersifat fleksibel tanpa pedoman yang tersusun secara sistematis.

Dalam penelitian ini digunakan wawancara terstruktur agar informasi yang diperoleh lebih jelas dan terarah. Adapun langkah-langkahnya meliputi:

- a. Menentukan informan yang akan diwawancarai.
- b. Menyusun daftar pertanyaan sebagai pedoman wawancara.
- c. Mengupayakan agar proses wawancara berlangsung secara efektif dan lancar.

3.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh bukti empiris yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam konteks ini, dokumentasi mencakup data berupa foto, gambar, serta berbagai dokumen pendukung yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, maupun arsip terkait penelitian. Keabsahan suatu temuan penelitian akan semakin kuat apabila disertai dengan bukti dokumentatif yang relevan dan sistematis.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, teknik analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses sistematis yang berangkat dari data yang diperoleh, kemudian diorganisasi untuk menemukan pola hubungan atau hipotesis, yang selanjutnya diuji secara berkelanjutan melalui pengumpulan data tambahan hingga diperoleh kesimpulan yang valid. Analisis data kualitatif umumnya menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu:

3.7.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi dan pemusatan data dengan cara menyatukan, memilah, serta mempertahankan data yang esensial, sekaligus menyingkirkan informasi yang tidak relevan. Tahapan ini mencakup penyederhanaan, pengelompokan, dan transformasi data mentah dari catatan lapangan. Reduksi data bukan sekadar penyaringan, melainkan bentuk analisis yang menajamkan, mengarahkan, serta mengorganisasi data hingga siap digunakan dalam penarikan kesimpulan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

3.7.2 Penyajian Data

Setelah melalui tahap reduksi data, langkah berikutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan fase penting dalam analisis kualitatif yang bertujuan mengorganisasi informasi secara sistematis agar mudah dipahami dan bermakna. Data penelitian dapat ditampilkan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, bagan, atau grafik yang menunjukkan keterkaitan antarfenomena. Menurut Miles dan Huberman, bentuk penyajian data yang paling dominan dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif yang terstruktur.

3.7.3 Penarikan Kesimpulan

Peneliti kemudian melakukan penarikan kesimpulan sebagai tahap akhir dalam analisis data kualitatif. Proses ini sudah berlangsung sejak pengumpulan data di lapangan, di mana peneliti berupaya memahami dan menafsirkan makna dari data yang diperoleh. Kesimpulan merupakan hasil sintesis dari seluruh proses penelitian yang telah dilakukan, sekaligus menjadi dasar dalam menentukan langkah selanjutnya. Penarikan kesimpulan harus berlandaskan pada data empiris yang diperoleh, bukan pada subjektivitas atau kehendak peneliti semata.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Voks Radio 104.6 FM Medan yang ditetapkan sebagai objek kajian oleh peneliti. Voks Radio 104.6 FM Medan beralamat di Jl. Sei Batang Serangan No. 35/60, Kelurahan Babura, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan. Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Desember 2025 hingga selesai.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan salah satu stasiun radio lokal di Kota Medan, yaitu Voks Radio 104.6 FM Medan sebagai objek kajian. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji bagaimana strategi Voks Radio 104.6 FM Medan dalam merancang program on air dan off air guna mempertahankan eksistensinya di era digital.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Voks Radio 104.6 FM Medan

Voks Radio Medan merupakan salah satu stasiun radio berjejaring (network) di bawah naungan PT. Kutus Kutus Herbal. Radio ini berdiri pada tahun 2022 atas inisiatif Bambang Pranoto selaku pemilik perusahaan yang juga berprofesi sebagai pegiat radio. Secara segmentatif, Voks Radio Medan menyorot pendengar dewasa muda profesional dengan rentang usia 20–50 tahun. Mengusung tagline “Feel The Hits”, stasiun ini menghadirkan format musik *Adult Contemporary* (AC) dari era 80-an, 90-an, 2000-an hingga lagu-lagu hits terkini dengan konsep *multi-genre playlist*. Selain sajian musik, Voks Radio Medan juga menghadirkan program siaran yang bersifat informatif dan inspiratif bagi para “Voksian”, sebutan bagi pendengarnya. Saat ini, Voks Radio berkembang menjadi jaringan radio yang tersebar di beberapa kota besar Indonesia, seperti Medan, Bandung, Yogyakarta, Banda Aceh, Bali, serta memiliki unit operasional di Amsterdam, Belanda.

Saat ini Voks Radio Medan mengudara pada frekuensi 104.6 FM dengan cakupan siaran yang meliputi wilayah Kota Medan secara menyeluruh, sebagian Kabupaten Deli Serdang, serta sebagian Kabupaten Langkat. Selain melalui frekuensi analog FM, siaran Voks Radio Medan dan jaringan Voks Radio di kota lain juga dapat diakses melalui aplikasi *live streaming* “Voks Mobile Application” yang tersedia di Google Play Store untuk pengguna Android dan Apple App Store bagi pengguna iOS.

4.1.2 Visi dan Misi Voks Radio 104.6 FM Medan

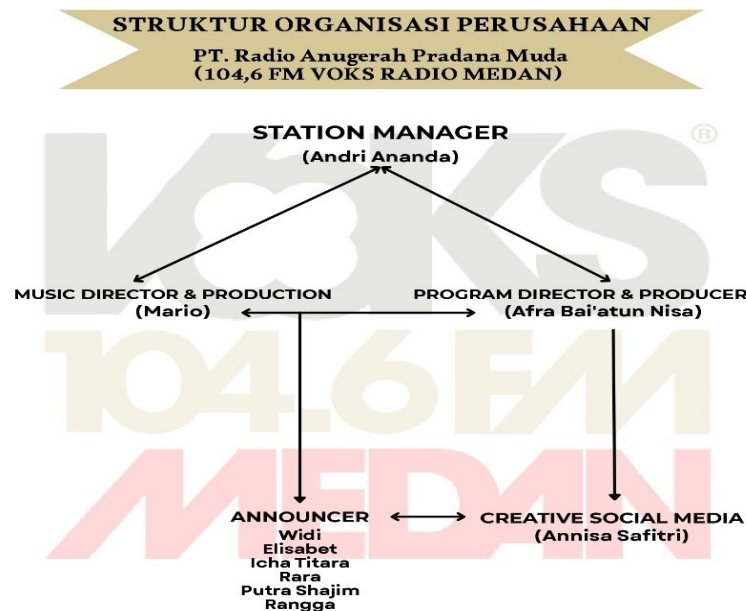
Adapun visi Voks Radio Medan yaitu:

- Menjadi radio terbaik, informatif, bergaya hidup sehat dan menghibur untuk orang banyak.
- Sebagai salah satu sarana media elektronik yang masih dan akan sangat dibutuhkan sampai saat ini.

Adapun misi Voks Radio Medan yaitu :

- Menyuguhkan informasi yang dikemas secara menghibur, informatif dengan adanya penyiar dan music yang digabung menjadi satu.
- Terus berinovasi sesuai dengan era dan juga kebutuhan pendengar dengan semangat muda dan sehat, juga dengan gaya Bahasa yang positif dan dinamis.

4.1.3 Struktur Organisasi Voks Radio 104.6 FM Medan



Sumber: Hasil Penelitian, 2026.

Voks Radio 104,6 FM Medan dipimpin oleh Andri Ananda sebagai station manager yang memegang kendali utama operasional perusahaan. Di bawah kepemimpinannya, terdapat dua pilar utama yang saling berkoordinasi, yaitu Mario yang menjabat sebagai music director & production serta Afra Bai'atun Nisa sebagai program director & producer. Kedua posisi ini berfungsi sebagai penghubung strategis antara manajemen pusat dengan tim teknis dan kreatif untuk memastikan kualitas konten siaran tetap terjaga sesuai dengan standar radio.

Pada level operasional, divisi program dan produksi membawahi para tenaga ahli yang bersentuhan langsung dengan audiens dan publikasi. Tim announcer atau penyiar terdiri dari enam orang yakni Widi, Elisabet, Icha Titara, Rara, Putra Shajim, dan Rangga, yang bekerja di bawah koordinasi music director dan program director. Sementara itu, aspek digital dan promosi ditangani oleh Annisa Safitri selaku creative social media yang berkoordinasi erat dengan tim penyiar dan manajer program untuk mengelola kehadiran merek Voks Radio Medan di media sosial.

4.2 Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui metode wawancara yang dilaksanakan secara langsung atau tatap muka antara peneliti dengan masing-masing responden. Proses wawancara dilakukan secara individual yaitu satu responden diwawancarai secara terpisah dengan responden lainnya. Dalam pelaksanaannya, peneliti menyusun sebanyak 16 pertanyaan untuk setiap responden yang disesuaikan dengan 8 indikator penelitian yang telah ditetapkan. Selain metode wawancara, peneliti juga menerapkan metode observasi

dan dokumentasi sebagai teknik pendukung guna membantu peneliti memperoleh data yang akurat dan relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan sebanyak tiga narasumber sebagai sumber informasi utama, yaitu:

- 1) Andri Ananda, Selaku Station Manager Voks Radio Medan
- 2) Afra Bai'atun Nisa, Selaku Director & Producer Voks Radio Medan
- 3) Rara, Selaku Announcer Voks Radio Medan

Berikut hasil wawancara dari narasumber :

Narasumber (1)

Nama : Andri Ananda

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Profesi : Station Manager

a. Apa kriteria utama yang Voks Radio tetapkan untuk memvalidasi sebuah informasi sebelum layak dipublikasikan kepada pendengar?

Jawaban :

Kriteria utama kami dalam memvalidasi informasi adalah keaktualan dan kebenaran data. Setiap penyiar di sini wajib tahu informasi apa yang mau disampaikan dengan merujuk pada sumber yang kredibel, seperti portal berita nasional (misalnya detik.com, kompas.com dll) agar tidak menyesatkan publik.

b. Bagaimana cara Voks Radio memastikan bahwa seluruh tim redaksi tetap konsisten menyampaikan informasi yang kredibel di tengah maraknya berita palsu?

Jawaban :

Voks Radio memastikan konsistensi seluruh tim redaksi dalam menyampaikan informasi kredibel melalui penerapan protokol pengawasan internal yang ketat terhadap setiap alur distribusi berita. Tim redaksi diwajibkan untuk selalu menggunakan sumber referensi resmi yang telah terverifikasi guna menangkal penyebaran berita palsu atau hoaks yang marak beredar di masyarakat. Selain itu, manajemen melakukan pemantauan rutin untuk memastikan bahwa setiap informasi yang masuk telah melewati proses pengecekan fakta secara kolektif oleh tim. Dengan mewajibkan seluruh kru mengikuti pedoman verifikasi yang sistematis, Voks Radio dapat menjaga integritas dan kepercayaan pendengar setia terhadap setiap informasi yang disiarkan di udara.

c. Mengapa strategi pendekatan personal kepada mitra bisnis dianggap lebih efektif dalam menjaga loyalitas pengiklan di Voks Radio?

Jawaban :

Sebenarnya kuncinya ada di rasa nyaman, karena di Voks Radio kita memposisikan diri sebagai teman diskusi, bukan sekadar sales yang mengejar target. Dengan pendekatan personal, kita jadi lebih paham luar dalam apa yang dibutuhkan klien, sehingga solusi iklan yang kita kasih pun terasa lebih pas dan nggak kaku. Hubungan yang asik dan penuh kepercayaan inilah yang bikin mitra merasa lebih dihargai secara manusiawi, sehingga mereka nggak bakal gampang pindah ke tempat lain hanya karena urusan harga ibaratnya, kalau sudah cocok secara chemistry, buat apa cari yang lain,

d. Bagaimana Voks Radio merancang narasi persuasif agar pendengar merasa memiliki ikatan emosional dengan brand Voks Radio?

Jawaban :

Voks Radio itu mainnya di narasi Sahabat Curhat, di mana kita nggak bicara ke pendengar, tapi bicara sebagai mereka. Kita pakai bahasa tongkrongan yang jujur dan bahas masalah sehari-hari yang bikin mereka ngerasa, "*Gila, ini Voks kok tahu banget isi hati aku?*" Intinya, kita nggak cuma jual musik, tapi jual rasa satu frekuensi yang bikin pendengar ngerasa Voks itu adalah bagian dari identitas mereka, bukan cuma sekadar radio.

e. Bagaimana alur instruksi yang Voks Radio berikan untuk memastikan sinkronisasi antara kru di studio dengan kru di lapangan saat acara *off-air*?

Jawaban :

Sinkronisasi antara kru studio dan lapangan pada acara off-air dilakukan melalui alur instruksi yang sistematis, mulai dari persiapan teknis hingga pelaksanaan di hari kegiatan. Instruksi ini bertujuan untuk memastikan setiap detail acara berjalan sesuai rencana, sehingga tidak terjadi miskomunikasi yang dapat mengganggu jalannya produksi di lapangan.

f. Siapa yang bertanggung jawab memberikan arahan teknis jika terjadi kendala komunikasi darurat saat siaran langsung berlangsung?

Jawaban :

Pihak yang memegang tanggung jawab penuh untuk memberikan arahan teknis saat terjadi kendala komunikasi darurat selama siaran berlangsung itu ada

saya sendiri sebagai Station Manager yang membawahi seluruh departemen. Namun, secara operasional di lapangan, arahan teknis diberikan oleh Program Director atau Music Director yang bertindak sebagai pengambil keputusan cepat untuk memastikan gangguan tidak berlarut-larut. Adanya penunjukan penanggung jawab ini sangat krusial guna menjaga kualitas siaran agar tetap stabil dan profesional. Dengan adanya garis instruksi yang jelas dari level manajerial ke tingkat pelaksana seperti penyiar, setiap gangguan teknis dapat diantisipasi dengan solusi yang tepat guna meminimalisir gangguan di telinga pendengar.

g. Bagaimana tim produksi menentukan komposisi musik dan konten agar tetap sesuai dengan selera orang dewasa maupun pendengar muda?

Jawaban :

Nah kalau itu, kuncinya ada di keseimbangan. Kami sadar kalau pendengar Voks Radio itu heterogen. Jadi, kami atur *playlist* yang *easy listening* buat orang kantoran atau pebisnis, tapi tetap ada sentuhan lagu-lagu hits yang lagi viral biar anak mudanya nggak kabur. Kontennya juga gitu, informasinya kita kemas secara enerjik tapi tetap berbobot. Jadi, mau didengar bapak-bapak di mobil atau anak muda yang lagi nongkrong, semuanya ngerasa cocok.

h. Apa alasan teknis di balik pemilihan gaya bahasa tertentu yang digunakan dalam produksi iklan layanan masyarakat di Voks Radio?

Jawaban :

Dalam produksi iklan layanan masyarakat, kami memang cukup memperhatikan gaya bahasa. Secara teknis, gaya bahasa yang kami pilih harus sesuai dengan karakter pendengar Voks Radio, yang mayoritas anak muda dan usia

produktif. Kalau bahasanya terlalu formal, pesannya justru susah diterima. Jadi kami pakai bahasa yang ringan, komunikatif, dan persuasif supaya pesan sosialnya bisa tersampaikan dengan jelas dalam waktu yang singkat.

i. Kapan waktu yang dianggap paling efektif untuk memutar segmen rutin guna membangun kedekatan harian dengan pendengar?

Jawaban :

Kalau menurut pengalaman kami, waktu yang paling efektif untuk memutar segmen rutin itu ada di jam-jam prime time, terutama di pagi dan sore hari. Di pagi hari, pendengar biasanya sedang memulai aktivitas, seperti berangkat kerja atau sekolah, jadi radio menjadi teman mereka. Sementara di sore hari ataupun malam hari, pendengar cenderung lebih santai dan masih setia mendengarkan radio setelah beraktivitas seharian. Dengan menempatkan segmen rutin di waktu yang sama setiap hari pada jam-jam tersebut, pendengar jadi terbiasa dan secara tidak sadar membangun kedekatan. Mereka tahu kapan segmen itu hadir dan akhirnya menunggu, sehingga tercipta hubungan yang lebih dekat dan konsisten antara pendengar dengan Voks Radio.

j. Mengapa konsistensi elemen audio seperti station id sangat krusial dalam membentuk ingatan jangka panjang audiens terhadap Voks Radio?

Jawaban :

Konsistensi elemen audio seperti station ID itu sangat krusial karena berfungsi sebagai identitas suara Voks Radio. Ketika station ID diputar secara berulang dan konsisten, pendengar akan terbiasa dan langsung mengenali Voks Radio hanya dari suara atau station ID tersebut, bahkan tanpa harus mendengar

penjelasan lainnya. Dalam jangka panjang, pengulangan elemen audio ini membantu membentuk ingatan pendengar terhadap Voks Radio. Jadi, setiap kali mereka mendengar station ID, akan muncul asosiasi otomatis dengan program, karakter penyiar, dan citra Voks Radio secara keseluruhan. Hal inilah yang membuat konsistensi station ID sangat penting dalam membangun brand awareness dan melekat di ingatan audiens.

k. Bagaimana cara tim produksi mengatur urutan konten agar perhatian pendengar tidak terputus saat memasuki jeda iklan?

Jawaban :

Dalam mengatur urutan konten, tim produksi benar-benar memperhatikan alur siaran supaya perhatian pendengar tidak terputus ketika masuk ke jeda iklan. Biasanya sebelum iklan diputar, penyiar akan memberikan pengantar atau teaser singkat yang berkaitan dengan topik yang sedang dibahas, sehingga pendengar merasa penasaran dan tetap bertahan. Selain itu, penempatan iklan juga disesuaikan dengan karakter program yang sedang berlangsung, agar tidak terasa terlalu kontras. Setelah jeda iklan selesai, penyiar langsung kembali ke pembahasan utama atau melanjutkan segmen yang tadi ditunda. Dengan pengaturan seperti ini, alur siaran tetap terasa menyambung dan pendengar tidak merasa terganggu atau kehilangan fokus.

l. Apa strategi teknis yang digunakan untuk menjaga emosi pendengar tetap stabil saat transisi antar program berlangsung?

Jawaban :

Kuncinya ada di teknik *bridging* atau jembatan audio yang halus. Kita nggak boleh kasih celah kosong atau perpindahan yang terlalu kontras. Strateginya, kita pakai 'Audio Jembatan' kayak *station ID* atau *sweeper* yang nadanya netral sebelum masuk ke program baru. Terus, penyiar wajib banget ngelakuin *teasing* di akhir segmen kasih bocoran dikit soal konten seru setelah ini biar emosi penasaran pendengar kejaga dan mereka nggak kepikiran buat ganti frekuensi.

m. Bagaimana Voks Radio mengelola sumber informasi dari media sosial pribadi untuk memperkaya topik bahasan saat sedang bersiaran?

Jawaban :

Media sosial memang jadi salah satu sumber informasi yang cukup cepat dan aktual, tapi di Voks Radio kami tidak langsung menggunakan informasi dari media sosial pribadi begitu saja. Biasanya informasi tersebut terlebih dahulu diseleksi oleh tim produksi, dicek kebenaran dan konteksnya, serta dilihat apakah relevan dengan pendengar dan tema program yang sedang dibahas. Setelah itu, informasi dari media sosial akan diolah kembali, misalnya dijadikan bahan diskusi, pemantik obrolan atau contoh kasus yang sedang tren. Penyampaiannya juga disesuaikan dengan gaya siaran radio agar tetap ringan dan komunikatif. Dengan pengelolaan seperti ini, informasi dari media sosial bisa memperkaya topik bahasan tanpa mengurangi kredibilitas dan kualitas siaran.

n. Apa saja langkah mandiri yang Voks Radio lakukan untuk menjaga kualitas karakter vokal agar tetap menjadi daya tarik utama program?

Jawaban :

Untuk menjaga vokal biar tetap jadi daya tarik, langkah mandiri kami itu sebenarnya simpel tapi disiplin. Pertama, soal kesehatan fisik kami wajib jaga keaktifan jasmani karena kalau badan drop, suara pasti ikut berubah nggak enak didengar. Terus kalau itu iya, kami juga rajin pemanasan vokal sendiri sebelum naik siaran dan jaga asupan makan-minum hindari yang bikin serak. Selain itu, kami sering dengar rekaman siaran sendiri buat evaluasi mana intonasi yang kurang asik atau mana gaya bicara yang harus diperbaiki supaya karakter suara kami tetap punya *power* dan disukai pendengar.

o. Bagaimana teknik Voks Radio dalam mencairkan suasana agar audiens di lapangan tertarik untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan *off-air*?

Jawaban :

Dalam kegiatan *off-air*, teknik utama yang kami lakukan untuk mencairkan suasana adalah dengan membangun kedekatan sejak awal. Biasanya penyiar atau MC memulai dengan sapaan yang santai, bahasa yang ringan, dan diselingi candaan agar audiens merasa nyaman dan tidak canggung. Pendekatan personal ini penting supaya audiens merasa dihargai dan tidak sungkan untuk terlibat. Selain itu, kami juga melibatkan audiens secara langsung melalui interaksi sederhana, seperti mengajak ngobrol, tanya jawab ringan, atau games kecil yang mudah diikuti. Dengan suasana yang fun dan tidak terlalu formal, audiens di lapangan jadi lebih

antusias, aktif berpartisipasi, dan merasa menjadi bagian dari kegiatan *off-air* yang diselenggarakan oleh Voks Radio.

p. Mengapa interaksi dua arah melalui aplikasi digital menjadi kunci utama Voks Radio dalam menarik minat massa di era digital sekarang?

Jawaban :

Di era sekarang, orang itu sudah nggak mau cuma dengerin satu arah kayak radio zaman dulu. Mereka pengen suaranya didengar langsung saat itu juga. Makanya, interaksi dua arah lewat aplikasi digital itu krusial buat Voks Radio. Dengan aplikasi, kita bisa langsung balas *request* lagu, bacain curhatan mereka, atau Tanya jawab pas siaran *live*. Jadi, ada kedekatan yang nyata. Mereka merasa bukan cuma jadi pendengar, tapi jadi bagian dari obrolan kita di studio. Interaksi kayak ginilah yang bikin mereka betah dan nggak pindah ke platform lain, karena mereka ngerasa punya teman ngobrol yang nyata dan responsif.

Narasumber (2)

Nama : Afra Bai'atun Nisa

Jenis Kelamin : Perempuan

Profesi : Director & Producer

a. Apa standar teknis yang Voks Radio terapkan agar informasi dalam program siaran tetap jernih dan mudah dipahami pendengar?

Jawaban :

Sebenarnya kuncinya ada di pengaturan *output* suara dan pemilihan bahasa. Kita pastikan semua perangkat siaran dalam kondisi prima supaya audionya jernih, nggak ada *noise*. Terus, gaya bahasa yang kita pakai itu yang lugas dan sopan, jadi

mau dengerin sambil nyetir atau kerja pun, orang langsung nangkap apa maksud infonya tanpa harus mikir keras.

b. Bagaimana cara Voks Radio memastikan keakuratan konten audio sebelum materi tersebut diproduksi dan disiarkan?

Jawaban :

Keakuratan konten dipastikan melalui proses perencanaan konsep dan penulisan skrip sebelum produksi dilakukan. Tim produksi mengimajinasikan tema, arah konten, dan pemilihan backsound. Sebelum materi disiarkan, produser dan penyiar wajib berdiskusi untuk menentukan segmen program serta durasinya. Kolaborasi ini adalah kunci kami dalam melakukan filter terhadap akurasi konten audio sebelum diproduksi.

c. Mengapa pemilihan musik latar (*backsound*) sangat krusial dalam membangun emosi pendengar agar mereka tertarik pada konten yang disajikan?

Jawaban :

Backsound berperan penting dalam membangun suasana dan emosi pendengar. Pemilihan musik latar harus relevan dengan situasi yang ingin dibangun dalam konten, sehingga pesan yang disampaikan dapat dirasakan secara emosional dan tidak terasa monoton. Hal ini menjadi salah satu kekuatan utama dalam menarik perhatian audiens.

d. Bagaimana Voks Radio merancang struktur iklan atau promo program agar mampu membujuk pendengar untuk tidak berpindah frekuensi?

Jawaban :

Kami merancang struktur iklan agar transisinya berjalan mulus dilakukan secara singkat, dinamis dan tidak membosankan melalui pengolahan karakter suara serta konsep yang menarik. Serta urutan konten antara lagu, iklan, dan voice harus pas agar pendengar tidak kaget atau kehilangan minat, yang akhirnya mencegah mereka memindahkan frekuensi.

e. Bagaimana alur instruksi tertulis yang Voks Radio berikan kepada penyiar agar eksekusi di ruang siaran sesuai dengan rencana produksi?

Jawaban :

Kalau urusan instruksi, kita nggak mau ada yang meleset pas penyiar sudah di depan *mic*. Jadi, alur instruksi tertulisnya itu lewat lembar panduan siaran atau *rundown* produksi. Isinya detail, mulai dari urutan lagu, poin-poin informasi yang harus disampaikan, sampai durasi tiap segmen. Instruksi ini kita kasih ke penyiar sebelum mereka naik siar, supaya mereka punya gambaran besar mau ngomong apa dan kapan waktunya masukin iklan atau promo. Tujuannya jelas, biar eksekusi di ruang siaran tetap rapi dan sesuai dengan konsep yang sudah kita rapatkan di tim produksi. Jadi, penyiar tinggal kembangin pakai gaya bahasa mereka, tapi tetap patokannya di instruksi tertulis itu biar nggak keluar jalur.

f. Siapa yang bertanggung jawab memberikan arahan teknis jika terdapat perubahan naskah secara mendadak saat siaran berlangsung?

Jawaban :

Kalau ada perubahan naskah yang sifatnya mendadak pas lagi *on-air*, komandonya langsung dipegang sama Kepala Bagian Produksi atau Program Director. Tapi karena di studio itu geraknya harus serba cepat, biasanya penyiar langsung koordinasi kilat sama operator yang lagi jaga. Intinya, Kepala Produksi yang jadi penentu keputusan akhir supaya siaran tetap terkendali dan info yang sampai ke telinga pendengar nggak jadi berantakan. Jadi, tetap ada satu orang yang jadi "pilotnya" buat ambil alih situasi darurat itu.

g. Bagaimana cara Voks Radio menyesuaikan kemasan audio agar tetap relevan bagi pendengar senior namun tetap terdengar modern bagi kaum muda?

Jawaban :

Strateginya ada di keseimbangan antara konten dan cara penyampaian. Kita nggak pilih salah satu, tapi kita gabungin kedua selera itu dalam satu kemasan. Buat pendengar senior, kita tetap kasih informasi yang mereka butuhin, kayak berita bisnis, kesehatan, atau info layanan publik dengan gaya bahasa yang sopan dan berwibawa. Tapi biar kaum muda nggak ngerasa radio ini jadul, kita balut pakai kemasan audio yang modern. Misalnya, musik latar (*background*) yang kita pakai punya *beat* yang lebih kekinian, atau pakai *sound effect* yang lebih segar dan nggak kaku. Intinya, informasinya tetap berbobot buat yang senior, tapi pembawaannya dibuat santai dan enerjik khas anak muda. Jadi, pendengar senior ngerasa dihormati

lewat kualitas infonya, sementara kaum muda tetap nyaman karena suasananya nggak membosankan.

h. Apa alasan teknis di balik pengaturan volume dan tempo siaran yang disesuaikan dengan profil pendengar Voks Radio?

Jawaban :

Secara teknis, tugas kami adalah memastikan setiap elemen audio memiliki kualitas energi yang terjaga agar identitas Voks Radio tetap kuat. Kami mengatur tempo dan volume secara spesifik agar siaran terasa dinamis, di mana musik latar (*background*) bukan sekadar penghias, melainkan alat untuk membangun emosi pendengar agar tetap nyaman di frekuensi kami.

i. Kapan frekuensi pemutaran Station ID atau identitas radio dilakukan agar elemen tersebut menjadi kebiasaan yang diingat pendengar?

Jawaban :

Mengenai frekuensi pemutaran Station ID atau identitas Voks Radio, prinsip utama kami adalah membangun kedekatan dan ingatan jangka panjang di benak audiens. Secara teknis, kami menjadwalkan identitas ini untuk diputar sesering mungkin di sepanjang waktu siaran.

j. Bagaimana Voks Radio mengatur durasi setiap segmen rutin agar menjadi ritual yang dinantikan oleh audiens setiap harinya?

Jawaban :

Kuncinya ada di konsistensi jadwal dan durasi yang pas. Kita nggak buat segmen terlalu lama sampai bikin bosan, tapi juga nggak kependekan sampai informasinya menggantung. Jadi, tiap segmen itu kita tempatkan di jam yang sama

persis setiap harinya. Misalnya, info bisnis ditaruh pas jam berangkat kantor dengan durasi sekitar 10–15 menit. Karena jamnya nggak pernah berubah, lama-lama terbentuk "kebiasaan" di telinga pendengar. Mereka jadi hafal, kalau jam segini pasti ada info ini. Inilah yang akhirnya jadi ritual harian, pendengar bakal merasa ada yang kurang kalau belum dengar segmen favorit mereka di jam yang sudah mereka tunggu-tunggu itu.

k. Bagaimana teknik penyusunan *playlist* lagu yang Voks Radio gunakan untuk menjaga stabilitas jumlah pendengar dari jam sibuk ke jam santai?

Jawaban :

Teknik penyusunan playlist di Voks Radio sangat bergantung pada pemetaan aktivitas audiens sepanjang hari. Kami menggunakan pendekatan "transisi energi" untuk menjembatani perubahan suasana dari jam sibuk ke jam santai. Pada jam sibuk, playlist didominasi oleh lagu-lagu dengan *beats per minute* (BPM) yang tinggi untuk menyesuaikan dengan intensitas gerak pendengar yang sedang bekerja atau berkendara. Namun, saat memasuki jam santai kami menyisipkan lagu-lagu berdurasi lebih panjang dengan tempo yang lebih lambat secara bertahap. Hal ini dilakukan agar transisi tersebut tidak terasa kontras, sehingga pendengar tetap merasa nyaman berada di frekuensi kami tanpa merasa perlu mencari suasana baru di stasiun lain.

l. Mengapa pengaturan urutan konten audio sangat penting dilakukan agar perhatian pendengar tidak terputus saat memasuki jeda iklan?

Jawaban :

Pentingnya ada di menjaga alur emosi pendengar. Kalau kita langsung potong konten seru dengan iklan yang tiba-tiba, pendengar pasti kaget dan refleks pindah frekuensi. Makanya, urutannya kita atur supaya iklan itu masuk secara halus. Biasanya kita pakai teknik teasing di akhir segmen, yaitu kasih bocoran dikit tentang topik menarik yang bakal dibahas setelah iklan. Dengan begitu, perhatian mereka nggak terputus; mereka justru mau bertahan dengerin iklan supaya nggak ketinggalan kelanjutan obrolannya. Jadi, iklan bukan dianggap gangguan, tapi cuma jeda sebentar sebelum masuk ke bagian yang paling mereka tunggu.

m. Bagaimana cara Voks Radio mendokumentasikan dan mengolah kembali aset siaran lama agar dapat digunakan sebagai konten media sosial?

Jawaban :

Cara kita mengolahnya itu lewat proses kurasi dan pengemasan ulang, tidak semua hasil siaran kita ambil, tapi kita pilih bagian-bagian paling seru, lucu, atau informatif yang punya nilai viral. File audionya kita potong-potong jadi klip pendek, terus kita kasih sentuhan visual misalnya dibikin jadi *audiogram* atau ditambahin teks yang menarik biar lebih pas sama karakter media sosial kayak Instagram atau TikTok. Dengan cara ini, konten yang tadinya cuma bisa didengar sekali lewat radio, sekarang bisa dinikmati kapan saja dan bahkan bisa menjangkau audiens baru yang mungkin nggak dengerin radio secara konvensional. Jadi, aset

lama itu nggak mati gitu aja, tapi justru jadi nyawa baru buat akun sosmed Voks Radio.

n. Apa langkah teknis yang Voks Radio lakukan untuk merawat kualitas perangkat siaran agar produksi konten tetap maksimal?

Jawaban :

Voks Radio melakukan perawatan perangkat melalui kombinasi pemeliharaan rutin dan kalibrasi sistem. Secara fisik, kami melakukan pembersihan berkala pada filter mikrofon dan konsol mixer dari debu serta kotoran untuk mencegah gangguan arus pendek atau penurunan sensitivitas suara. Selain itu, kami memantau suhu ruang server secara ketat agar perangkat keras tidak mengalami overheating saat digunakan siaran terus-menerus. Secara sistem, kami melakukan pengecekan jalur audio setiap hari untuk memastikan tidak ada suara yang pecah atau terlalu kecil. Kami juga rutin melakukan pembaruan perangkat lunak pada sistem otomatisasi siaran dan melakukan backup data secara berkala. Langkah-langkah teknis ini memastikan bahwa kualitas audio yang sampai ke telinga pendengar tetap jernih, tajam, dan bebas dari gangguan teknis yang dapat merusak kualitas konten.

o. Bagaimana Voks Radio merancang konsep acara *off-air* yang unik agar mampu menarik perhatian massa dalam jumlah besar secara fisik?

Jawaban :

Voks Radio merancang acara *off-air* dengan prinsip interaktivitas komunitas. Kami tidak sekadar membuat panggung, tetapi menciptakan ruang di mana pendengar bisa berinteraksi langsung dengan penyiar favorit dan terlibat dalam

aktivitas tematik yang relevan dengan gaya hidup mereka. Strategi utamanya adalah membangun pengalaman fisik dari konten udara, seperti mengadakan kompetisi komunitas atau live broadcast di ruang publik. Dengan menggabungkan popularitas penyiar dan konsep acara yang partisipatif, kami berhasil menciptakan ikatan emosional yang kuat, sehingga massa merasa tertarik untuk hadir secara fisik sebagai bagian dari keluarga besar Voks Radio. Serta konsep dirancang berdasarkan tren atau kerja sama brand, seperti penyelenggaraan konser musik, seminar kesehatan, fun run, hingga meet and greet.

p. Mengapa penggunaan efek suara atau *sampling* tertentu menjadi daya tarik yang membedakan produksi Voks Radio dengan stasiun radio lainnya?

Jawaban :

Efek suara atau *sampling* itu sebenarnya adalah sidik jari audio kami. Yang membedakan Voks Radio dengan stasiun lain adalah cara kami membangun suasana lewat suara-suara unik yang ikonik. Penggunaan efek suara yang tepat bisa bikin pendengar langsung tahu, "Oh, ini pasti Voks Radio," bahkan sebelum penyiar bicara. Kami nggak asal pakai efek, tapi kami pilih yang sesuai dengan identitas radio yang modern dan dinamis. Efek ini berfungsi sebagai penegas emosi. kalau lagi bahas topik seru, *sampling* nya harus bisa bikin suasana makin hidup. Selain itu, *sampling* ini jadi pembeda karena kami produksi sendiri secara eksklusif. Itulah yang bikin produksi kami terasa lebih berkarakter, nggak kaku, dan punya ciri khas yang nempel terus di ingatan pendengar.

Narasumber (3)

Nama : Rara

Jenis Kelamin : Perempuan

Profesi : Announcer (Penyiar)

a. Bagaimana cara Voks Radio menyaring informasi yang sedang viral agar tetap akurat saat disampaikan secara spontan di udara?

Jawaban :

Saya sebagai penyiar melakukan penyaringan informasi dengan cara melakukan riset mendalam serta observasi menyeluruh sebelum berinteraksi di depan mikrofon agar pesan yang disampaikan benar-benar dipahami dengan baik oleh penerima pesan. Pendekatan ini memastikan bahwa meskipun informasi disampaikan secara spontan, akurasi tetap terjaga karena penyiar sudah memiliki landasan data yang kuat dan tidak asal bicara saat mengudara. Selain itu, informasi viral sering kali dibedah melalui sudut pandang yang berbeda, seperti mengambil referensi dari status atau curhatan di media sosial pribadi untuk memperkaya bahan improvisasi dan bahasan siaran. Dengan menggabungkan tren media sosial dan hasil riset mandiri, penyiar dapat menyajikan informasi yang tidak hanya cepat, tetapi juga memiliki kedalaman bahasan yang relevan bagi pendengar.

b. Apa teknik yang Voks Radio gunakan untuk menyampaikan data statistik atau berita bisnis agar terdengar santai bagi pendengar muda?

Jawaban :

Saya menghindari penyampaian formal dan lebih efektif menggunakan bahasa komunikasi sehari-hari yang sederhana serta kekinian. Komposisi konten

juga disesuaikan dengan target market agar informasi bisnis tersebut tidak terasa berat bagi pendengar muda.

c. Mengapa pemilihan kata sapaan tertentu dapat memengaruhi minat pendengar untuk berinteraksi melalui pesan whatsapp atau media sosial?

Jawaban :

Pemilihan kata sapaan itu krusial karena berkaitan dengan kenyamanan dan rasa memiliki. Kalau kita pakai sapaan yang kaku, pendengar bakal merasa ada jarak antara mereka dengan penyiar, jadi mereka sungkan buat ikutan komentar atau kirim pesan. Sebaliknya, saat kita pakai sapaan yang akrab dan sesuai dengan profil mereka misalnya sapaan yang terasa seperti teman sendiri pendengar bakal merasa lebih dihargai. Mereka jadi merasa dianggap sebagai bagian dari keluarga besar radio. Kedekatan emosional inilah yang akhirnya memancing mereka buat lebih berani kirim pesan WhatsApp atau komen di media sosial, karena mereka merasa lagi ngobrol sama sahabatnya, bukan sama orang asing.

d. Bagaimana Voks Radio membangun narasi yang meyakinkan agar pendengar tertarik untuk mencoba produk dari sponsor yang Voks Radio sebutkan?

Jawaban :

Strateginya bukan sekadar jualan, tapi lewat pendekatan bercerita atau *storytelling*. Kita nggak mau cuma bacain keunggulan produk secara kaku, karena pendengar biasanya bakal langsung bosan. Kita bungkus narasi produk itu lewat pengalaman nyata atau masalah yang sering dihadapi audiens sehari-hari. saya bakal membawakannya seolah-olah lagi ngasih rekomendasi ke teman dekat. Jadi,

narasinya kerasa lebih tulus dan solutif. Selain itu, saya selalu pilih kata-kata yang persuasif tapi nggak maksa. Kita tonjolin manfaat utamanya yang paling relevan sama kebutuhan pendengar saat itu. Karena mereka sudah percaya sama penyiarinya, otomatis mereka jadi lebih yakin buat nyobain produk yang kita sebutkan.

e. Bagaimana Voks Radio menyikapi instruksi mendadak dari produser melalui *talkback* tanpa mengganggu kelancaran bicara anda di depan mic?

Jawaban :

Kuncinya ada di konsentrasi dan multitasking. Pas ada suara produser masuk ke headphone, saya harus tetap tenang dan jangan sampai hilang fokus sama kalimat yang lagi saya ucapin. Biasanya saya dengerin instruksinya sambil tetap ngomong, terus saya kasih kode tangan ke operator atau produser kalau saya sudah paham. Jadi, di telinga pendengar, omongan saya tetap mengalir lancar seolah-olah nggak ada interupsi apa pun.

f. Siapa yang menjadi acuan Voks Radio dalam mengeksekusi urutan segmen agar tidak menyalahi aturan durasi yang sudah ditentukan?

Jawaban :

Acuan utama saya adalah Jam Studio dan Rundown Produksi. Tapi secara personil, saya selalu berkoordinasi sama Operator. Mereka yang kasih kode atau aba-aba kalau durasi sudah mau habis atau sudah waktunya pindah segmen. Jadi, meskipun saya lagi asyik ngobrol, mata saya tetap harus sigap liat jam dan instruksi dari operator supaya siaran nggak *over-duration*.

g. Bagaimana Voks Radio menyesuaikan gaya bicara atau intonasi suara agar tetap sopan bagi pendengar dewasa namun tetap enerjik bagi anak muda?

Jawaban :

Saya pakai teknik 'Gaya Bicara Teman Dekat'. Biar tetap sopan buat pendengar dewasa, saya jaga pemilihan kata-kata dan nggak pakai bahasa yang terlalu kasar. Tapi biar tetap enerjik buat anak muda, saya mainkan intonasi dan keceriaan suara. Jadi, nada suaranya nggak datar atau lemas, melainkan punya semangat yang bisa nular ke siapa pun yang dengerin, tanpa harus terkesan kurang ajar.

h. Apa pertimbangan Voks Radio dalam memilih topik obrolan agar relevan dengan dinamika kehidupan masyarakat di Kota Medan saat ini?

Jawaban :

Pertimbangan utama kami adalah "Apa yang lagi dirasain warga Medan sekarang?". Kami nggak mau kasih topik yang cuma sekadar info, tapi harus punya kedekatan nyata. Pertama, kami pantau isu-isu strategis di kota. Misalnya, kalau lagi ada pembangunan jalan besar-besaran atau perubahan rute lalu lintas, itu langsung kami angkat karena efeknya langsung dirasain semua orang. Kami juga aktif dengerin curhatan atau keluhan warga di media sosial yang lagi *trending* di lingkup lokal. Kedua, kami liat tren gaya hidup. Anak muda Medan lagi suka nongkrong di mana? Pelaku bisnis lagi ngadepin tantangan apa? Jadi, kita nggak cuma bahas berita berat, tapi juga sisi *lifestyle* yang lagi hangat. Intinya, topik pilihan kami harus bisa jadi bahan obrolan pendengar pas mereka lagi kumpul

bareng teman atau keluarga. Jadi, Voks Radio selalu terasa nyambung sama denyut nadi kota ini.

i. Apa kalimat pembuka (*opening*) atau slogan pribadi yang secara konsisten Voks Radio ucapkan agar menjadi ciri khas yang diingat pendengar?

Jawaban :

Sebagai penyiar, saya selalu konsisten pakai *opening* yang jadi identitas saya dan Voks Radio seperti "Halo Voksers Medan! Bareng sama Rara di sini, siap nemenin aktivitas bisnis dan profesional kamu biar makin produktif. Tetap di Voks Radio". Slogan ini penting karena biar pendengar merasa punya komunitas dan supaya pendengar langsung kenal suara enyiar tanpa harus liat layar radio.

j. Kapan Voks Radio biasanya melemparkan kuis atau tebak-tebakan ringan untuk memancing keterlibatan rutin dari pendengar setia?

Jawaban :

Biasanya sih pas jam-jam ngantuk atau pas orang lagi macet-macetan di jalan, sekitar jam 10 pagi atau jam 4 sore. Di jam segitu, orang kan butuh hiburan biar nggak bosan. Jadi, kita kasih tebak-tebakan ringan atau kuis berhadiah biar mereka semangat lagi. Lumayan kan, iseng-iseng berhadiah sambil dengerin radio, mereka jadi makin rajin kirim pesan ke kita.

k. Bagaimana teknik *bridging* (penyambungan) yang Voks Radio lakukan agar pendengar tetap setia menunggu setelah jeda iklan berakhir?

Jawaban :

Teknik yang saya gunakan adalah memberikan janji informasi. Sebelum masuk ke jeda iklan, saya tidak akan menutup topik secara tuntas. Saya akan

memberikan sebuah *insight* atau pertanyaan yang menggantung, misalnya: "Tahukah Voksers ada satu kesalahan fatal yang sering dilakukan pebisnis muda di Medan saat mulai buka usaha? Rara akan bongkar rahasianya tepat setelah jeda berikut ini." Dengan teknik ini, pendengar secara psikologis akan merasa penasaran dan merasa terhutang informasi jika mereka mengganti frekuensi sebelum iklan selesai.

l. Mengapa pemberian informasi mengenai agenda acara berikutnya (*teasing*) sangat penting untuk menjaga jumlah pendengar di jam siaran anda?

Jawaban :

Teasing itu gunanya biar pendengar punya alasan buat stay. Kalau mereka tahu 15 menit lagi ada pembahasan yang mereka suka, mereka pasti bakal nungguin. Intinya sih biar mereka nggak ngerasa rugi dengerin iklan sebentar, karena ada konten oke yang sudah nunggu di depan.

m. Bagaimana Voks Radio memanfaatkan tren yang sedang hangat di TikTok atau Instagram sebagai amunisi konten siaran agar tidak kehabisan bahan obrolan?

Jawaban :

Saya menggunakan teknik "Content Repurposing & Local Context". Caranya, saya memantau apa yang sedang *trending* (misalnya sound TikTok yang viral atau isu di Instagram), lalu saya olah kembali agar masuk ke ranah profesional. Contohnya jika ada tren gaya hidup baru di Jakarta yang sedang viral, saya akan bawa ke siaran dengan bertanya: "Kira-kira kalau tren ini diterapkan di Medan,

bakal cocok nggak ya buat bisnis kuliner kita?". Jadi, medsos adalah sumber ide mentah dan tugas saya di radio adalah memberikan kedalaman konteks yang tidak didapatkan pendengar hanya dari sekadar melihat video singkat di HP.

n. Apa upaya mandiri yang Voks Radio lakukan untuk menjaga kesehatan pita suara sebagai aset utama dalam menjalankan profesi penyiar?

Jawaban :

Wah, kalau ini sih perjuangan ya. Paling utama, saya harus banyak minum air putih, tapi pantang banget yang namanya es kalau mau siaran. Gorengan sama makanan pedas juga harus dikurang-kurangi, apalagi kalau jadwal lagi padat. Terus sebelum buka mic, biasanya aku latihan vokal bentar, kayak teriak kecil atau olah nafas, biar suaranya nggak cempreng atau serak pas nyapa pendengar.

o. Bagaimana cara Voks Radio membangun kemeriahan saat memandu acara *off-air* agar massa yang hadir merasa antusias mengikuti rangkaian acara?

Jawaban :

Kalau di acara *off-air*, kuncinya itu ada di interaksi fisik dan energi. Saya tidak bisa cuma berdiri di belakang podium, saya harus turun ke bawah, nyamperin massa, dan ajak mereka ngobrol langsung. Biasanya saya mulai dengan *ice breaking* yang melibatkan mereka, misalnya bikin teriakan atau yel-yel seru yang khas Voks Radio. Selain itu saya harus 'baca' penonton. Kalau kelihatannya mereka mulai lemas, saya bakal kasih *games* spontan atau bagi-bagi *merchandise* dengan cara yang seru. Intinya, harus jadi orang yang energinya paling tinggi di situ, biar

mereka ketularan semangatnya. Pokoknya jangan sampai ada 'dead air' atau suasana garing.

p. Apa unsur kepribadian (*personality*) yang Voks Radio tonjolan agar memiliki daya tarik unik dibandingkan penyiar dari radio kompetitor?

Jawaban :

Kalau saya pribadi, yang aku tonjolan itu karakter 'Professional Bestie'. Artinya, aku tetep punya wawasan soal dunia bisnis dan professional biar nyambung sama Voks Radio tapi cara penyampaian itu kayak sahabat sendiri. Saya nggak mau kedengaran kayak guru yang lagi ceramah atau penyiar yang terlalu jaga image. Saya lebih suka pakai bahasa yang jujur, sesekali selipin humor atau cerita *relatable* soal kehidupan kerja di Medan yang suka bikin pening. Karakter yang 'pintar tapi asik' inilah yang jadi pembeda. Di kompetitor mungkin ada yang lebih formal atau malah terlalu bercanda terus, tapi di sini saya pengen pendengar ngerasa lagi ngobrol sama temen pintar yang bisa diajak diskusi sekaligus diajak ketawa.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap tiga narasumber yang terdiri dari station manager, program director & producer dan penyiar, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa Voks Radio 104.6 FM Medan menerapkan strategi manajemen komunikasi yang terintegrasi untuk mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran media digital. Berdasarkan hasil penelitian, strategi *on air* dilakukan dengan mengedepankan aspek aktualitas dan kedekatan emosional melalui program-program yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan informasi serta hiburan masyarakat lokal. Dalam praktiknya, Voks

Radio memanfaatkan keunggulan media auditif untuk menciptakan imajinasi bagi pendengar melalui kualitas vokal penyiar yang persuasif dan pemilihan daftar putar musik yang variatif. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *on air* bukan sekadar menyiarkan suara, melainkan sebuah upaya membangun karakter identitas radio yang tetap relevan dengan selera pasar di era modern.

Selanjutnya, penguatan eksistensi juga dilakukan melalui strategi program *off air* yang berfungsi sebagai jembatan komunikasi langsung antara radio dengan khalayak di luar frekuensi udara. Melalui kegiatan lapangan, promosi langsung dan penyelenggaraan acara komunitas, Voks Radio mampu menciptakan kehadiran fisik yang memperkuat kepercayaan pendengar serta mitra kerja. Proses ini didukung oleh manajemen strategis yang sistematis, mulai dari tahap perencanaan ide, pengorganisasian kru siar, hingga tahap eksekusi di lapangan. Peneliti menemukan bahwa sinkronisasi antara konten yang disiarkan di radio dengan aktivitas luar studio menjadi kunci utama dalam menjaga loyalitas pendengar agar tidak beralih ke platform hiburan digi

Pada tahap evaluasi, Voks Radio menjalankan fungsi pengawasan secara berkala untuk meninjau kembali setiap program yang telah dijalankan, baik dari segi teknis maupun konten. Di era digital ini, Voks Radio tidak lagi menutup diri terhadap teknologi, melainkan melakukan proses digitalisasi dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana interaksi dua arah yang lebih cepat. Strategi ini memungkinkan radio untuk mendokumentasikan siaran analog ke dalam bentuk dokumen elektronik yang bisa diakses kapan saja oleh pendengar. Dengan demikian, perpaduan antara manajemen program yang disiplin dan kemampuan

beradaptasi dengan teknologi baru menjadi fondasi utama bagi Voks Radio untuk tetap berdiri kokoh sebagai salah satu media penyiaran terdepan di Kota Medan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi Voks Radio 104.6 FM Medan dalam mempertahankan eksistensinya di era digital, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan radio ini terletak pada kemampuannya menyinergikan strategi program on air dan off air secara berkesinambungan. Pada aspek on air, Voks Radio berfokus pada penguatan konten yang aktual dan gaya penyiaran interaktif guna menciptakan kedekatan emosional dengan pendengar yang tidak dimiliki oleh platform musik digital otomatis. Strategi ini diperkuat dengan pelaksanaan program off air melalui berbagai kegiatan luar studio, seperti event komunitas dan promosi lapangan, yang terbukti ampuh memperkuat branding secara fisik serta menjaga kehadiran radio di tengah masyarakat Kota Medan. Eksistensi tersebut dapat terjaga karena didukung oleh penerapan fungsi manajemen yang disiplin, mulai dari perencanaan ide kreatif, pelaksanaan siaran profesional, hingga proses evaluasi rutin pada setiap program. Dengan mengombinasikan siaran radio konvensional dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana interaksi dua arah, Voks Radio 104.6 FM Medan berhasil menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan tetap relevan dengan gaya hidup masyarakat modern di era digital saat ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, peneliti memberikan beberapa saran strategis bagi keberlangsungan Voks Radio 104.6 FM Medan.

Pertama, Voks Radio disarankan untuk lebih aktif menyiarkan proses siaran secara visual melalui fitur live streaming di platform media sosial seperti TikTok dan Instagram. Langkah ini dinilai penting untuk menarik minat pendengar dari kalangan generasi muda yang saat ini lebih banyak menghabiskan waktu pada konten berbasis video. Kedua, peningkatan kolaborasi dengan berbagai komunitas lokal di Kota Medan dalam kegiatan off air perlu diperluas guna memperkuat jangkauan promosi dan memperkuat identitas radio di tengah masyarakat. Dengan mengintegrasikan kehadiran visual di media sosial dan mempererat hubungan fisik melalui komunitas, Voks Radio diharapkan dapat terus mempertahankan eksistensinya di era digital secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, P. (2020). Strategi Manajemen Radio Rri- Pro 2 Dalam Meningkatkan Minat Dengar Masyarakat Kecamatan Medan Denai Di Kota Medan. *Jurnal Network Media*, 3(1), 102–117.
- Asaniyah, N. (2021). PELESTARIAN INFORMASI KOLEKSI LANGKA: Digitalisasi, Restorasi, Fumigasi. *Buletin Perpustakaan*, 57, 85–94.
- Dewi, A. S. (2021). Issn : 0216-003x e-issn : 2807-596x. *Jurnal Komunika*, 17(2), 1–14.
- Elfira Rahmadani, Deni Yanuar, S. R. (2023). EKSISTENSI RADIO SERAMBI FM PADA ERA DISRUPTIF. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP*, 8(4), 1–12.
- Hendra, T. (2019). Media Massa Dalam Komunikasi Pembangunan. *Jurnal At-Taghyir: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat Desa*, 1(2), 136–152.
- Huda, M., Sarinah, S., & Saputra, V. D. (2021). Strategi Komunikasi Radio Citra FM Kendal Dalam Meningkatkan Minat Pendengar. *Journal of Communication Studies*, 1(2), 97–113.
- Ismed, M. (2020). Perubahan Dan Inovasi Media Radio Di Era Digital. *Mediasi*, 1(2), 92–102.
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 119–138.
- Kustiawan Winda, Wulandari Latifah, Fitri Hanifah, Syafika Nurfatin, Lamnur Siregar, R., & Akmal Hidayat, T. (2023). Radio Siaran dan Peralatannya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 1156–1163.
- Kustiawan Winda, Fika Khairani, S., Sasi Alwiyah, Rofifah Abiyyah, L., Fatma Zuhro, G., Nilam Sari, P., dan Nurhayati. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 1-9.
- 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.
- Mandagil, L., Lopian, M. T., & Lambey, T. (2022). Strategi Politik. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*, 2(3), hlm. 1-7.

- Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 174–183.
- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 167–178.
- Permatasyari, A. (2021). Perkembangan Komunikasi Massa. *Jurnal Prosiding*, 1(1), 18–31.
- Pohan, D. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Pusdikra Publishing.Com*, 2, 45–79.
- Rahayu, T. Y., & Dewi Katili, K. R. (2019). Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya*, 4(1), 139–153.
- Rambalangi, Sambiran, S., & Kasenda, V. (2018). Eksistensi Lembaga Adat Dalam Pembangunan Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa (Suatu Studi Di Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa Provinsi Sulawesi Barat). *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan Volome*, 1(1), 2337–5736.
- Riani Elisabeth, C., & Kusdian Novanti, I. (2023). Analisis Layanan Pick Up Service O-Ranger dalam Peningkatan Pendapatan Surat dan Paket Logistik Pada Kantor Pos Pemeriksa Purworejo. *Jurnal Akuntansi*, 17(01), 30–41.
- Sari, I. J. P. (2022). Peranan Komunikasi Massa Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat Kampung Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor. *Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1), 50–55.
- Setiawan, H., & Darmastuti, R. (2021). Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar Di Era Digital (Studi Konvergensi Media Dengan Pendekatan Budaya Lokal). *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(2), 159–174.
- Simamora, N., Si, M., & Saragih, F. V. J. (2021). Analisa Proses Produksi Program Siaran Berita Di LPP (Lembaga Penyiaran Publik) RRI (Radio Republik Indonesia) Medan Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengar. *Tekesnos*, 3(2), 271–279.
- Sinaga, C. N. A. (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Interaksi*, 1(1), 1–16.
- Syaroh, M., & Lubis, I. (2020). Komunikasi Antarpribadi Guru Dan Siswa Dalam Mencegah Kenakalan Remaja. *Jurnal Network Media, Vol: 3 No.(1)*, 95–101.

Winda Kustiawan, Ja'far, J., Amran Sahputra Tanjung, Ali Akbar Siregar, Azbar Rifa'i, & Anggi Martuah Purba. (2022). Sejarah Singkat Radio, Format, Perangkat Siaran, Revolusi Serta Keunggulan Dan Kelemahannya. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(3), 85–90.

LAMPIRAN

Dokumentasi Penelitian





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

UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya
Itikad yang kuat ke arah diseminasi nomor dan langgananya

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/IBAN-PT/Ak.KP/PT/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 @https://itp.umcu.ac.id @f@umsumedan @umsumedan @umsumedan @umsumedan

SK-1

PERMCHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI

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

Medan, 7 Agustus 2025

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Dimas Wahyu Adije
 N P M : 2003.11.00.53
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 SKS diperoleh : 139,0 SKS, IP Kumulatif ...3,16

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi New Radio 103,8 FM Medan Dalam Merancang Program on Air dan OFF Air untuk MemPer tahankan eksistensinya di era digital	
2	Dampak Remoran minat Masyarakat Dalam menonton Televisi di kec. Medan Deli	
3	Strategi Radio kiss FM Dalam MemPer tahankan Eksistensinya di Era Digital	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjajian;
- 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.

247.20.311

Pemohon,

(DIMAS WAHYU ADIJE.....)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi.....

(Nurhosana Rusuhon
 NIDN: 0110073602

Medan, tanggal 22 September 2025

Ketua
 Program Studi ILMU KOMUNIKASI

DR. Akhyar Anshori S.Sos, M.I.kom
 NIDN: 0127048901





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.linkedin.com/company/umsu) [umsumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 1623/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **22 September 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **DIMAS WAHYU ADJIE**
N P M : 2003110053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **STRATEGI VOKS RADIO 104.6 FM MEDAN DALAM MERANCANG PROGRAM ON AIR DAN OFF AIR UNTUK MEMPERTAHAKAN EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL**
Pembimbing : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.**

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

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 247.20.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 22 Maret 2026.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 01 Rabiul Akhir 1447 H
23 September 2025 M

Dekan,

Assoc. Prof. Dr. ABDIN SALEH., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

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





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Dila menjabar surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

Sk-3

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

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 2 Oktober 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : DIMAS WAHYU ADJIE
N P M : 2003110053
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor:/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

Strategi New Radio 103.8 FM Medan Dalam Merancang Program
On Air dan Off Air Untuk Mempertahankan Eksistensinya
Di Era Digital

Bersama permohonan ini saya lempirkan :

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

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

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

(Dr. Akhyar Anshor L.S. Sof. M. Kom)

(Nurhasanah Nasution)

(Dimas Wahyu Adjie)

NIDN: 0127048401

NIDN: 0110073602





**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 2119/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 03 Desember 2025
Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : **Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

SK-4



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
21	AHMAD SYAFRUDDIN HSB	2003110120	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP.	PENGARUH TAYANGAN MEDIA SOSIAL TENTANG KEKERASAN DI SEKOLAH TERHADAP KEPERCAYAAN ORANGTUA MENANTRIKAN ANAK PADA PESANTREN JABALUL MADANIYAH SUJUNGKANG
22	DIMAS WAHYU ADUJE	2003110063	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI NEW RADIO 103.8 FM MEDAN DALAM MERANCANG PROGRAM ON AIR DAN OFF AIR UNTUK MEMPERTAHANLAN EKSISENSINYA DI ERA DIGITAL
23	MUHAMMAD IQBAL	1903110086	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	VIRTUAL INTIMACY DAN PERFORMATIFITAS IDENTITAS DALAM KOMUNITAS ROLEPLAY K-POP DI KALANGAN PELAJAR SMAN 3 KOTA MEDAN
24					
25					

Medan, 07 Diumadli Akhir 1447 H
27 November 2025 M



(Assoc. Prof. Dr. FARIFIN SALEH., MSP.)





UMSU
Unggul. Cerdas. Terpercaya.

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/DAN-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.umusu.ac.id fisip@umusu.ac.id umsumedan umsumdan umsumedan umsumedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Dimas Wahyu Adjie
N P M : 2003110053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Voks Radio 104.6 Fm Medan Dalam Merancang Program On Air dan Off Air Untuk Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital

No.	Tanggal	Kegiatan Advic/Bimbingan	Pasal Pembimbing
1.	18/06-2025	Pengajuan judul Skripsi Kepada kaprodi	
2.	18/07-2025	Acc judul Skripsi	
3.	28/08-2025	Bimbingan skripsi	
4.	01/09-2025	Bimbingan skripsi	
5.	08/09-2025	Bimbingan skripsi	
6.	23/09-2025	Bimbingan skripsi	
7.	02/10-2025	Bimbingan skripsi & Acc proposal	
8.	03/12-2025	Seminar Proposal Ujian Tugas Akhir	
9.	09/12-2025	Bimbingan skripsi / revisian proposal	
10.	22/12-2025	Observasi lokasi Penelitian	
11.	25/12-2025	Bimbingan skripsi	
12.	30/12-2025	Penelitian ke lapangan	
13.	27/01-2026	Bimbingan skripsi	
14.	18/02-2026	Bimbingan skripsi	
15.	12/02-2026	Bimbingan Skripsi	
16.	24/02-2026	Bimbingan Skripsi	
17.	27/02-2026	Bimbingan Skripsi / Acc Maja Hijau	

Medan, ..27..Februari.....2026...

(Dr. Arifin Sidiq, S.Sos., MSP.)
NIDN : 0010017401

Ketua Program Studi,

(Arifin Sidiq, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN : 0127048401

Pembimbing,

(Nurchasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN : 0110077602





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

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

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

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

Nomor : 2249/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 03 Rajab 1447 H
23 Desember 2025 M

Kepada Yth : Manager Voks Radio 104, 6 Fm Medan
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Voks Radio 104, 6 Fm Medan, atas nama :

Nama mahasiswa : **DIMAS WAHYU ADJIE**
N P M : 2003110053
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : XI (Sebelas) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **STRATEGI VOKS RADIO 104.6 FM MEDAN
DALAM MERANCANG PROGRAM ON AIR
DAN OFF AIR UNTUK MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSINYA DI ERA DIGITAL**

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



Cc : File.

Dekan, 

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



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

Sk-10



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 522/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 12 Maret 2026
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Pembukaan : 09.00 WIB

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	Waktu	TIM PENGUJUI			Judul Ujian Tugas Akhir
				PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
1	DIMAS WAHYU ADJIE	2003110053	1	Ascc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP	Dr. FAIZAL HAMAHA LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI VOKS RADIO 104.6 FM MEDAN DALAM MERANCANG PROGRAM ON AIR DAN OFF AIR UNTUK MEMPERTAHANKAN EKSTENSINYA DI ERA DIGITAL
2	RENIDHY PRANATA	2203110203	1	Ascc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	REPRESENTASI PERJUANGAN GENERASI MUDA DALAM MENGEJAR CITA-CITA MELALUI ANALISIS SEMIOTIKA PADA MUSIC VIDEO 'SI PALING MASHIR' (RAISA) DAN '33X' (PERUNGGU)
3	AISYAH FAYZAH IMANA MAYRAZAKA	2203110228	1	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	Ascc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP	KOMUNIKASI PEMASARAN FAISAL PHOTOLOGIE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KOTA MEDAN
4	ADELIA SOLFINIA	2203110164	1	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	Dr. FAIZAL HAMAHA LUBIS, S.Sos., M.I.Kom	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI SPG KOSMETIK MAKE OVER DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN
5	SOLIA	2203110170	1	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	DAMPAK HAMBATAN PSIKOSOSIAL MASYARAKAT TERKAIT MARAKNYA TAWURAN DI MEDAN BELAWAN

Notulis Sidang:
1.

Teval : ~~12 Maret~~ 12 Maret 2026
12 Maret 2026

Medan, 21 Ramadhan 1447 H
10 Maret 2026 M

Dibacakan oleh:
Dekan



Panitia Ujian
Sekretaris
Ascc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

Ascc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : Dimas Wahyu Adjie
Tempat/ Tanggal Lahir : Medan, 02 April 2002
Agama : Islam
Alamat : Jln Rumah Potong Hewan No 43 Lk 7
Anak ke : 2

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Budiana
Nama Ibu : Susianti
Pekerjaan Ayah : Wirausaha
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jln Rumah Potong Hewan No 43 Lk 7

PENDIDIKAN FORMAL

SD	: SD Swasta Bahagia	2008-2014
SMP	: SMP Amanah-1	2014-2017
SMA	: SMA Islam Al-Ulum Terpadu Medan	2017-2020
S1	: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	2020-2026