

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**STRATEGI PENYIARAN PUBLIK LOKAL RADIO
SWARA KAMPAR 103,8 FM DALAM MENARIK
MINAT PENDENGAR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau

IRMA SONIA PUTRI

NPM : 169110073
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

PERSEMBAHAN

Ayah dan Ibu tercinta

Ku persembahkan sebuah karya kecil ini sebagai tanda bakti, Hormat dan rasa terima kasih yang tiada hentinya kepada ibunda Evy rovita dan Ayahanda Arizon , yang telah memberikan saya doa dan kasih sayang yang cukup, pengorbanan yang tak tergantikam hingga Ananda selalu tegar menjalani setiap rintangan

“Ya Allah Ya Rahman Ya Rahim, terima kasih telah Engkau hadirkan hamba diantara kedua orang tua hamba yang setiap waktu ikhlas menjagaku, mendidikku, membimbingku dengan baik, Ya Allah berikanlah balasan yang setimpal syurga Firdaus untuk mereka dan jauhkanlah mereka dari siksaan-Mu” Aamiin.
TerimakasihIbu...Terimakasih Ayah

MOTTO

“Hadapi Segala Rintangan Dan Jangan Pernah Hilang Harapan Karena Ketika Kamu Masih Memiliki Harapan Disitulah Kamu Memiliki Masa Depan” (MERRY RIANA)

"Hidup ini adalah perjuangan, saat kamu sudah mencapai di puncak sebuah gunung, maka akan ada gunung yang lebih tinggi untuk kamu taklukkan.

Kerjakanlah urusan duniamu seakan-akan kamu hidup selamanya. Dan laksanakanlah urusan akhiratmu seakan-akan kamu akan mati besok. (HR. Ibnu Asakir)

KATA PENGANTAR

Assalamualikum warrohmatullahiwabarokatuh

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : **“Strategi Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 FM” Dalam Menarik Minat Pendengar**, yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

Penulis dengan segala keterbatasan pengetahuan dan pengalamannya, berusaha sebaik mungkin untuk menyusun setiap halaman bab demi bab dari proposal ini sesuai dengan aturan penelitian ilmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh arsitektur. Namun demikian, penulis memahami bahwa pada beberapa halaman skripsi ini mungkin terdapat kesalahan dan kekurangan. Untuk mewujudkan hal tersebut, penulis mengharapkan pengertian dan masukan dari para pembaca.

Akhirnya penulis berharap semoga bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapat keridhaan Allah SWT, dan penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yang telah banyak membantu dalam penelitian ini diantaranya Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua dan ibunda tercinta, yang telah mendoakan, mendukung, semangat, dan cintanya selama ini kepada penulis, sehingga dapat bermanfaat. Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Muh AR Imam Riauan, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
2. Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
3. Al Sukri, M.I.KOM, Selaku Pembimbing dan dosen PA saya yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan membantu menyelesaikan masalah yang peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.

4. Seluruh Bapak, Ibu dosen dan karyawan tata usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang selama ini telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dan membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
5. Teruntuk Kedua Orang tua saya, Ayah saya Arizon, SE , dan Mama saya Evy Rovita,S.pd beserta dua saudara kandung, kakak Arsy Makini,S.pd dan adik Berlian, telah memberi saya dukungan dan semangat untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. .
6. Terima kasih teruntuk teman terdekat saya kepada Johan Zulkarnain, Edi Saputra, Alfin, Rahmadi Enmar, Al hamdi, Marisa aprilia, Dian, nur azizah ,Bela novandika dan teman-teman yang lainnya, yang telah memberi saya motivasi, beserta menemani saya dalam melakukan wawancara dan memberi arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, dan berharap ilmu yang diperoleh dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, serta bagi Noosa dan bangsa. Wabillahitaufikwalhidayah, Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, November 2021
Penulis

IRMA SONIA PUTRI
Npm : 169110073

DAFTAR ISI

Halaman

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Fokus Penelitian	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan.....	7
2. Manfaat penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Literatur.....	9
1. Strategi Komunikasi	9
2. Komunikasi	15
3. Media Massa	28
4. Media Penyiaran	30
5. Pemerintah	31
6. Radio.....	32
7. Pendengar.....	39

B. Definisi Operasional.....	40
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	45
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	46
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
1. Lokasi Penelitian.....	47
2. Waktu Penelitian.....	47
D. Sumber Data.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	51
G. Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	58
1. Sejarah Radio Swara Kampar 103,8 Fm.....	58
2. Dasar Hukum Pendirian Radio.....	60
3. Visi dan Misi Radio Swara Kampar.....	60
4. Logo Radio Swara Kampar.....	61
5. Struktur Organisasi Radio Swara Kampar.....	65
B. Hasil Penelitian.....	65
1. Memiliki Program Unggulan.....	66
2. Iklan Gratis.....	73
3. Menggunakan Teknologi Terbaru.....	76
C. Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	47



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Langkah-langkah Analisis Data Kualitatif Miles dan Huberman.....	55
Gambar 4.1	Logo Radio Swara Kampar.....	61
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Radio Swara Kampar.....	65
Gambar 4.3	Jadwal siaran radio swara Kampar (2019-2020).....	
Gambar 5.1	Salah Satu Produk yang di Iklankan oleh Radio Swara Kampar 103,8 FM.....	75
Gambar 5.2	Tampilan Channel Youtube Radio Swara Kampar 103,8 FM.	77
Gambar 5.3	Tampilan Gambar Kerja Sama Radio Swara Kampar 103,8 FM.....	78
Gambar 5.4	Tampilan Gambar Website Radio Swara Kampar 103,8 FM ..	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Dokumentasi Lampiran.....	88
Lampiran 2	Wawancara Penelitian.....	90



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Abstrak

STRATEGI PENYIARAN PUBLIK LOKAL RADIO SWARA KAMPAR 103,8 FM DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR

Irma Sonia Putri
NPM. 169110073

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 Fm dalam Menarik Minat Pedengar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan dalam penelitian ini adalah Direktur Radio Swara Kampar 103,8 FM, satu orang, Kepala stasiun Radio Swara Kampar 103,8 FM, satu orang, Penyiar Radio Swara Kampar 103,8 FM berjumlah dua orang. Data penelitian ini sumber data berupa data primer observasi langsung berupa pengumpulan data secara wawancara dengan observasi Data sekunder penelitian ini adalah mengambil data dari kantor, hasil survey lapangan, Wawancara kepada kepala dinas komunikasi/direktur radio swara kampar, satu org kepala stasiun, dan 2 orang penyiar radio. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini menggunakan Triangulasi sumber data terdiri dari *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display* (Penyajian Data), dan *Conclusion Drawing* (Verifikasi). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Strategi Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 Fm ditemukan strategi yang digunakan dalam menarik perhatian pendengar yaitu memiliki program unggulan yaitu program Ocu Badendang dan Kampar Hari Ini, tidak mengambil bayaran dari iklan yang masuk, menggunakan teknologi baru seperti soundsystem dan media channel youtube, aplikasi klik radio dan website.

Kata Kunci : Strategi Penyiaran, Radio, Dan Minat Pendengar

Abstract

**STRATEGY OF LOCAL PUBLIC BROADCASTING RADIO SWARA
KAMPAR 103.8 FM IN ATTRACTING LISTENERS INTEREST**

**Irma Sonia Putri
NPM. 169110073**

This study aims to determine the Strategy of the Local Public Broadcasting Institution of Radio Swara Kampar 103.8 Fm in Attracting Listeners' Interest. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. The informants in this study were the Director of Radio Swara Kampar 103.8 FM, one person, the Head of the Radio Swara Kampar 103.8 FM station, one person, the broadcaster of Radio Swara Kampar 103.8 FM released two people. The data of this research are primary data, direct observation in the form of collecting data by interview with observation. The secondary data of this research is taking data from the office, the results of field surveys, interviews with the head of the communication service / director of the swara kampar radio, one station head, and 2 people. broadcaster radio. Data collection techniques in this study consisted of observation, interviews, and documentation. Data analysis in this study uses triangulation of data sources consisting of Data Reduction (Data Reduction), Data Display (Data Presentation), and Conclusion Drawing (Verification). Based on the results of research and discussion on the Swara Kampar 103.8 Fm Local Public Broadcasting Strategy, it was found that the strategy used to attract listeners' attention was to have a superior program, namely the Ocu Badendang and Kampar Hari Ini programs, not getting paid from incoming advertisements, using new technology such as the YouTube sound system and media channels, radio click applications and websites.

Keywords: Broadcasting Strategy, Radio, And Listeners Interest

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Radio di Indonesia di mulai pada tahun 1920. Indonesia pertama kali mendengarkan siaran radio pada tahun 1920 dari Radio *Vereenigingen*. Pada tahun 1925 berdiri *Bataviase Radio vereeniging*, dan *Nederlands-Indische Radio Omroep Maatschappij* di Jakarta yang mendapatkan izin penyiaran atas nama Pemerintah Belanda pada tahun 1934.

Pada perkembangan selanjutnya dibentuklah Radio Republik Indonesia (RRI) berperan untuk mendukung revolusi yang berdiri pada tanggal 11 september 1945. RRI didirikan sebulan setelah siaran radio milik pemerintah militer Jepang, Hosokawa, dihentikan pada 19 Agustus 1945. Siaran Radio Republik Indonesia ditujukan untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat diseluruh wilayah Negara kesatuan Republik Indonesia. Sejak itu, radio memainkan peran penting dalam mendefinisikan dan mempertahankan persatuan. Radio Republik Indonesia tumbuh dan menyiarkan berita dalam bahasa Inggris agar dunia internasional mengetahui perkembangan Indonesia (Pranoto, 2007:98-102).

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, pemerintah telah menetapkan Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang merupakan bagian dari sistem penyiaran nasional, yang berguna menjamin terciptanya tatanan informasi nasional yang adil, merata dan

seimbang. Maka dengan kepercayaan yang telah diberikan dan untuk mengimbangi perkembangan teknologi informasi yang kian pesat, LPP RRI telah menerapkan beberapa teknologi baru, yang memiliki fungsi utama untuk meningkatkan efektifitas kinerjanya.

Visi LPP RRI adalah menjadikan LPP RRI sebagai jaringan radio terluas, menciptakan karakter bangsa yang berkelas dunia. Selain itu, misi LPP RRI adalah memberikan informasi terpercaya yang dapat menjadi referensi dan alat kontrol sosial bagi masyarakat, memperhatikan kode etik jurnalistik/kode etik penyiaran dan mengembangkan program pendidikan untuk pendidikan, pencerahan, pemberdayaan. dan mendorong kreativitas di masyarakat sebagai bagian dari pembangunan karakter bangsa.

Selain adalah LPP RRI, melalui UU No. 32 Tahun 2002 pemerintah menambah jaringan LPP ke daerah-daerah dengan dibentuknya LPP Lokal (LPPL). LPPL ini didirikan oleh pemerintah di tingkat provinsi, kabupaten, dan kota. Pada undang-undang no 32 tahun 2002 Pasal 14 ayat 3 menyatakan di daerah provinsi, kabupaten atau kota dapat didirikan lembaga penyiaran publik. Saat ini LPPL telah menjamah masyarakat hampir di semua daerah di Indonesia.

Perkembangan LPP RRI terutama LPPL (lembaga penyiaran publik lokal) pada saat ini mengalami tantangan yang cukup sulit, mengingat sekarang banyak muncul media hiburan yang membuat masyarakat mempunyai alternatif media hiburan lain yaitu televisi. Selain media televisi, tantangan juga hadir dari pesatnya perkembangan internet dengan menghadirkan berbagai media sosial salah satunya Youtube. Para pendengar radio sebelumnya yang mencari hiburan

melalui radio, beralih ke Youtube karena hiburan yang disajikan lebih beragam dan lebih menarik. Di Youtube, masyarakat tidak hanya dapat mendengarkan lagu, tetapi juga dapat melihat lagu tersebut dalam bentuk video musik yang tidak mereka dapatkan di Radio yang hanya sebatas suara.

Salah satu LPPL yang ada di daerah adalah LPPL Radio Swara Kampar. Radio Swara Kampar, satu-satunya radio milik Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar yang berada dibawah naungan Dinas Komunikasi, Infomatika dan Persandian Kabupaten Kampar, Radio Swara Kampar berdiri sejak 1 Juni 1986 dengan masih menggunakan nama RPDK (Radio Pemerintah Daerah Kampar) dan diubah lagi dengan nama RSPD (Radio Siaran Pemerintah Daerah) tahun 2001 dan selanjutnya menggunakan nama Radio Swara Kampar. Melalui Perda Kabupaten Kampar No. 4 Tahun 2011, terhitung sejak tanggal 13 Mei 2011, Radio Swara Kampar ditetapkan menjadi Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) setelah sebelumnya diubah namanya menjadi LPP Lokal Radio Swara Kampar. LPP Lokal Radio Kampar Juga telah medapatkan Izin Prinsip sementara Penyelenggaraan Penyiaran dengan Izin Menkominfo Nomor 481 Tahun 2016 tanggal 15 Maret 2016.

Radio swara Kampar sempat berhenti karena tidak memiliki izin penyiaran. Namun pada tahun 2019 LPPL Radio Swara Kampar akhirnya kembali mengudara dengan telah disetujui diberikan izin prinsip yang telah dikeluarkan oleh kementerian Kominfo melalui direktur Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika Direktur Penyiaran yang ditandatangani oleh Geryantika Kurnia dengan Nomor 195/RF.01.01/2019 serta dengan telah dipenuhi kewajiban atas hak

penggunaan Spektrum Frekwensi Radio terhadap Permohonan Izin Stasiun Radio (ISR) Swara Kampar yang terhitung dari 22-04-2019 sampai tahun 2024, maka secara administrasi maupun secara teknis Radio Swara Kampar telah dapat melakukan siaran (*On Air*).

LPPL Radio Swara Kampar dibentuk dengan tujuan menjadikan Radio Swara Kampar sebagai Media Informasi terdepan, terpercaya dan Edukatif. Berbagai program disajikan LPPL Radio Swara Kampar dalam rangka mewujudkan tujuan tersebut.

LPPL (lembaga penyiaran public lokal) Radio Swara Kampar harus mampu menerapkan strategi komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan, dan suatu strategi harus mampu menunjukkan taktik operasional dan bukan sekedar peta jalan yang menunjukkan arah jalan. Demikian pula strategi komunikasi merupakan pedoman bagi perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh sebuah radio penyiaran berfungsi untuk menjaring pendengar yang lebih banyak dan juga menghadirkan informasi yang berkualitas serta mendidik bagi pendengarnya. Langkah-langkah dalam menjaring pendengar tersebut tergambar dari strategi komunikasi yang digunakan.

Strategi yang di jalani oleh radio swara Kampar menggunakan strategi-strategi tertentu dari arahan KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) karena radio ini radio Kampar maka menetapkan yang *pertama* program acara berbahasa

Ocu sehingga membuat program special, itu 5x dalam 1 minggu (Senin,Selasa,Rabu,Kamis,Jum'at) , yang ke 2 program berita khusus pagi yang diberi nama program informasi dan motivasi supaya tetap tertarik program itu diadakan dalam 4x dalam 1 minggu, itu menyangkut berita-berita berasal dari Daerah, Provinsi, Pusat, olahraga bahkan berita dari luar Negari yang ke 3 berita program anak muda yaitu program karaoke setiap malam minggu , dan program yang paling menarik minat pendengar masyarakat yaitu program Req malam membuat anak muda Antusias Untuk mengikuti Program Siaran Req Malam , karena adanya program-program itu pendengar tetap bertahan bahkan bertambah, strategi yang digunakan sesuai dengan arahan KPID harus membantu masyarakat seperti memasang iklan biaya nya tidak di tetapkan terlalu besar sesuai, Peraturan Daerah dan dibawah naungan Diskominfo Kampar sehingga Radio Swara Kampar tidak bersifat bisnis.

Secanggih Apapun teknologi harus mengikuti perkembangan zaman selain mendengar Radio Swara Kampar melalui radio mobil , strategi yang di gunakan oleh Radio Swara Kampar membuat *streaming* lewat *youtube* hanya siang sampai malam, membuat aplikasi di klik radio pendengar dari mana saja bisa mendengar radio swara Kampar melalui aplikasi tersebut., dan mengikuti perkembangan zaman adanya *website*, pendengar juga bisa membaca berita, sambil mendengar berita, penelpon sudah tersebar dimana-mana ada yang bersal dari Medan, Aceh, Lampung dan lain-lain

Target *Audience* Radio Swara Adalah warga kota Bangkinang, yang melakukan panggilan acak, mengirim pesan singkat, dan menggunakan media

sosial seperti YouTube, bahkan di luar daerah. Mengedit materi pesan setelah mengidentifikasi target *Audience*, Radio Swara Kampar mengangkat topik saat ini.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis akan mengangkat dalam sebuah judul skripsi:”***Strategi Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 Fm Dalam Menarik Minat Pendengar***”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan sejarah masalah, masalah berikut dapat diidentifikasi:

1. Radio swara Kampar membuat program inovasi dan motivasi secara tidak langsung menambah wawasan masyarakat yang tinggal di perkampungan
2. Strategi dalam menarik minat pendengar mengutamakan program daerah Kampar (ocu)
3. Target *audience* Radio Swara adalah warga kota Bangkinang, yang melakukan panggilan acak, mengirim pesan singkat, dan menggunakan media sosial seperti *youtube*, bahkan di luar daerah

C. Fokus Penelitian

Mengamati dan meneliti strategi lembaga penyiaran publik lokal radio swara kampar 103,8 fm dalam menarik minat pedengar.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah di uraikan di atas, maka penelitian ini penulisan membatasi ruang lingkungannya agar penelitiannya lebih terurai dan tidak menyimpang dari pokok pembahas, adapun batasan masalah dalam pengamatan ini adalah:

Bagaimana strategi lembaga penyiaran publik lokal radio swara kampar 103,8 fm dalam menarik minat pendengar.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Dari rumusan masalah yang sudah di jelaskan di atas, maka tujuan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 Fm dalam Menarik Minat Pendengar.

2. Manfaat penelitian

- a. Secara teori : penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk penelitian selanjutnya khususnya di bidang komunikasi, dan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi itu sendiri.
- b. Praktis: Kajian ini dapat memberikan lebih banyak informasi tentang penggunaan media sebagai sarana penyampaian informasi dan komunikasi, selain memberikan gambaran tentang program-program

penyiaran dalam kehidupan manusia sebagai radio publik. Dalam peran komunikasi, khususnya dalam kaitannya dengan media



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Strategi Komunikasi

Menurut Cangara (2017:87) Setiap usaha Advokasi memerlukan strategi, tahapan strategi yang di bangun berdasarkan tahapan analisis yang mengarahkan, merencanakan, dan memfokuskan upaya pada tujuan khusus, serta menempatkan pada jalur yang jelas dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah di tentukan.

a) Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Abidin (2015: 155), Strategi Komunikasi adalah cara untuk mengatur dengan sukses pelaksanaan tugas komunikasi. Sebuah strategi komunikasi pada dasarnya adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya harus menampilkan peta jalan yang menunjukkan arah, tetapi juga taktik operasional.

b) Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasional. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan panduan

perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi itu harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda kapan pun bisa bergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2011:32).

Ketika memecahkan masalah komunikasi, perencana menghadapi banyak masalah, terutama yang berkaitan dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan mereka. Rogers (1982) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai desain yang dirancang untuk mencapai perilaku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transmisi ide-ide baru. Middleton (1980), seorang ahli perencanaan komunikasi, mendefinisikan strategi komunikasi sebagai “kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi, dimulai dengan saluran saluran komunikator (media), penerima, dan mencapai dampak (efek) untuk mencapai komunikasi yang optimal. tujuan” (Cangara, 1980). 2017:64).

c) Menyusun strategi komunikasi

Unsur komunikasi (komunikator, komunikator, pesan, media) diperlukan untuk menyusun strategi komunikasi. Untuk memperkuat strategi komunikasi, perlu untuk mendukung teori. Salah satunya terkait dengan strategi komunikasi dengan teori yang dikemukakan

oleh Harold Laswell. Teori ini menjawab pertanyaan tentang rumus komunikasi. Media apa yang digunakan, kepada siapa, efek apa). Ada empat faktor yang perlu diperhatikan ketika mengembangkan strategi komunikasi dalam konteks komunikasi (Fajar, 2009:183).

1) Mengetahui Khalayak

Mengetahui audiens Anda adalah langkah pertama komunikator dalam upaya Anda untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Dalam proses komunikasi, khalayak sama sekali tidak pasif, melainkan aktif, sehingga komunikasi antara komunikator dan komunikator tidak hanya mengikat, tetapi juga saling mempengaruhi. Apakah pembawa hanya mengetahui (secara informatif) atau mengambil tindakan tertentu (secara persuasif) tergantung pada tujuan komunikasi. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini meliputi unsur kerangka acuan, kepribadian dan kondisi fisik khalayak, serta keadaan dan kondisi komunikator, termasuk pengaruh, nilai dan norma kelompok dan masyarakat. Kelompok, komunitas, dan konteks publik yang ada.

Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun audiens memiliki kepentingan yang sama. Komunikator tidak akan muncul tanpa kepentingan bersama. Agar komunikasi dapat berlangsung dan mencapai hasil yang positif, komunikator harus membangkitkan minat yang sama dengan khalayak, terutama yang berkaitan dengan pesan, metode, dan media.

2) Menyusun Pesan

Setelah mengenal audiens Anda, langkah selanjutnya adalah menyusun pesan Anda, yaitu menentukan topik dan materi. Persyaratan utama yang mempengaruhi audiens pesan adalah untuk bisa mendapatkan perhatian mereka. Perhatian merupakan pengamatan yang terfokus, sehingga tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Oleh karena itu, awal dari efektifitas komunikasi adalah meningkatnya minat khalayak terhadap pesan yang disampaikan.

Ini mengikuti formula AIDDA klasik sebagai proses adopsi: perhatian, perhatian, keinginan, keputusan dan tindakan. Artinya mulai membangkitkan perhatian, meningkatkan minat dan minat agar khalayak menerima pesan yang dirangsang oleh komunikator yang diinginkan, dan akhirnya mengambil keputusan. Masukkan ke dalam tindakan (Fajar)., 2009: 93).

Menurut Wilbur Scharmm, yang dikutip oleh Effendi, syarat-syarat sukses dalam berkomunikasi, yakni menyusun pesan, adalah: Pesan harus direncanakan dan disampaikan dengan cara yang menarik perhatian. Untuk mendapatkan perhatian *Audience* yang dituju, pesan harus menggunakan simbol-simbol berdasarkan pengalaman yang sama antara pembawa dan pembawa, pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pembawa dan menyarankan beberapa cara untuk mendapatkan kebutuhan ini, dan pesan harus

menyarankan metode. melakukan. Untuk memperoleh tuntutan yang sesuai untuk situasi kelompok di mana persepsi momen digeser untuk memberikan respon yang diinginkan (Effendi, 2011: 41).

3) Menetapkan Metode

Untuk mencapai efisiensi komunikasi, metode komunikasi adalah salah satu yang dapat mempengaruhi pesan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima, terlepas dari kemampuan isi pesan untuk menyesuaikan dengan kerangka acuan dan konteks dan kondisi audiens. Dalam hal ini, metode penyampaian dapat dilihat dari dua sisi, yaitu dari metode pelaksanaan dan isi. Tergantung pada implementasinya, ini dapat diimplementasikan dalam dua bentuk: metode redundansi (pengulangan) dan sewerage, serta, tergantung pada bentuk kontennya, yang dikenal sebagai metode informasional, persuasif, dan informatif.

4) Penetapan Media Komunikasi

Untuk mencapai tujuan komunikasi kita, kita dapat menggabungkan satu atau beberapa kombinasi media tergantung pada tujuan yang ingin kita capai, pesan yang disampaikan dan teknologi yang digunakan. Hal ini dikarenakan setiap media memiliki kelemahannya masing-masing. Oleh karena itu, penggunaan radio sebagai alternatif strategi propaganda

memerlukan perencanaan dan persiapan yang matang dengan mempertimbangkan faktor-faktor di atas untuk mencapai hasil yang optimal. (Fajar, 2009:204).

Pemilihan media memegang peranan penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Menurut Elisabeth-Noel Neumann yang dikutip Rahmat, secara teknis menunjukkan empat manifestasi utama komunikasi menggunakan media, khususnya media. Partisipan atau komunikator bersifat terbuka, tidak terbatas, anonim, dan terbuka untuk publik yang tersebar secara geografis (Rahmat, 2005: 189).

Strategi radio dalam melakukan penyiaran untuk memperoleh kualitas penyiar dan minat pendengar meliputi (Wahyudi, 1996: 43) :

a. Strategi Kesesuaian (Compatibility)

Strategi kesesuaian adalah kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipeprogram, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak atau pendengar.

b. Strategi Pembentukan Kesesuaian (Habit Formation)

Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama.

c. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (Control Of AudienceFlow)

Efektivitas siaran radio tergantung pada seberapa banyak pendengar menikmati program radio dan seberapa banyak mereka mendengarkannya.

- d. Strategi Penyimpanan sumber-sumber Program (Conservation Of Program Resources), Menyimpan sumber daya program. sehingga program-program tersebut dapat digunakan kembali suatu saat nanti, namun tentunya dengan cara merepresentasikan yang berbeda.
- e. Strategi Daya Penarik Massa (Mass Apped)

Daya tarik massa sangat penting karena stasiun penyiaran dapat memaksimalkan manfaatnya dengan menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin sesuai dengan kebutuhannya. Siaran radio harus mempertimbangkan perbedaan minat dan preferensi pendengar.

2. Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang untuk menginformasikan atau mengubah suatu sikap, pendapat atau perilaku, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media. (Effendi, 2008:5).

Menurut Kinkade, komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih saling bertukar informasi, yang pada gilirannya saling memberikan pengertian yang mendalam (Wiryanto, 2005: 6). Raymond S. Ross juga berpendapat bahwa komunikasi adalah proses memilah,

memilih, dan mengirim karakter sedemikian rupa untuk membantu pendengar menghidupkan makna atau reaksi dari pemikiran mereka, mirip dengan pendengar yang dimaksudkan komunikasi (Mulyana, 2016: 69).

Secara umum komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari sumber kepada penerima pesan dengan maksud untuk mempengaruhi penerima pesan. Berdasarkan konsep di atas, setidaknya ada dua hal yang menggunakan komunikasi. Pertama, ini adalah proses, yaitu kegiatan untuk mencapai tujuan komunikasi, oleh karena itu proses komunikasi tidak terjadi secara kebetulan, tetapi dikembangkan dan ditujukan untuk mencapai tujuan.

Kedua, proses komunikasi yang berkesinambungan meliputi tiga komponen penting, yaitu sumber pesan, yaitu orang yang akan menyampaikan atau mengkomunikasikan sesuatu, pesan itu sendiri atau segala sesuatu yang perlu ditransmisikan, atau bahan komunikasi, dan penerima pesan, yaitu orang yang menerima informasi. komponen utama dalam proses komunikasi. Ketika salah satu komponen hilang, makna komunikasi hilang. (Sanjaya, 2012:79).

Komunikasi merupakan suatu proses dinamis dimana secara konstan dapat berubah sesuai dengan situasi yang berlaku. Selain itu komunikasi dapat mencegah munculnya sebuah konflik dan menjadi sebuah penghubung jika terjadi konflik, karena dari praktik komunikasi seseorang dapat menyatakan apapun ide dan pikirannya sehingga keinginan dan tujuan kedua belah pihak akan tersalurkan.

Menurut David C. Berlot dalam buku pengantarnya tentang komunikasi oleh prof. Dr. Hafid Kangar, MSc, mengatakan bahwa David K. Berloh mendefinisikan komunikasi sebagai alat interaksi sosial yang berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, serta untuk mengetahui keberadaan diri sendiri. dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan keseimbangan dalam masyarakat.

Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran informasi berupa penyampaian atau penerimaan pesan sehingga tercapai kesamaan makna antara orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi adalah hal yang bersifat dinamis dimana secara konstan dapat berubah bergantung dengan situasi yang berlaku saat komunikasi tersebut terjadi. Dari proses komunikasi tersebut seseorang dapat menyatakan apapun ide dan pikiran yang ada di otaknya sehingga semua keinginan dan tujuan kedua belah pihak melakukan komunikasi akan dapat tersalurkan.

a. Unsur-Unsur Komunikasi

Tidak ada komunikasi, yaitu bahwa komunikasi antar manusia dapat terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain untuk tujuan tertentu, makna komunikasi hanya dapat dipastikan dengan adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur tersebut disebut komponen atau elemen komunikasi.(Cangara, 2017:22).

Perencanaan komunikasi tersebut dapat dilihat dalam skala yang lebih luas, tapi wilayah perencanaan komunikasi dapat dilihat mulai unit terkecil sampai yang terbesar yang memerlukan dukungan komunikasi. Misalnya dari level daerah, provinsi, Negara, regional sampai internasional wilayah kerja perencanaan komunikasi dapat disebutkan antara lain:

- 1) Pengembangan industri media elektronik untuk pengembangan stasiun radio, televisi kabel, production house, perfilman, industri rekaman, provider telekomunikasi jaringan global.
- 2) Pengembangan industri percetakan dan penerbitan surat kabar, majalah, dan perbukuan
- 3) Pencitraan diri, perusahaan, lembaga dan organisasi melalui unit-unit kehumasan dan publik relation marketing
- 4) Pemasaran komersial, jasa, dan politik melalui program periklanan promosi
- 5) Penyebaran luas pembangunan untuk sector kesehatan, pendidikan, kependudukan, lingkungan hidup, peningkatan peranan wanita, pembangunan pedesaan melalui program komunikasi untuk mendukung pembangunan dan penyadaran masyarakat
- 6) Penyelesaian krisis dan konflik dalam organisasi dan kelompok.
- 7) Kerja sama antar lembaga dan Negara melalui internasional.

Peran komunikasi dalam kehidupan seseorang sangatlah penting dan sangat menentukan kesuksesan atau kegagalan. Orang yang mampu berkomunikasi dengan baik akan mendapatkan banyak teman dan kenalan. Teman dan kenalan pada saat tertentu akan berubah berubah menjadi sumber informasi yang valid dan tidak akan habisnya. Dengan komunikasi yang baik, maka teman akan senantiasa bertambah dari waktu ke waktu. Dengan demikian, maka informasi yang diperoleh juga akan semakin banyak dan bervariasi (Munir, 2012:19).

Menurut Joseph de Vito, K. Sereno, dan Eriks Vora bahwa faktor lingkungan merupakan unsur yang sangat penting dalam mendukung terjadinya proses komunikasi (Cangara, 2014: 26). Unsur-unsur komunikasi tersebut adalah sebagai berikut:

1) Sumber

Semua peristiwa yang terjadi dalam komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang bahkan bisa berbentuk kelompok misalnya partai, organisasi, atau lembaga. Sumber dengan kata lain adalah pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

2) Pesan

Pesan dalam proses komunikasi adalah suatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan melalui dua

hal yaitu dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isi di dalam pesan dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa inggris pesan diterjemahkan dalam kata *message*, *content* atau *information*.

3) Media

Media yang dimaksud di sini merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber/pengirim kepada penerima. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya panca indera dalam komunikasi antarpribadi, dan ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi.

4) Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber/pengirim. Penerima bisa terdiri-dari satu orang atau lebih, bisa juga dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima disebut juga khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa inggris disebut *audience* atau *receiver*. Penerima merupakan sebuah akibat karena adanya sumber dalam proses komunikasi. Maka, tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Penerima adalah elemen terpenting dalam proses komunikasi, karena penerimalah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika pesan tidak diterima oleh penerima, maka akan menimbulkan

berbagai macam masalah yang menuntut akan perubahan pada sumber, pesan, atau saluran.

5) Pengaruh

Pengaruh atau efek merupakan sebuah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan dari pengirim. Menurut Fleur pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang oleh sebab itu, pengaruh dapat dikatakan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

6) Tanggapan Balik

Beberapa para ahli berpendapat bahwa umpan balik adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari seorang penerima. Namun sebenarnya umpan balik juga bisa berasal dari unsur lain seperti pesan dan media. Misalnya sebuah konsep surat yang perlu untuk direvisi terlebih dahulu sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami sebuah gangguan sebelum sampai ke tujuan. Hal-hal seperti itulah yang menjadi umpan balik yang diterima oleh unsur lain, yaitu pesan atau media.

b. Tujuan Komunikasi

Menurut Effendi dalam bukunya *Theory and Practice of Communication Science*, tujuan komunikasi adalah: (Effendy, 2011:

8)

1) Perubahan sikap (*attitude change*)

Setelah komunikasi menerima pesan, sikapnya akan berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi, komunikator berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha membuat orang lain menjadi positif sesuai dengan keinginan kita.

2) Perubahan pendapat (*opinion change*)

Dalam komunikasi, berusaha menciptakan pemahaman, yaitu kemampuan untuk memahami secara cermat, seperti halnya komunikator, komunikasi akan menciptakan pendapat yang berbeda.

3) Perubahan perilaku (*behavior change*)

Komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku dan tindakan seseorang, yang semula negatif menjadi positif.

4) Perubahan sosial (*social change*)

Dalam kegiatan komunikasi, penyampaian pesan atau informasi kepada publik juga bertujuan agar masyarakat mau mendukung dan berpartisipasi dalam pencapaian tujuan yang disyaratkan oleh informasi tersebut.

c. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media, baik cetak (surat, majalah) maupun elektronik (radio atau televisi), relatif mahal, dijalankan oleh suatu lembaga atau orang yang sudah mapan, yang ditunjukkan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, secara anonim, dan hidrogen. Pesan bersifat generik, disampaikan dengan cepat, serempak dan sekilas (terutama di media elektronik), meskipun khalayak terkadang menyampaikan pesan kepada institusi (dalam bentuk kalimat, yang sering digunakan dalam proses komunikasi yang didominasi institusi, karena institusi menentukan agenda) (Mulyana, 2016:83-84).

Menurut Nurudin (2015:2) dalam buku pengantar komunikasi massa komunikasi massa adalah studi ilmu ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca, pendengar, penonton yang akan di raihnya, dan efeknya terhadap mereka, komunikasi massa merupakan disiplin kajian ilmu sosial yang relatif muda jika dibandingkan dengan ilmu psikologi, sosiologi, ilmu politik, dan ekonomi, dan sekarang ilmu komunikasi massa sudah dimasukkan dalam disiplin ilmiah.

Jadi dalam komunikasi massa ada dua tugas komunikator: mengetahui apa yang ia komunikasikan dan mengetahui bagian-bagian mana ia harus menyampaikannya, sehingga berhasil melancarkan penetrasi kepada benak komunikan, sebuah pesan yang isinya lemah

yang disampaikan dengan lemah pula kepada jutaan orang, bisa menimbulkan pengaruh yang kurang efektif berbanding dengan pesan yang disampaikan dengan baik kepada komunikan yang jumlahnya sedikit.

Yang dinamakan komunikasi massa ialah komunikasi yang menggunakan media massa dalam hal ini media massa modern yang terdiri dari surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Itu pun kalau menunjukkan ciri-ciri tertentu yang terpenting di antaranya ialah ciri “keserempakan” (*simultaneity*). Disebut media massa apabila media itu menyebabkan khalayak secara serempak bersama-sama memperhatikan pesan yang sama yang dikomunikasikan media itu pada saat yang sama. Di antara media cetak hanya surat kabar dan majalah lah yang beroplah jutaan yang dikategorikan dimedia massa.

Komunikasi massa (*mass communication*) sebenarnya penyederhanaan dari komunikasi media massa (*mass media communication*): jadi dari sifat eksplisit diimplisitkan, media tidak disebut, cukup komunikasi massa saja. Pengertiannya tetap komunikasi media massa, meskipun kata media tidak disebut.

Untuk memperoleh kejelasan mengenai pengertian komunikasi massa itu, berikut ini adalah ciri-cirinya secara lengkap (Effendy, 2007:22-25):

1) Proses berlangsung satu arah

Artinya tidak ada interaksi langsung antara komunikator dan komunikan, sehingga komunikator aktif menyampaikan pesan, sedangkan komunikan aktif menerima pesan, tetapi tidak ada interaksi antara keduanya, yang mengarah pada fakta bahwa proses informasi kontrol aliran tidak terjadi.

2) Komunikator melembaga

Dalam komunikasi massa, komunikator atau sumber yang menyampaikan pesan bukanlah secara personal, namun bersifat melembaga. Lembaga penyampai pesan komunikasi massa inilah yang dinamakan media massa, seperti televisi, surat kabar, radio, internet.

3) Pesan bersifat umum

Dalam proses komunikasi massa, pesan yang disampaikan oleh komunikator ditujukan kepada khalayak luas atau masyarakat umum. Dengan demikian, proses komunikasi massa bersifat terbuka. Hal ini karena komunikan tersebar di lokasi yang berbeda.

4) Media massa bersifat Keserempakan

Artinya media berhubungan dengan sejumlah besar penduduk yang berjarak dari komunikator, dan penduduk berada dalam keadaan terpisah.

5) Komunikasikan Heterogen

Komunikator atau penerima informasi di media tidak homogen. Hal ini disebabkan karena komunikasi massa menyampaikan pesan secara utuh kepada seluruh masyarakat, tanpa membedakan suku, ras, agama, dan memiliki banyak karakteristik psikologis, usia, jenis kelamin, tempat tinggal, adat budaya, dll.

Adapun unsur dan fungsi komunikasi yang dapat didefinisikan sebagai berikut:

1) Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Pada komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi, atau lembaga sumber sering disebut pengirim, komunikator (*source*), *sender*, atau *encoder*.

2) Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda.

3) Media

Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indra dianggap sebagai media komunikasi.

4) Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih dalam bentuk kelompok partai atau negara.

5) Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang difikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan (Mulyana, 2009: 69-71).

6) Umpan balik

Umpan balik dapat dimaknai sebagai jawaban komunikan atas pesan komunikator yang disampaikan kepadanya pada komunikasi yang dinamis, komunikator dan komunikan terus-menerus saling bertukar peran sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum

sampai tujuan. Hal-hal seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

7) Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas 4 macam yakni lingkungan fisik, lingkungan budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

3. Media Massa

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media komunikasi ada berbentuk saluran saluran antar pribadi maupun, media kelompok dan ada pula yang berbentuk media massa. Istilah media banyak digunakan dengan sebutan berbeda, misalnya saluran alat sarana, atau dalam Bahasa Inggris *channel* atau medium (Tamburaka, 2013:9).

Perkembangan media massa telah menjadi industri raksasa yang mengedepnakan keuntungan material. Media massa kendati masih memiliki Idealisme yakni memiliki kepentingan masyarakat, namun juga tidak lepas dari pencarian keuntungan untuk biaya operasional peningkatan kualitas produk ruang-ruang media cetak banyak digunakan untuk pemasangan iklan. di penuhi dengan iklan komersial. Keuntungan iklan inilah yang kemudian memperkuat bisnis media serta memperluas jaringan-jaringan kerja mereka. Sebagai contoh surat kabar kompas jaringan-jaringan

kerja mereka. sebagai contoh surat kabar Kompas yang kemudian mengembangkan sayapnya ke radio, kini dengan Trans TV selain itu juga beberapa media cetak lain seperti majalah *computer*, Tabloid Wanita Nova, dan tabloid olahraga dan media *online* (Wardhani, 2008:4).

Jika khalayak tersebut tanpa diketahui dimana mereka berada maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti Surat Kabar, Film, Radio dan Televisi (Cangara, 2017:126-127).

Karakteristik media massa ialah sebagai berikut:

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengolah media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan pengelolah sampai pada penyiaran informasi
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan, bergerak secara dan simultan, dimana informasi yang disampaikan di terima oleh banyak orang pada saat yang sama
- d. Memakai perlatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan semacamnya.

- e. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.

Menurut Rivers (2003:19) karakteristik terpenting yang pertama media massa adalah sifat yang satu arah, memang ada televisi dan radio yang mengadakan dialog interaktif yang melibatkan khalayak secara langsung, namun itu hanya untuk keperluan terbatas. Kedua selalu ada proses seleksi. Misalnya, setiap media memiliki khalayaknya Koran *New Yorker* untuk kalangan menengah ke atas aja. *Successful farming* khusus untuk para petani kaya di daerah Midwest. Koran *The Work Times* dan *Daily Bews* membidik khalayak yang berlainan. Demikian pula dengan radio dan televisi di lain pihak khalayak juga menyeleksi media, baik jenis maupun isi siaran dan berita, serta waktu untuk menikmatinya.

4. Media Penyiaran

Penyiaran atau dalam bahasa Inggris dikenal sebagai broadcasting adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, proses produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar/pemirsa di suatu tempat (Wahyudi, 2012:6).

Media penyiaran sering digunakan manusia dari satu orang ke banyak orang. Media penyiaran yang digunakan manusia untuk mencakup teriakan, papan pengumuman, tabuhan drum, surat kabar dan majalah, radio, TV (nirkabel, kabel atau satelit seluler dan internet) dan banyak lagi.

Media-media ini memiliki ciri-ciri serta cakupannya sendiri. Media-media penyiaran yang canggih saat ini adalah satelit berorbit rendah, TV satelit, telepon seluler yang mudah dibawa kemana-mana, dan internet (Bungin, 2006:128).

5. Pemerintah

Pada hakikatnya, setiap pemerintahan berfungsi mewakili Negara dalam mencapai tujuan bernegara. Misi utama dari dibentuknya suatu pemerintahan adalah menjalankan fungsi dan tugas Negara. Pemerintah, sebagai penyelenggara Negara bertugas melayani kebutuhan dan melindungi kepentingan serta mencerdaskan masyarakat (publik) motifnya adalah kepentingan umum. Berkaitan dengan media (media massa), selain merupakan salah satu elemen penting dalam kehidupan berdemokrasi, juga berperan sebagai penghubung antara masyarakat dengan pemerintahan, oleh karena itu, pemerintah harus memiliki hubungan yang baik dengan media massa agar dapat menyampaikan informasi mengenai program dan kegiatan pemerintah dengan baik dan benar. Selain itu pemerintah juga dapat membaca, mendengar, dan memahami tuntutan terhadap keinginan rakyat yang memberikan amanah kepada mereka (Noor, 2010:21).

Menurut Hasan dalam buku komunikasi pemerintah (2010:114), Karakteristik komunikasi pemerintah yaitu paham tentang komunikasi namun tidak semuanya memahami bagaimana berkomunikasi secara efektif, khususnya dalam rangka penyelenggara pemerintah, dalam

melakukan fungsi-fungsi utama pemerintah yang mencakup “pemberian pelayanan, perdayaan, dan bersama-sama masyarakat. Mencapai kebahagiaan yang sebesar-besarnya tanpa merugikan pihak lain secara illegal. Kelihatannya pernyataan tersebut sepele namun ketika dilakukan secara empiric di lapangan tidak jarang menimbulkan masalah bahkan sering memunculkan konflik antar individu, kelompok maupun secara kelembagaan.

6. Radio

a. Pengertian Radio

Mark W.Hall dalam buku *Broadcast* mengemukakan bahwa perbedaan mendasar antara media cetak dengan radio siaran ialah media cetak dibuat untuk informasi mata, sedangkan radio siaran untuk konsumsi telinga. Sebaiknya kita ingat kembali ciri-ciri komunikasi massa, yang membedakan media massa satu dnegan media massa lainnya adalah stimulasi alat indra.

Pada surat kabar dan majalah, komunikasi hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman audiif, komunikasi hanya mendengar pada televisi dan film, komunikasi melihat dan mendengar. perbedaan yang telah menyababkan masing-masing media massa memiliki karakteristik masing-masing (Ardianto, Komalah, Karlinah, 2009:131).

Radio merupakan suatu medium komunikasi, dimana pesan berupa suara diubah menjadi sinyal suara, dipancarkan dari suatu

sumber (*a sender*) dengan antena pemancar, tanpa perangkat kabel, melalui gelombang elektromagnetik, kemudian diterima oleh antena penerima, pada pesawat penerima (*a receiver*), yang mengubah sinyal suara menjadi berupa suara kembali (Wibowo, 2012:1).

Pemancaran radio untuk memancarkan sinar frekuensi audio seperti musik dan suara manusia dengan menggunakan gelombang radio, maka sinyal frekuensi audio harus ditumpangkan pada gelombang frekuensi radio, gelombang dengan frekuensi radio ini disebut dengan gelombang pembawa (*carrier wave*). Amplitudo dan frekuensi gelombang dapat berubah-ubah menurut irama sinyal yang hendak disiarkan, perubahan amplitudo dan frekuensi ini disebut modulasi.

Pemancar radio terdiri dari tiga komponen utama yaitu mikrofon (*mic*), rangkaian pemancar antenna pemancar, secara singkat pemancar radio sebagai berikut

- 1) Mikrofon mengubah bunyi menjadi sinyal listrik
- 2) Rangkaian pemancar mengubah sinyal listrik menjadi gelombang elektromagnetik.
- 3) Antenna memancarkan gelombang elektromagnetik sehingga merambat ke tempat yang jauh

Pemancar radio memancarkan gabungan sinyal listrik frekuensi radio (RF) dan sinyal listrik frekuensi audio (AF). Sinyal frekuensi radio (RF) yang dibangkitkan mikrofon diperkuat oleh

penguat AF. Penggabungan modulasi kedua jenis frekuensi tersebut terjadi dalam modulator. Modulator menghasilkan gelombang radio termodulasi yang merupakan gabungan dari sinyal RF (gelombang pembawa) dan sinyal AF (gelombang informasi). Gelombang radio termodulasi ini, kemudian diumpungkan ke antenna untuk di pancarkan ke seluruh penjuru dalam bentuk gelombang elektromagnetik dengan frekuensi tertentu, pergabungan frekuensi radio (RF) Dengan frekuensi (AF) dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu system AM (amplitudo modulation) yang menghasilkan saluran (AM) dan system (FM) (*frequency modulation*) yang menghasilkan saluran FM. Sistem AM menghasilkan sinyal RF yang amplitudonya berubah-ubah namun amplitudonya tetap (Morissan, 2008: 38-40).

b. Fungsi Radio

Secara rinci dapat dijelaskan di sini tentang fungsi utama radio dalam masyarakat, seperti dikemukakan oleh Phil Astrid S. Susanto sebagai berikut:

1) *To Educate* (mendidik)

Radio memegang peranan yang sangat penting dalam rangka pembinaan pendidikan bagi masyarakat yang luas. Pendidikan melalui radio sekurang-kurangnya telah dapat membangkitkan kesadaran pendengarnya tentang pesan-pesan yang dikemukakan

dalam siaran pendidikan tersebut. Penyelenggaraan siaran pendidikan melalui radio dimasukkan sebagai program yang isi dan tujuannya bersifat pendidikan massa, yaitu pendidikan yang materi siarannya ditujukan kepada masyarakat yang abstrak, heterogen, dan pendidikan ini berupa pendidikan umum atau agama.

2) Sebagai Pembina kebudayaan

Radio sebagai salah satu media auditif dalam penyelenggaraan siarannya berpedoman pada pola umum jangka panjang, yang menjelaskan tentang pengarahannya social budaya yaitu bentuk kebudayaan itu sendiri harus merupakan penghayatan nilai-nilai luhur, sehingga tidak dipisahkan dari manusia dan budaya sebagai pendukungnya.

3) To Entertaint

Program hiburan melalui radio tidak hanya terdiri dari program musik tetapi juga non music seperti: kata-kata, dialog, yang semuanya merupakan segi-segi hiburan yang dititik beratkan pada hal-hal yang sifatnya rekreatif. Kenyataannya menunjukkan bahwa sebagian besar orang mendengarkan radio dengan motivasi untuk memperoleh hiburan dan mengisi waktu senggang.

4) Sebagai Alat Penghubung

Terhadap realita fungsi radio di atas, maka pemerintah mengeluarkan kebijaksanaan mengenai penyelenggaraan radio non pemerintah yang tertuang dalam peraturan pemerintah No. 55

Tahun 1970 yang menetapkan bahwa: “Radio siaran pemerintah harus berfungsi social yaitu sebagai alat pendidikan, penerangan dan alat hiburan, bukan untuk kegiatan politik.

c. Kelebihan dan Kekurangan Radio

Kelebihan radio dibandingkan dengan televisi atau media cetak, yaitu:

1) Cepat dan langsung.

Makna langsung sebagai sifat radio siaran ialah, bahwa suatu pesan yang disiarkan dapat dilakukan tanpa proses yang rumit.

Dibandingkan dengan penyiaran pesan melalui surat kabar, brosur, pamflet, atau media cetak lainnya yang selain lama dalam memprosesnya juga tidak mudah menyebarkan. Sarana tercepat, lebih cepat dari koran ataupun televisi, dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan memerlukan waktu banyak seperti siaran televisi atau sajian media cetak. Hanya dengan melalui telepon, reporter radio dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan.

2) Dekat.

Suara penyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar. Pembicaraannya langsung menyentuh aspek pribadi. Bagi radio tidak ada jarak waktu, begitu suatu pesan diucapkan oleh seorang penyiar atau orator pada saat itu juga dapat diterima oleh khalayak.

Bagi radio tiada pula jarak ruang, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, radio dapat mencapainya.

3) Hangat.

Paduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan sering kali berpikir bahwa penyiar adalah seorang teman bagi mereka.

4) Sederhana.

Tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola maupun pendengar.

5) Tanpa batas.

Siaran radio menembus batas-batas geografis, demografis, SARA (Suku, Agama, Ras, Antar golongan), dan kelas sosial. Hanya “tuna rungu” yang tidak mampu mengkonsumsi atau menikmati siaran radio.

6) Murah.

Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah. Pendengar pun tidak dipungut biaya sedikitpun untuk mendengarkan radio.

7) Fleksibel.

Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, belajar dan membaca koran atau buku.

Sedangkan kekurangan radio, diantaranya adalah:

1) Selintas.

Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak bisa seperti pembaca koran yang bisa mengulang bacaannya dari awal tulisan.

2) Global.

Sajian informasi radio bersifat global, tidak detail, karenanya angka-angka pun dibulatkan.

3) Batasan waktu.

Waktu siaran radio relatif terbatas, hanya 24 jam sehari, berbeda dengan surat kabar yang bisa menambah jumlah halaman dengan bebas.

4) Beralur linear.

Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat. Beda dengan surat kabar, pembaca bisa langsung ke halaman tengah, akhir, atau ke langsung rubrik yang ia sukai.

5) Mengandung Gangguan.

Seperti timbul tenggelam dan gangguan teknis (Romli, 2004 : 22-25).

7. Pendengar

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku kamus komunikasi arti dari pendengar itu adalah orang menjadi sasaran komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu tempat maupun dalam keadaan berpencar-pencar tetapi sama-sama terikat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa (Anwarudin, 2010:30).

Audience adalah faktor yang paling penting bagi media, karena *audience* merupakan konsumen media. Kehadiran *audience* akan menentukan faktor keberhasilan suatu media. Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian *audience*. Program radio harus dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik *audience*.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah mendefinisikan *variable* secara opsional berdasarkan karakteristik yang diamati oleh seorang peneliti yang mana memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena. Definisi operasional meliputi:

1. Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *comunicatio* yang berarti sama, maksudnya adalah komunikasi akan terjadi jika adanya kesamaan makna pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan dan begitu juga sebaliknya.

2. Strategi Komunikasi

Strategi dalam komunikasi adalah cara atau taktik perencanaan yang digunakan untuk mencapai tujuan. Dalam perencanaan komunikasi strategi agar komunikasi dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang di rencanakan, untuk mencapai keberhasilan penyampaian visi dan misi suatu organisasi/lembaga.

3. Lembaga Penyiaran

Lembaga Penyiaran adalah media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik, dan agama.

4. Pendengar

Pendengar radio atau *audience* media berlaku universal dan secara sederhana dapat diartikan sebagai kumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media atau komponen isinya.

5. Radio Swara Kampar 103,8 FM

Radio Swara Kampar 103,8 FM adalah radio siaran pemerintahan daerah (RSPD) Kabupaten Kampar yang menjadi sumber informasi Kabupaten Kampar.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk memperkuat kajian penelitian yang ada terdapat beberapa referensi penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan dan dijadikan referensi oleh peneliti sehingga aspek yang belum atau kurang tersentuh dalam penelitian terdahulu dapat dilakukan dalam penelitian kali ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul/Tahun	Hasil/Kesimpulan
1	Vadilla Nandika Putri, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta 2018	Strategi Komunikasi Radio Dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio Tidar Magelang 94.3 FM.	Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif. Dengan tujuan utama untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Radio Dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio Tidar Magelang 94.3 FM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Radio Tidar 94.3 FM yaitu dengan strategi mengenal sasaran komunikasi dengan mengadopsi program terdahulu serta berusaha mengetahui kondisi khalayak masyarakat Kota Magelang khususnya para remaja yang sangat intens terhadap perkembangan informasi. Selanjutnya kami akan menggunakan strategi menyusun pesan komunikasi, yaitu senantiasa berusaha menampilkan pesan-pesan atau tema-tema yang sedang ramai di khalayak sehingga pesan tersebut mampu membangkitkan perhatian pendengar. Dalam hal strategi menetapkan metode komunikasi, ada beberapa metode yang komunikasi, ada beberapa metode yang digunakan Radio Tidar 94.3 FM Magelang agar efektif dalam komunikasi yaitu metode informatif, persuasif, dan edukatif. Selanjutnya dalam rangka pemilihan media penyiaran, seiring dengan berkembangnya teknologi dalam penyiaran digunakan metode streaming, untuk memudahkan Radio Tidar Magelang 94.3 FM dalam menjangkau pendengar yang ada diluar coverage area.
2	Corry Novrica AP Sinaga, Jurnal Interaksi, 2017	Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya	Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif. Dimana penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dan manajemen siaran yang dilakukan usukom fm kurang berbicara dalam hal aplikasinya, karena kurang maksimal dalam pelaksanaannya. Menjaga existensi siaran melalui program serta membuka interaksi langsung maupun tidak langsung, seperti halnya untuk membuka permintaan melalui sms, telepon dan disajikan langkah untuk mempromosikan keperluan mahasiswa sesuai kebutuhan mereka
3	Safa'atun, Fakultas	Strategi	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan

No	Nama	Judul/Tahun	Hasil/Kesimpulan
	Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2015	Komunikasi Radio Dais 107.9 FM Semarang Dalam Siaran Streaming	metode deskriptif kualitatif. Dimana tujuan utama penelitian ini untuk mengetahui Strategi Komunikasi Radio Dais 107.9 FM Semarang Dalam Siaran Streaming. Hasil penelitian bahwa dalam menerapkan strategi komunikasi Radio Dais terlebih dahulu mengenal khalayak sasaran (pendengar). Khalayak sasaran Radio Dais adalah masyarakat kota Semarang dan sekitarnya dengan melakukan telepon random dan mengirim pesan singkat, serta memanfaatkan jejaring sosial seperti <i>facebook</i> dan <i>twitter</i> . Setelah mengetahui khalayak sasaran, dalam menyusun materi pesan Radio Dais mengangkat tema yang sedang aktual. Selanjutnya metode yang digunakan Radio Dais dalam menyampaikan siarannya adalah dengan metode <i>informatif</i> , <i>persuasif</i> , dan <i>edukatif</i> . Kemudian untuk menjangkau pendengar Radio Dais yang berada diluar jangkauan, Radio Dais memilih media <i>streaming</i> dengan format <i>windows media</i> dengan membuka alamat <i>web</i> www.dais1079fm.com . Fasilitas yang disediakan berupa <i>chatbox</i> , pengunjung halaman bisa berkirim salam dan memberikan komentar. Proses <i>streaming</i> tergantung oleh jaringan, sehingga kualitas suara terkadang tidak konstan.

Perbandingan antara penelitian terdahulu dan peneliti terdapat persamaan dan perbedaan, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Vadilla Nandika Putri, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta 2018, tentang Strategi Komunikasi Radio Dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio Tidar Magelang 94.3 FM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara, observasi dan dokumentasi dimana data penelitian dilakukan dengan pengujian validitas menggunakan uji triangulasi data. Persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu, sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data sama-sama dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi, teknik analisis data sama-

sama menggunakan uji triangulasi menurut Miles dan Huberman. Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu, terletak pada judul penelitian, dimana peneliti melakukan penelitian strategi komunikasi produksi lembaga penyiaran publik lokal Radio Swara Kampar 103,8 FM dalam menarik minat pendengar sednagkan penelitian ini meneliti strategi komunikasi radio dalam meningkatkan loyalitas pendengar Radio Tidar Magelang 94.3 FM.

2. Penelitian oleh Corry Novrica AP Sinaga, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Jurnal Interaksi 2017, tentang Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu, sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik pengumpulan data sama-sama dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu, terletak pada judul penelitian, dimana peneliti melakukan penelitian strategi komunikasi produksi lembaga penyiaran publik lokal Radio Swara Kampar 103,8 FM dalam menarik minat pendengar sednagkan penelitian ini meneliti strategi komunikasi radio komunitas Usukom FM dalam mempertahankan eksistensinya.
3. Penelitian oleh Safa'atun, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2015, tentang Strategi Komunikasi

Radio Dais 107.9 FM Semarang Dalam Siaran Streaming. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara, observasi dan dokumentasi dimana data penelitian dianalisis dengan dengan analisis deskriptif. Persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu, sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data sama-sama dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu, terletak pada judul penelitian, dimana peneliti melakukan penelitian strategi komunikasi lembaga penyiaran publik lokal Radio Swara Kampar 103,8 FM dalam menarik minat pendengar sednagkan penelitian ini meneliti strategi komunikasi radio dalam meningkatkan loyalitas pendengar Radio Tidar Magelang 94.3 FM. Peneliti menganalisis data menggunakan uji triangulasi menurut Miles dan Huberman, sementara penelitian ini menggunakan analisis deskriptif.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah, yang bermaksud menafsirkan fenomena yang terjadi dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Moleong, 2014: 5).

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian berlandaskan filsafat postpositivisme untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna pada generalisasi (Sugiyono, 2006: 9-10).

Dilihat dari permasalahan yang diteliti, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Deskriptif tujuannya untuk menjelaskan secara mendalam melalui pengumpulan data tentang Strategi Komunikasi Produksi Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 FM, Dalam Menarik Minat Pedengar.

Peneliti memilih perspektif penelitian karena penelitian ini lebih sesuai dengan judul dan objek yang sedang diteliti, yaitu tentang Strategi Komunikasi Produksi Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 FM Dalam Menarik Minat Pedengar.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek

Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Pada penelitian ini, subjeknya adalah Kepala Stasiun Radio Swara Kampar 103,8 FM. Penulis berupaya untuk melakukan penelitian dengan menggunakan sudut pandang orang-orang yang menjadi sumber data primer penelitian ini, melalui interaksi dengan subjek penelitian terjadi secara alamiah dan tidak memaksa, sehingga tindakan dan cara pandang subjek tidak berubah.

Dalam penelitian ini, subjek penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive*. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset (Kriyantono, 2008: 156).

Adapun informan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Direktur Radio Swara Kampar 103,8 Fm, satu orang.
- b. Kepala stasiun Radio Swara Kampar 103,8 Fm, satu orang.
- c. Penyiar Radio Swara Kampar 103,8 FM berjumlah dua orang

2. Objek

Objek penelitian ini adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian. Maka yang menjadi objek penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 FM Dalam Menarik Minat Pendengar.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengambil lokasi di Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 FM .

2. Waktu Penelitian

Dari waktu penelitian dimulai sejak tahap pra survei dibulan Agustus 2019, dan diperkirakan selesai pada bulan Juni tahun 2020. Jadwal kegiatan penelitian dapat dilihat dari tabel 3.1 dibawah ini :

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Tahun																								
		2019				2020								2021												
		Nov-Des				Jan-Ags				Sep-Des				Jan-Apr				Mei-Ags				Sep-Des				
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
1	Pembuatan Proposal dan Bimbingan	x	x	x	x	x	x	x	x	x																
2	Seminar Proposal								x	x																
3	Revisi										x	x	x	x												
4	Riset Lapangan														x	x	x									
5	Konsultasi Bimbingan Skripsi															x	x	x								
6	Ujian Komprehensif																		x							
7	Revisi																			x	x					
8	Pengesahan Skripsi																					x	x			
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																								x	x

D. Sumber Data

Untuk memperoleh data informasi yang diperlukan, peneliti menggunakan jenis data sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber dari lapangan langsung yang merupakan sumber pertama di mana sebuah data dihasilkan (Bungin, 2013:128).

Sumber data yang diperoleh berasal dari observasi langsung dengan Kepala Kantor Radio Swara Kampar 103,8 FM. Sumber data berasal dari observasi langsung berupa pengumpulan data secara wawancara dengan observasi yang dilakukan dengan Kepala Kantor Radio Swara Kampar 103,8 FM, Manager Program Radio Swara Kampar 103,8 FM, satu orang, dan penyiar Radio Swara Kampar 103,8 FM, dua orang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah dimana berhubungan langsung dengan penelitian ini. Data ini diperoleh dari lokasi penelitian yang terkait dengan objek penelitian, meliputi gambaran umum, struktur organisasi, jumlah pegawai serta tugas-tugasnya, atau dokumen yang berhubungan dengan penelitian seperti jurnal, buku, data, video, dan lain-lain.

Penelitian ini sendiri mengambil data dari kantor, hasil survey lapangan, wawancara Kepala Kantor Radio Swara Kampar 103,8 FM,

Manager Program Radio Swara Kampar 103,8 FM, satu orang, dan penyiar Radio Swara Kampar 103,8 FM, dua orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidak suatu penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif membutuhkan teknik penelitian kualitatif pula. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan:

1. Observasi

Observasi adalah kemampuan yang dimiliki oleh seorang peneliti yang mana peneliti tersebut harus mampu menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja semua pancaindra tubuhnya. Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam keperluan penelitian. (Bungin, 2013 : 142).

2. Wawancara

Wawancara atau dikenal dengan istilah interview merupakan teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Melaksanakan teknik wawancara berarti melakukan interaksi komunikasi atau percakapan antara pewawancara dengan narasumber. Dan dapat disimpulkan bahwa wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk

penelitian dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif yang sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi-informasi secara holistik dan jelas dari informan (Bungin, 2013:133).

Peneliti menggunakan teknik ini untuk bertanya kepada informan mengenai Strategi Komunikasi Produksi Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 Fm dalam menarik minat pendengar. Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pihak Kantor Radio Swara Kampar 103,8 FM.

Wawancara langsung dilakukan dengan Direktur Radio Swara Kampar (Kepala Kantor Komifo) satu orang Kepala Stasiun Radio, dan penyiar berjumlah dua orang. Mereka adalah orang yang tepat untuk di wawancarai dan pemberi informasi data.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen di lapangan dan memiliki hubungan dengan penelitian yang diteliti tersebut. Dokumen sudah sangat populer dalam lingkup penelitian karena dimanfaatkan sebagai sumber data untuk menguji, menafsirkan bahkan untuk meramalkan (Moleong, 2012 : 330).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dokumen merupakan rekaman kejadian yang terjadi pada masa lalu ditulis atau dicetak berupa catatan, surat, buku harian dan dokumen. Dokumen kantor dalam lingkungan para lanjut usia termasuk lembaran internal komunikasi berupa file, deskripsi,

program dan data statistik. Penggunaan dokumen dalam teknik-teknik penelitian ini, baru dapat dilakukan ketika peneliti telah berada dilapangan. Penjelasan mengenai teknik-teknik pengumpulan data ini dapat dilihat pada penjelasan data dan metode pengumpulan data dari metode pengumpulan data tersebut.

Dokumentasi disini berupa dokumen-dokumen yang menjadi informasi untuk penguat data dalam melakukan penelitian dan berupa dialog bersama Pihak Direktur, Kepala Stasiun, dan Penyiar

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan agar hasil suatu penelitian dapat di pertanggung jawab kan dari berbagai segi. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang relevan didalam penelitian ini adalah keikut sertaan peneliti pada saat pengumpulan data, dengan adanya perpanjangan keikut sertaan data yang diperoleh atau dikumpulkan dapat dipilih kembali dari data yang tidak bisa dipertanggung jawabkan keabsahannya.

Di dalam penelitian kualitatif uji keabsahan data dapat dilakukan dengan pendekatan triangulasi dengan melakukan trobosan metodologis terhadap masalah-masalah yang terjadi berkaitan dengan masalah di dalam penelitian kita, seperti yang dikemukakan Burgess dengan istilah “strategi penelitian ganda” atau seperti yang dikatakan oleh Denzin dengan “Triangulasi” (Bungin, 2013: 257).

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu sendiri untuk keperluan

pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumbernya (Moelong, 2012:330).

Uji keabsahan data melalui triangulasi ini dilakukan karena dalam penelitian kualitatif, untuk menguji keabsahan informasi tidak dapat dilakukan dengan alat-alat uji statistik. Begitu pula materi kebenaran sebuah tidak dapat diuji berdasarkan kebenaran alat-alat uji statistik, sehingga substansi kebenaran tergantung pada kebenaran intersubjektif. Oleh karena itu, sesuatu yang dianggap benar apabila kebenaran itu mewakili kebenaran *stakeholder* (Bungin, 2013:261).

Salah satu cara paling mudah dalam uji keabsahan hasil penelitian adalah dengan melakukan sumber data. Dengan mengacu kepada Denzin (1979) dalam Bungin (2013) maka pelaksanaan teknis dari langkah pengujian keabsahan ini akan memanfaatkan; sumber (Bungin, 2013:264).

Menurut Paton (1987) triangulasi dengan sumber data dilakukan dengan cara membandingkan atau mengecek kembali tingkat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan dengan;

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan situasi sepanjang waktu

4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintahan
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Hasil dari perbandingan yang diharapkan adalah berupa kesamaan atau alasan-alasan terjadinya perbedaan (Bungin, 2013 : 256).

Triangulasi sumber data juga memberi kesempatan untuk melakukan hal-hal berikut ini:

1. Penilaian hasil penelitian dilakukan oleh responden
2. Mengoreksi kekeliruan oleh sumber data
3. Menyediakan tambahan informasi secara sukarela
4. Memasukkan informan dalam ranah penelitian, menciptakan kesempatan untuk mengikhtisarkan sebagai langkah awal analisis data
5. Menilai kecukupan keseluruhan data yang dikumpulkan (Moelong, dalam Bungin, 2013 : 265).

G. Teknik Analisis Data

Penelitian Strategi Komunikasi Produksi Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 Fm dalam menarik minat pendengar ini menggunakan metode kualitatif di dalam pencarian data. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, analisis dokumen,

catatan dokumen dan catatan lapangan, disusun oleh peneliti di lokasi penelitian dan tidak dituangkan dalam bentuk angka-angka.

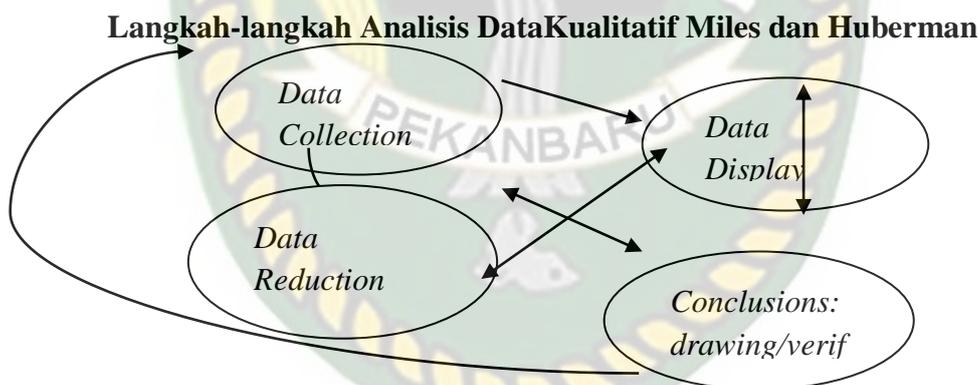
Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus-menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif (walaupun tidak menolak data kuantitatif), sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas. Oleh karena itu sering mengalami kesulitan dalam melakukan analisis. Seperti yang dikatakan oleh Miles and Huberman (1984), bahwa *“The most serious and central difficulty in the use of qualityve data is that methods of analysis are not well formulate”* (Sugiyono, 2006 : 273).

Dalam hal analisis data kualitatif, Bodgan (dalam Sugiyono, 2006: 274) menyatakan bahwa :*“Data analysis is the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnotes, and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present that you have discovered to others”*. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan memuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2006 : 274).

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak awal peneliti terjun langsung ke lapangan, yakni sejak peneliti mulai melakukan pertanyaan-pertanyaan dan catatan-catatan lapangan. Seperti yang dikatakan oleh Patton bahwa analisis data kualitatif yang diperoleh serta disimpulkan dari wawancara mendalam di lapangan berasal dari pertanyaan-pertanyaan yang dihasilkan pada proses awal dalam penelitian, selama pembuatan konseptual fase pertanyaan yang berfokus pada penelitian. Singkatnya selama proses pengumpulan data dan pada akhir pengumpulan data (Ahmadi, 2014 : 230-231)

Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik analisis menurut Miles dan Huberman. Berikut langkah-langkah analisis datanya :

Gambar 3.1.



Sumber : (Sugiyono, 2006 : 277).

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa analisis data kualitatif model Miles dan Huberman bersifat interaktif dimana antara suatu tahapan dengan tahapan lain saling berkaitan atau berinteraksi (Ahmadi, 2014 : 231).

Miles dan Huberman, menemukan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai

tuntas, sehingga datanya sudah tepat. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2006 : 276)

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Jumlah data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, sehingga perlu diberi catatan secara teliti dan rinci. Seperti yang telah dikemukakan oleh para ahli, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu (Sugiyono, 2006: 278).

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pie chart*, *pictogram* dan sejenisnya. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan peneliti serta pembaca untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut. “*Looking at displays help us to understand*

what is happening and to do something-further analysis or caution on that understanding” Miles and Huberman (1984). Setelah itu, dalam melakukan penyajian data, selain dengan teks naratif, juga dapat disajikan dalam bentuk grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart*. Untuk mengecek apakah peneliti telah memahami apa yang disajikan, maka perlu dijawab pertanyaan tentang Apakah peneliti tahu, apa isi yang data yang peneliti sajikan tersebut? (Sugiyono, 2006:280).

c. *Conclusion Drawing* (Verifikasi)

Langkah terakhir dalam menganalisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dijelaskan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan ini dapat berupa deskripsi atau gambaran obyek yang sebelumnya masih abstrak atau kurang jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2006:283-284)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Radio Swara Kampar 103,8 Fm

Lembaga penyiaran publik (LPP) lokal radio swara kampar merupakan radio pemerintah kabupaten kampar fm 103,8 mhz yang merupakan salah satu media elektronik milik pemerintah kabupaten kampar , saat ini diberi nama Radio Swara Kampar, dengan sistem manajemennya swasta. keberadaan radio swara kampar diharapkan dapat menjadi media penyebar informasi seputar pembangunan di kabupaten kampar dan sebagai sarana menyampaikan aspirasi masyarakat kepada pemerintah daerah, sekaligus mitra bagi pengusaha untuk mempromosikan usahanya, dengan penyelenggaraan penyiaran radio yang bersifat independen, netral dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.

Radio Swara Kampar atau yang dulu dikenal dengan Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD) dan RPKD menjadi salah satu stasiun radio tertua di Kabupaten Kampar, Bahkan Menurut Mantan Penyiar Senior Awang Sagita, radio ini sudah eksis sejak 1986 silam. Bahkan Radio Irama Jaya yang menjadi cikal bakal swara Kampar ini sudah mengudara sekitar tahun 1983/1984. Dulu studio siaran radio ini juga berpindah-pindah, mulai dari Kantor Golkar hingga kini menetap di Kompleks Tambang Timah Bangkinang (TBB) Hingga Kompleks Kantor Bupati Lama (studio sekarang). Awalnya, Radio Swara Kampar hanya

mengantongi izin rekomendasi dari gubernur kala itu. Dengan izin tetap awang selaku penyiar senior berharap radio ini semakin eksis dengan menghadirkan program-program unggulan. Pada tahun 2015-2018, Radio Swara Kampar tidak dapat mengudara karena tidak memiliki izin dan telah mendapat peringatan dari KPID Riau, sehingga radio swara Kampar tidak mengudara (On Air) menjelang izin prinsip keluar. Untuk itu Pemerintah Kabupaten Kampar melalui Kominfo melakukan pengurusan terhadap izin prinsip, berselang dengan itu Pemerintah Kabupaten Kampar melalui Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Kampar melakukan pengajuan dengan membuat permohonan ke Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) melalui epenyiaran, dan diperoleh Nomor Induk Bersama dan dilanjutkan dengan Evaluasi Dengar Pendapat yang kemudian dibawa ke Jakarta, maka terakhir keluarlah izin prinsip.

Pada tahun 2019 telah disetujui bahwa Radio Swara Kampar telah di keluarkan izin prinsipnya, dan ini setelah melalui berbagai proses kelengkapan administrasinya serta hasil keputusan forum rapat bersama. Menyikapi hal tersebut, Kadis kominfo sudah melakukan pembenahan di Studio Radio Swara Kampar yang berlokasi di Eks Kantor Bupati Kampar Bukit Candika Bangkinang yang telah lama tidak menyapa pemirsa. Pada tanggal 23 Agustus 2019, Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Mengeluarkan Izin Siaran Lembaga Penyiaran Republik Lokal (LPPL) Radio Swara Kampar 103,8 FM yang berada dibawah Diskominfo dan Persandian Kabupaten Kampar. Keputusan Menteri Kominfo bernomor 390/RF.01.02/2019 ini merupakan izin penyelenggaraan penyiaran (IPP) yang berlaku hingga 5 tahun mendatang.

Yang ditanda tangani oleh Menkominfo, Dirjen penyelenggaraan Pos dan Informatika, Direktur Penyiaran Geryantika Kurnia.

2. Dasar Hukum Pendirian Radio

Berdasarkan UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran pada bagian Keempat tentang Lembaga Penyiaran Publik Pada Pasal 14 dijelaskan bahwa lembaga penyiaran publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Atas dasar itulah dikeluarkannya peraturan daerah kab.kampar no. 4 Tahun 2011 tentang pembentukan Lembaga Penyiaran publik (LPP) Lokal Swara Kampar, dalam ketentuan umum Bab 1 Pasal 1 menyebutkan bahwa LPP Lokal Radio Swara kampar merupakan lembaga yang didirikan oleh Pemerintah Daerah Kab. Kampar yang didalamnya terdapat unsur Bupati Kampar, DPRD Kab.Kampar dan diketahui lembaga yang berada di lingkupnya masing-masing.

3. Visi dan Misi Radio Swara Kampar

Visi Radio Swara Kampar

"Menjadikan Radio Swara Kampar sebagai Media Informasi terdepan, terpercaya dan Edukatif"

Misi Radio Swara Kampar

1. Menyelenggarakan siaran yang bernilai edukatif, informatif, dan menghibur masyarakat.
2. Mengembangkan program untuk mengedukasi masyarakat dengan dilandasi nilai-nilai sosial
3. budaya sesuai dengantuntutan jaman untuk pendengar segmen keluarga.
4. Menjalin kemitraan bisnis yang sinergis terpercaya dan saling menguntungkan.
5. Meningkatkan profesionalisme dalam manajemen radio.
6. Mengikuti perkembangan teknologi secara terus menerus untuk mendukung penyelenggaraan siaran.
7. Senantiasa membina SDM sesuai tuntutan profesional di bidangnya.h.menyebarkan informasi pembangunan yang berbasiskan "Membangun Desa, Menata Kota"
8. kepada masyarakat kabupaten Kampar.

4. Logo Radio Swara Kampar



Gambar 4.1 Logo Radio Swara Kampar.

Dengan waktu siaran sebanyak 18 Jam (06.00-24.00 Wib) Program siaran Ada beberapa Program yang mengudara dalam masa waktu seharian,berikut Program Siaran Radio Swara Kampar :

1. Siraman Qalbu

Program ini berisi seputar ceramah Agama, lagu religi Islami, serta kegiatan pembacaan Al-Qur'an (Mengaji)

2. Informasi Dan Motivasi Pagi

Program ini dibuka dengan lagu-lagu wajib Indonesia, diteruskan dengan ragam acara harapan semangat pagi dalam menjalani kehidupan

3. Kampar Hari Ini

Program ini berisikan informasi seputar daerah Kabupaten Kampar mulai dari advetorial Pemkab Kampar, pembangunan dan kehidupan masyarakat Kampar yang diupdate setiap hari.

4. Berita Daerah Kampar

Program ini berisi tentang informasi-informasi seputar berita-berita Kampar yang dirangkum dalam aspek kehidupan sosial masyarakat dan juga kegiatan pemerintahan Kab. Kampar.

5. Berita Nasional

Program ini berisi tentang seputar hal-hal menarik, berita nasional yang selalu hangat, terkini, terbaru pada setiap hari sehingga bisa kita dengarkan tentang seputar berita hukum,politik, kriminal,pendidikan, dan banyak lagi

6. Musik dan Info Radio Siara Pemerintah Daerah (RSPD)

Musik dan Info radio siaran pemerintah daerah (RSPD) berisikan beragam informasi seputar beragam lagu dan dendang lagu hits populer, setiap hari hadir dengan topik yang berbeda seperti musik yang diselingi dengan info Kesehatan, Ekonomi, Pendidikan, Fashion, Info Religi, Dunia Anak atau Dongeng serta Kuliner.

7. Ragam Informasi (arti dan maksd)

Salah satu program yang dimiliki oleh Radio Swara Kampar yang berisi informasi-informasi yang sedang populer di kalangan masyarakat dengan di selingi oleh lagu-lagu yang juga sedang populer dan disertai iklan-iklan.

8. Fresh Music

Musik yang sedang naik daun yang dipadu dengan lagu-lagu hits nasional dan mancanegara, dengan tema yang berbeda-beda setiap harinya seperti Musik India, Inggris, Indonesia, Korea, Arab dan Malaysia.

9. Ocu Badendang

Siaran yang menjadi program unggulan dan cukup banyak pendengar yang apresiatif dengan menghadirkan lagu-lagu daerah yaitu musik daerah Kampar yaitu OCU yang sedang terpopuler saat ini. program yang memberikan ruang bagi para pendengar lewat Request lagu (request by phone) secara live sehingga interaksi antara penyiar dan pendengar tersalurkan demi memenuhi kebutuhan ruang dengar informasi masyarakat Kampar dan sekitarnya.

10. Pelangi Senja

Salah satu program yang dimiliki oleh Radio Swara Kampar yang berisi dengan pembahasan-pembahasan mengenai pertanian, wirausaha, teknologi serta budaya-budaya dengan menghadirkan narasumber maupun tidak yang juga diselingi oleh lagu-lagu yang enak di dengar.

11. Nuansa Islami (VOICE OF ISLAM)

Dengan memberikan informasi seputar kajian-kajian Islami yang menyentuh bagi para kalangan masyarakat Kampar, sehingga radio sebagai sentral penyebar informasi kepada masyarakat bisa terwujudkan salah satunya lewat dakwah-dakwah Islami dan itu sejalan dengan program pemerintah yang fokus terhadap semua aspek salah satunya keagamaan di Kampar.

12. Musik Daerah

Menyajikan berbagai lagu-lagu daerah seperti lagu daerah dengan topik Dendang Melayu, Campursari, Mandailing (Marsombuh Sihol), Minang Maimbau, Dendang ocu, Serta lagu berasal dari Jawa.

13. Berita Daerah Malam

Informasi-informasi seputar berita-berita Kampar yang dirangkum dalam aspek kehidupan sosial masyarakat dan juga kegiatan pemerintahan Kab. Kampar, disajikan pada malam hari dengan ringkasan berita disiang hari

14. Pilihan Pendengar

Program siaran yang disingkat dengan Pilpen disajikan dengan live interaktif bersama pendengar dan juga menghadirkan ragam program yang

cukup memberikan nuansa yang aktif seperti Pantun yang diiringi dengan lagu, Nostalgia, Kisah-kisah seru, Curhat, Karadio (Karaoke lewat telepon interaktif Radio), Liputan Car Free Night atau Karaoke Live di Radio Kampar.

5. Struktur Organisasi Radio Swara Kampar



Gambar 4.2

Struktur Organisasi Radio Swara Kampar

B. Hasil Penelitian

Strategi adalah bentuk perencanaan dan belangsungan dari penyelenggaraan siaran secara holistik, yang didalamnya tercakup makna penjadwalan dan penyiaran acara dari suatu stasiun siaran (Masduki, 2005: 99). Proses siaran radio merupakan proses yang panjang dan rumit, tetapi harus berjalan di atas pola pikir dan tindakan yang cepat dan dinamis, praktis, tepat dan

berkualitas. Untuk itu perlu dipadukan antara manajemen dan penyiaran sesuai dengan landasan tujuan yang hendak dicapai.

Meskipun Radio Swara Kampar 103,8 FM milik pemerintah daerah Kabupaten Kampar tetapi mereka tetap berupaya memberikan informasi terpercaya yang dapat menjadi referensi dan alat kontrol sosial bagi masyarakat, memperhatikan kode etik jurnalistik/kode etik penyiaran dan mengembangkan program pendidikan untuk pendidikan, pencerahan, pemberdayaan. dan mendorong kreativitas di masyarakat sebagai bagian dari pembangunan karakter bangsa.

Pada observasi awal yang di lakukan peneliti pada Radio Swara Kampar 103,8 FM dari segi bangunan telah memiliki gedung sendiri serta kelengkapan beberapa fasilitas pendukung seperti ruang siaran maupun ruangan meeting. Suasana kantor yang sangat nyaman dengan dilengkapi oleh pendingin ruangan yang cukup dingin serta kebersihan kantor yang sangat dijaga memberikan penambah semangat bagi karyawan baik dari sisi penyiar, editor dan lain-lain.

Terkait dengan penelitian ini terkait dengan strategi penyiaran publik lokal Radio Swara Kampar 103,8 Fm terdapat beberapa strategi yang di gunakan yang dapat dilihat pada uraian berikut:

1. Memiliki Program Unggulan

Program unggulan yang dimiliki oleh Radio Swara Kampar 103,8 Fm masih berkaitan dengan visi dan misi yang dimiliki oleh Radio Swara Kampar 103,8 Fm yang dalam hal ini terdiri dari visi yaitu menjadikan radio swara kampar sebagai media informasi terdepan, terpercaya dan Edukatif. Program

yang di kedepankan terkait visi tersebut adalah *Kampar Hari Ini*. Program ini menyajikan berita seputar Kabupaten *Kampar* yang sedang hangat di bicarakan di masyarakat. Selain itu program ini juga menyajikan peraturan maupun himbauan himbauan dari pemerintah kepada masyarakat.

Hal ini dapat diketahui dari hasil wawancara berikut:

“kami ada program unggulan berita daerah setiap pagi. Program ini berisi berita tentang kondisi kabupaten *Kampar* dan sekitar. Selain itu kami juga punya acara anak muda setiap malam. Dan khusus malam minggu peserta bisa karaoke dan peminat yang menelpon cukup banyak” (Wawancara dengan Kepala stasiun Radio *Swara Kampar* 103,8 FM, 24 Mei 2021)

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa program yang terkait dengan visi dari Radio *Swara Kampar* 103,8 Fm adalah program *Kampar Hari Ini* yakni yang program yang menyajikan berita Kabupaten *Kampar* yang terbaru dan sedang ramai di perbincangkan di masyarakat maupun informasi-informasi publik yang perlu diketahui oleh masyarakat serta diselingi oleh lagu-lagu yang enak di dengar.

Selain itu sebagai radio daerah sehingga kearifan lokal adalah salah satu ciri khas dari Radio *Swara Kampar* 103,8 Fm yaitu dengan memberikan musik bernuansa daerah yang juga menjadi program unggulan untuk menarik minat pendengar sebagaimana penuturan berikut:

“strategi yang kami gunakan disini kami adalah karena kami ini radio daerah jadi kami angkat budaya-budaya masih berkaitan dengan daerah khususnya *kampar* yaitu acara program *dendang ocu* yang sangat banyak peminatnya disini” (Wawancara dengan *Nasrullah* selaku Direktur Radio *Swara Kampar* 103,8 fm, 24 Mei 2021).

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa salah satu strategi yang digunakan oleh Radio *Swara Kampar* 103,8 FM dalam menarik

minat pendengar adalah dengan mengangkat kearifan lokal khususnya pada kabupaten kampar dengan menghadirkan program Ocu Dendang. Siaran yang menjadi program unggulan dan cukup banyak pendengar yang apresiatif dengan menghadirkan lagu-lagu ocu hitz dan terpopuler saat ini. program yang memberikan ruang bagi para pendengar lewat Request lagu (*request by phone*) secara live sehingga interaksi antara penyiar dan pendengartersalurkan demi memenuhi kebutuhan ruang dengar informasi masyarakat Kampar dan sekitarnya, diperdengarkan pada pukul : 14.00 -16.00 Wib.

Dari hasil pengamatan diketahui bahwa Radio Swara Kampar 103,8 FM memiliki beberapa program lainnya yaitu:

a. Siraman Qalbu

Program ini berisi seputar ceramah Agama, lagu religi Islami, serta kegiatan pembacaan Al-Qur'an (Mengaji)

b. Informasi Dan Motivasi Pagi

Program ini dibuka dengan lagu-lagu wajib Indonesia, diteruskan dengan ragam acara harapan semangat pagi dalam menjalani kehidupan

c. Kampar Hari Ini

Program ini berisikan informasi seputar daerah Kabupaten Kampar mulai dari advetorial Pemkab Kampar, pembangunan dan kehidupan masyarakat Kampar yang diupdate setiap hari.

d. Berita Daerah Kampar

Program ini berisi tentang informasi-informasi seputar berita-berita Kampar yang dirangkum dalam aspek kehidupan sosial masyarakat dan juga kegiatan pemerintahan Kab. Kampar.

e. Berita Nasional

Program ini berisi tentang seputar hal-hal menarik, berita nasional yang selalu hangat, terkini, terbaru pada setiap hari sehingga bisa kita dengarkan tentang seputar berita hukum, politik, kriminal, pendidikan, dan banyak lagi

f. Musik dan Info Radio Siara Pemerintah Daerah (RSPD)

Musik dan Info radio siaran pemerintah daerah (RSPD) berisikan beragam informasi seputar beragam lagu dan dandang lagu hits populer, setiap hari hadir dengan topik yang berbeda seperti musik yang diselingi dengan info Kesehatan, Ekonomi, Pendidikan, Fashion, Info Religi, Dunia Anak atau Dongeng serta Kuliner.

g. Ragam Informasi

Salah satu program yang dimiliki oleh Radio Swara Kampar yang berisi informasi-informasi yang sedang populer di kalangan masyarakat dengan di selingi oleh lagu-lagu yang juga sedang populer dan disertai iklan-iklan.

h. Fresh Music

Musik yang sedang naik daun yang dipadu dengan lagu-lagu hits nasional dan mancanegara, dengan tema yang berbeda-beda setiap

harinya seperti Musik India, Inggris, Indonesia, Korea, Arab dan Malaysia.

i. Ocu Badendang

Siaran yang menjadi program unggulan dan cukup banyak pendengar yang apresiatif dengan menghadirkan lagu-lagu daerah yaitu musik daerah Kampar yaitu Ocu yang sedang terpopuler saat ini. program yang memberikan ruang bagi para pendengar lewat Request lagu (request by phone) secara live sehingga interaksi antara penyiar dan pendengar tersalurkan demi memenuhi kebutuhan ruang dengar informasi masyarakat Kampar dan sekitarnya.

j. Pelangi Senja

Salah satu program yang dimiliki oleh Radio Swara Kampar yang berisi dengan pembahasan-pembahasan mengenai pertanian, wirausaha, teknologi serta budaya-budaya dengan menghadirkan narasumber maupun tidak yang juga diselingi oleh lagu-lagu yang enak di dengar.

k. Nuansa Islami (VOICE OF ISLAM)

Dengan memberikan informasi seputar kajian-kajian Islami yang menyentuh bagi para kalangan masyarakat Kampar, sehingga radio sebagai sentral penyebar informasi kepada masyarakat bisa terwujudkan salah satunya lewat dakwah-dakwah Islami dan itu sejalan dengan program pemerintah yang fokus terhadap semua aspek salah satunya keagamaan di Kampar.

1. Musik Daerah

Menyajikan berbagai lagu-lagu daerah seperti lagu daerah dengan topik Dendang Melayu, Campursari, Mandailing (Marsombuh Sihol), Minang Maimbau, Dendang Ocu, Serta lagu berasal dari Jawa.

m. Berita Daerah Malam

Informasi-informasi seputar berita-berita Kampar yang dirangkum dalam aspek kehidupan sosial masyarakat dan juga kegiatan pemerintahan Kab. Kampar, disajikan pada malam hari dengan ringkasan berita disiang hari

n. Pilihan Pendengar

Program siaran yang disingkat dengan Pilpen disajikan dengan live interaktif bersama pendengar dan juga menghadirkan ragam program yang cukup memberikan nuansa yang aktif seperti Pantun yang diiringi dengan lagu, Nostalgia, Kisah-kisah seru, Curhat, Karadio (Karaoke lewat telepon interaktif radio), Liputan *Car Free Night* atau Karaoke Live di Radio Kampar.

**LPPL Radio Swara Kampar 103.8 Fm
Jadwal Absen Siaran Dan Program Acara**

Hari	Sesi/Jam				
	05.00-09.00	09.00-13.00	13.00-17.00	17.00-21.00	21.00-01.00
Senin	Ari Amrizal	Vivi Meita S.	Desi Arisandi	Gian Pratama	Nasrul
	Siaran Qalbu/Info Dan Motivasi	Informasi Dan Tips Rswk	Req Dendang Ocu	Religi//Lagu Daerah	Req Malam
Selasa	Ari Amrizal	Vivi Meita S.	Desi Arisandi	Gian Pratama	Nasrul
	Siaran Qalbu/Info Dan Motivasi	Informasi Dan Tips Rswk	Req Dendang Ocu	Religi//Lagu Daerah	Req Malam

Hari	Sesi/Jam				
Rabu	Vivi Meita S.	Gian Pratama	Desi Arisandi	Gian Pratama	Ari Amrizal
	Siaran Qalbu/Info Dan Motivasi	Informasi Dan Tips Rswk	Req Dendang Ocu	Religi//Lagu Daerah	Req Malam
Kamis	Ari Amrizal	Vivi Meita S.	Desi Arisandi	Vivi Meita S.	Gian Pratama
	Siaran Qalbu/Info Dan Motivasi	Informasi Dan Tips Rswk	Req Dendang Ocu	Religi//Lagu Daerah	Req Malam
Jumat	Ari Amrizal	Vivi Meita S.	Desi Arisandi	Nasrul	Herizal
	Siaran Qalbu/Info Dan Motivasi	Informasi Dan Tips Rswk	Req Dendang Ocu	Religi//Lagu Daerah	Req Malam
Sabtu	Gian Pratama	Nasrul	Desi Arisandi	Gian Pratama	Herizal
	Siaran Qalbu/Info Dan Motivasi	Informasi Dan Tips Rswk	Req Minang	Religi//Lagu Daerah	Karoke By Phone
Minggu	Ari Amrizal	Vivi Meita S.	Desi Arisandi	Herizal	Nasrul
	Siaran Qalbu/Info Dan Motivasi	Informasi Dan Tips Rswk	Req Jawa	Religi//Lagu Daerah	Req Malam

Gambar 4.3 jadwal siaran radio swara Kampar (2019-2020)
Sumber: Dinas Kominfo Kampar (komunikasi informasi dan persandian).

Berdasarkan hasil pengamatan penulis di lapangan di ketahui bahwa Radio Swara Kampar 103,8 FM memiliki berbagai macam program acara baik dari segi program berita, musik maupun religi. Namun, yang menjadi favorit di masyarakat adalah Ocu Badendang dan Kampar Hari Ini. Hal ini dikarenakan sebagai radio daerah yang mengangkat budaya dan kearifan lokal maka program Ocu Badendang sangat tepat di usung melihat banyaknya peminat dari masyarakat yang menantikan lagu-lagu berbahasa Ocu yang banyak di gemari oleh kalangan ibu-ibu maupun bapak-bapak serta lansia. Hal ini juga Ocu Badendang di siarkan pada waktu yang tepat yaitu pukul : 14.00 -16.00 Wib dimana masyarakat sedang santai dan istirahat lelah bekerja

sehingga mengisi waktu kosong istirahat diisi dengan mendengarkan siaran Ocu Badendang di Radio Swara Kampar 103,8 Fm.

Program lain yang peminatnya tinggi berdasarkan hasil pengamatan di lapangan adalah Kampar Hari Ini. Program ini menyajikan berita seputar Kabupaten Kampar yang sedang hangat di bicarakan di masyarakat. Selain itu program ini juga menyajikan peraturan maupun himbauan himbauan dari pemerintah kepada masyarakat.

2. Iklan Gratis

Bagi kebanyakan radio, pemasangan iklan merupakan salah satu aspek pemasukkan yang cukup menjanjikan. Karena dari pemasangan iklan baik itu bagi pelaku usaha maupun informasi akan ditarik sejumlah dana sebagai ongkos pemasangan iklan. Namun hal ini tidak berlaku bagi Radio Swara Kampar 103,8 FM. Hal ini diketahui dari hasil wawancara berikut:

“kami disini tidak memungut biaya sepersepun dari pemasangan iklan karena ini bukan radio bisnis tapi radio pemerintah jadi kami tidak mengambil biaya dari pemasangan iklan dan banyak pelaku usaha yang memasang iklan disini” (Wawancara dengan Kepala stasiun Radio Swara Kampar 103,8 Fm, 24 Mei 2021)

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa Radio Swara Kampar 103,8 Fm tidak memungut biaya pemasangan iklan karena Radio Swara Kampar 103,8 FM sebenarnya adalah radio milik pemerintah khususnya pemerintah kabupaten Kampar.

Diketahui bahwa Radio Swara Kampar 103,8 FM adalah milik pemerintah yang tidak bersifat bisnis sehingga tidak di perbolehkan menerima

bayaran atas iklan yang ada sebagaimana Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik berikut:

Pasal 36

1. Lembaga Penyiaran Publik Lokal yang menyelenggarakan siaran iklan dan/atau memungut biaya selama masa uji coba siaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (5) dikenai sanksi administratif berupa teguran tertulis.
2. Lembaga Penyiaran Publik Lokal yang telah mendapat teguran tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebanyak 2 (dua) kali dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran.

Berdasarkan peraturan di atas diketahui bahwa radio yang dikelola oleh pemerintah tidak bersifat bisnis dan tidak diperbolehkan menerima dana atas pemasangan iklan sehingga jika radio tersebut kedapatan menarik biaya baik komersil maupun informasi maka akan di berikan sanksi administrasi berupa teguran tertulis hingga adanya pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran.

Dari hasil pengamatan di lapangan di ketahui bahwa Radio Swara Kampar 103,8 FM tidak menerima pembayaran dari iklan prodak dari masyarakat dengan tujuan memajukan industri-industri UMKM masyarakat tanpa membebani masyarakat. Iklan yang di siarkan oleh Radio Swara Kampar 103,8 Fm didominasi oleh iklan prodak makanan-makanan khas dari kabupaten kampar sebagaimana tampilan gambar berikut:



Gambar 5.1
Salah Satu Prodak yang di Iklankan oleh Radio Swara Kampar 103,8 FM

Banyaknya prodak industri kecil masyarakat yang di iklan pada radio swara kampar 103,8 fm di dominasi oleh prodak makanan khususnya makanan khas kabupaten kampar yang memiliki cita rasa yang khas serta dapat di jadikan buah tangan dari kabupaten kampar. Disisi lain persaingan antara produsen cukup tinggi sehingga di perlukan promosi prodak serta pengenalan prodak kepada masyarakat melalui pemasangan iklan. Radio swara kampar 103,8 fm merupakan stasiun radio yang dekat di kalangan masyarakat kabupaten kampar sehingga dirasa cocok untuk mengenalkan produk industri makanan milik masyarakat.

3. Menggunakan Teknologi Terbaru

Perkembangan zaman sejalan dengan perkembangan teknologi khususnya dalam hal aplikasi hiburan. Hal ini juga dirasakan oleh Radio

Swara Kampar 103,8 FM yang mana harus mengikuti perkembangan zaman tersebut dalam rangka menarik perhatian para pendengar. Hal ini dapat terlihat dari hasil wawancara berikut:

“Strategi kami ya menggunakan teknologi yang baru. Radio swara kampar 103,8 fm ini bisa di dengar di hp juga dengan aplikasi klik radio jadi bisa kapanpun dan di manapun bisa mendengar siaran radio swara kampar 103,8 fm” (wawancara dengan penyiar radio swara kampar 103,8 fm, 24 mei 2021)

Akan Tetapi Udah 2 Minggu Radio Swara Kampar Off Sementara Dari Aplikasi Klik Radio, Akibat cuaca yang kurang bagus Akhir-Akhir Ini, Sementara Itu Kita Sudah mengganti dengan streaming (wawancara dengan Nasrul 17 juni 2021)

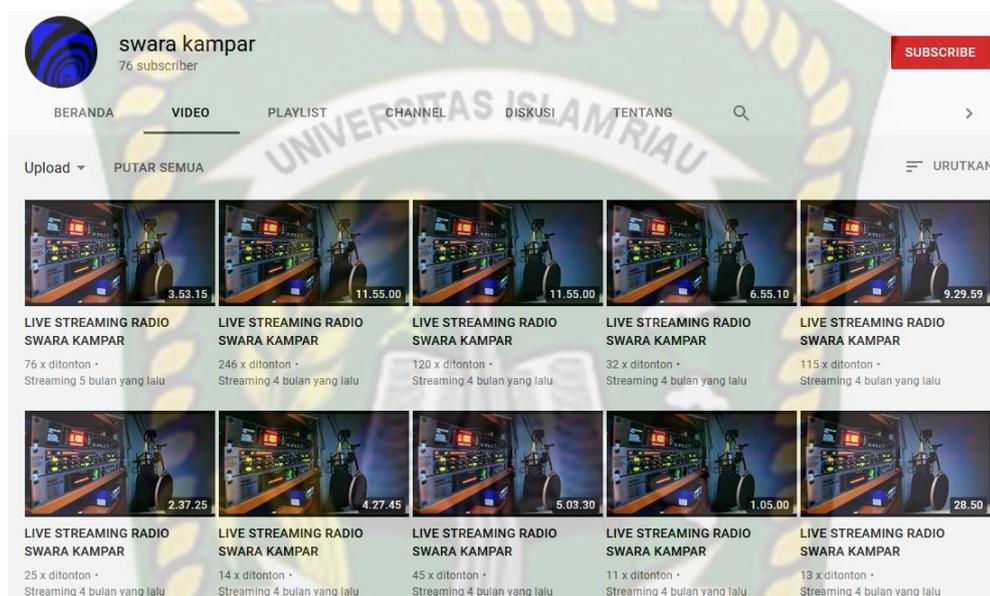
Penggunaan aplikasi sangat mempermudah pendengar untuk mendengarkan siaran Penyiar Radio Swara Kampar 103,8 Fm. Salah satunya adalah dengan menggunakan aplikasi klik radio yang dapat di akses dengan menggunakan Hp Android.

Selain dengan menggunakan aplikasi klik radio, penyiar radio swara kampar 103,8 fm juga menggunakan website serta youtube channel sebagai salah satu cara menarik perhatian pendengar sebagaimana hasil wawancara berikut:

“kami pakai web juga jadi masyarakat dapat membaca berita yang kami siarkan dan juga bisa melihat kami di channel youtube Penyiar Radio Swara Kampar 103,8 FM tapi untuk youtube kami masih perlu ada perbaikan karena masih baru” (Wawancara dengan Penyiar Radio Swara Kampar 103,8 FM, 17 juni 2021)

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa adanya penggunaan website bagi radio swara kampar 103,8 fm yang berisikan berita yang disiarkan oleh radio swara kampar 103,8 fm sehingga masyarakat dapat langsung membaca di laman website radio swara kampar 103,8 Fm. Hal yang

dimiliki oleh radio swara kampar 103,8 fm dalam rangka menarik perhatian pendengar adalah dengan menggunakan channel *youtube* namun dalam hal ini masih perlu dibenahi karena khusus pada channel *youtube* radio swara kampar 103,8 fm hanya pada siang hari saja.



Gambar 5.2
Tampilan Channel Youtube Radio Swara Kampar 103,8 FM

Dari tangkapan gambar di atas di ketahui bahwa Radio Swara Kampar 103,8 FM memiliki *channel Youtube*. Dari hasil observasi yang di lakukan peneliti diketahui bahwa channel *youtube* radio swara kampar 103,8 fm tidak begitu di kembangkan dengan baik. hal ini dapat dilihat dari pengikut channel *youtube* radio swara kampar 103,8 fm hanya sebanyak 76 pengikut. serta tayangan streamming tidak di lakukan setiap hari padahal radio swara kampar 103,8 fm melakukan siaran setiap hari. dalam hal ini menurut hemat penulis agar radio swara kampar 103,8 fm dapat mengembangkan channel *youtube* radio swara kampar 103,8 fm menjadi lebih baik.

Dari hasil observasi di lapangan, peneliti juga melihat bahwa Radio swara kampar 103,8 fm melakukan beberapa kerja sama dengan beberapa instansi pemerintah seperti kepolisian daerah kabupaten kampar sebagaimana tampilan gambar berikut:



Gambar 5.3
Tampilan Gambar Kerja Sama Radio Swara Kampar 103,8 FM

Dari hasil tampilan di atas di ketahui bahwa Radio Swara Kampar 103,8 fm dalam siarannya melakukan beberapa kerja sama dengan beberapa instansi yang dalam hal ini bekerjasama dengan Ditlantas kabupaten kampar yang berisikan sosialisasi tentang *new normal* dimana masyarakat di anjurkan untuk jaga jarak, menggunakan masker dan rajin cuci tangan. hal ini dilakukan dalam rangka menekan penyebaran virus covid-19.

Selain menggunakan channel youtube, Radio Swara Kampar 103,8 fm juga menggunakan sarana website sebagaimana pantauan penulis pada situs website sebagaimana tampilan gambar berikut:



Gambar 5.4
Tampilan Gambar Website Radio Swara Kampar 103,8 FM

Berdasarkan gambar di atas di ketahui bahwa radio swara kampar 103,8 fm juga menggunakan *website* sebagai portal berita yang berisikan berita-berita sekitar kabupaten kampar serta informasi kebijakan dari pemerintah kabupaten kampar.

C. Pembahasan

Sejalan dengan semakin maraknya dunia informasi, banyak bermunculan media massa baik cetak maupun elektronik. Hal ini terjadi mengingat semakin besarnya kebutuhan masyarakat akan informasi yang akan menambah wawasan mereka dalam menghadapi laju perkembangan zaman. Salah satu media komunikasi massa yang dapat mendukung proses penyiaran adalah media elektronika yaitu radio. Radio sebagai media elektronik yang bersifat auditif dapat dinikmati oleh masyarakat, dimana media ini berperan dalam perkembangan komunikasi dan informasi. Media radio dalam penggunaannya sangat efektif dan efisien, karena penyebaran informasi komunikasi dapat tersebar luas dengan cepat keberbagai kalangan masyarakat. Kelebihan media radio dibandingkan media lain adalah jarak jangkauannya yang sangat luas dan murah meriah (Onong Uchjana Effendy, 2002: 107)

Meskipun Radio Swara Kamar 103,8 fm milik pemerintah daerah kabupaten kamar tetapi mereka tetap berupaya memberikan informasi terpercaya yang dapat menjadi referensi dan alat kontrol sosial bagi masyarakat, memperhatikan kode etik jurnalistik/kode etik penyiaran dan mengembangkan program pendidikan untuk pendidikan, pencerahan, pemberdayaan. dan mendorong kreativitas di masyarakat sebagai bagian dari pembangunan karakter bangsa.

Terkait dengan penelitian ini terkait dengan strategi penyiaran publik lokal Radio Swara Kamar 103,8 Fm terdapat beberapa strategi yang di gunakan seperti memiliki program unggulan. Program unggulan yang dimiliki oleh Radio Swara Kamar 103,8 Fm masih berkaitan dengan visi dan misi yang dimiliki oleh Radio

Swara Kampar 103,8 Fm yang dalam hal ini terdiri dari visi yaitu Menjadikan Radio Swara Kampar sebagai Media Informasi terdepan, terpercaya dan Edukatif. Program yang di kedepankan terkait visi tersebut adalah Kampar Hari Ini. Program ini menyajikan berita seputar kabupten kampar yang sedang hangat di bicarakan di masyarakat. Selain itu program ini juga menyajikan peraturan maupun himbauan himbauan dari pemerintah kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis di lapangan di ketahui bahwa Radio Swara Kampar 103,8 Fm memiliki berbagai macam program acara baik dari segi program berita, musik maupun religi. Namun, yang menjadi favorit di masyarakat adalah Ocu Badendang dan Kampar Hari Ini. Hal ini dikarenakan sebagai radio daerah yang mengangkat budaya dan kearifan lokal maka program Ocu Badendang sangat tepat di usung melihat banyaknya peminat dari masyarakat yang menantikan lagu-lagu berbahasa Ocu yang banyak di gemari oleh kalangan ibu-ibu maupun bapak-bapak serta lansia. Hal ini juga Ocu Badendang di siarkan pada waktu yang tepat yaitu pukul : 14.00 -16.00 Wib dimana masyarakat sedang santai dan istirahat lelah bekerja sehingga mengisi waktu kosong istirahat diisi dengan mendengarkan siaran ocu badendang di radio swara kampar 103,8 fm.

Strategi lainnya adalah iklan gratis. Bagi kebanyakan radio, pemasangan iklan merupakan salah satu aspek pemasukkan yang cukup menjanjikan. Karena dari pemasangan iklan baik itu bagi pelaku usaha maupun informasi akan ditarik sejumlah dana sebagai ongkos pemasangan iklan. Namun hal ini tidak berlaku bagi radio swara kampar 103,8 fm.

Banyak produk industri kecil masyarakat yang di iklan pada radio swara kampar 103,8 Fm di dominasi oleh Produk makanan khususnya makanan khas kabupaten kampar yang memiliki cita rasa yang khas serta dapat di jadikan buah tangan dari kabupaten kampar. Disisi lain persaingan antara produsen cukup tinggi sehingga di perlukan promosi produk serta pengenalan produk kepada masyarakat melalui pemasangan iklan. Radio swara kampar 103,8 fm merupakan stasiun radio yang dekat di kalangan masyarakat Kabupaten Kampar sehingga dirasa cocok untuk mengenalkan produk industri makanan milik masyarakat.

Strategi lainnya adalah menggunakan teknologi terbaru seperti penggunaan website bagi radio swara kampar 103,8 fm yang berisikan berita yang disiarkan oleh radio swara kampar 103,8 fm sehingga masyarakat dapat langsung membaca di laman website radio swara kampar 103,8 Fm. Hal yang dimiliki oleh Radio swara kampar 103,8 fm dalam rangka menarik perhatian pendengar adalah dengan menggunakan *channel youtube* namun dalam hal ini mash perlu dibenahi karena radio swara kampar hanya pada siang hari saja.

Penggunaan aplikasi sangat mempermudah pendengar untuk mendengarkan siaran penyiar radio swara kampar 103,8 fm. Salah satunya adalah dengan menggunakan aplikasi klik radio yang dapat di akses dengan menggunakan Hp Android.

Secara keseluruhan penulis dapat menyimpulkan bahwa pada Strategi penyiaran publik lokal radio swara kampar 103,8 Fm ditemukan beberapa strategi yang digunakan dalam menarik perhatian pendengar yakni memiliki program Unggulan yakni program ocu badendang dan kampar hari ini, Iklan gratis yang di

dominasi oleh prodak dari industri kecil menengah milik masyarakat, dan Menggunakan Teknologi Terbaru baik sisi *soundsystem* maupun beberapa media terbaru seperti channel youtube, klik radio serta *website* yang merupakan portal berita seputar kabupaten kampar



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Strategi Penyiaran Publik Lokal Radio Swara Kampar 103,8 Fm ditemukan beberapa strategi yang digunakan dalam menarik perhatian pendengar yakni Memiliki Program unggulan yakni program ocu badendang dan kampar hari ini, Iklan gratis yang di dominasi oleh prodak dari industri kecil menengah milik masyarakat, dan Menggunakan Teknologi Terbaru baik sisi soundsystem maupun beberapa media terbaru seperti *channel youtube*, klik radio serta *website* yang merupakan portal berita seputar Kabupaten Kampar.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka penulis perlu menyampaikan beberapa saran berikut.

1. Kepada Produksi Radio Swara Kampar 103,8 Fm meningkatkan produktivitas produksi yang telah ada dalam mencapai kualitas Radio Swara Kampar 103,8 Fm yang lebih baik
2. Kepada para tim Produksi program acara Radio Swara Kampar 103,8 Fm agar selalu komitmen dalam menjalankan tugasnya dalam produksi program Radio Swara Kampar 103,8 Fm.

3. Saran yang ditujukan kepada akademisi, yaitu penelitian ini dapat dikaji lagi dari sudut pandang yang berbeda, terutama terkait manajemen produksi.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yusuf Zainal. 2015. Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi. Bandung: Pustaka Setia.
- Ahmadi, Ruslan. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Cetakan ke-1. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Anwarudin. 2010. Strategi Penyiaran Radio Komunitas Dalam Memperoleh Pendengar. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Apriadi, Tamburaka. 2013. Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada.
- Bungin, Burhan. 2013. Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya. Jakarta: Prenada Media
- Cangara, H. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2017. Perencanaan Dan Strategi Komunikasi, cet.2, Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendi, Onong Uchjana. 2008. Ilmu Komunikasi. Bandung: Rosda Karya.
- _____. 2011. Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktik. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- J.B, Wahyudi . 2012. Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, Erliana. 2010. Komunikasi Pemerintahan. Jakarta: Refika Aditama
- Kriyantono, Rachmat. 2008. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Rosdakarya.
- _____. 2008. Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Dedi. 2009. Ilmu Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- _____. 2016. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munir. 2012. Multimedia Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Noor, Juliansyah. 2010. Metodologi penelitian. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurudin. 2015. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pranoto, Suhartono W. 2001. Revolusi Agustus Nasionalisme Terpasung dan Diplomasi Internasional. Yogyakarta: Laper Pustaka Utama.
- Pranoto. 2007. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Gramedia.
- Rachman, Abdul. 2016. Dasar-Dasar Penyiaran. Pekanbaru: Unri Press.
- Rakhmat. 2005. Manajemen Strategik. Bandung: CV.Pustaka Setia.
- Romli, Asep Syamsul M. 2004. Dasar-Dasar Siaran Radio. Bandung: Nuansa.
- Sanjaya, Wina. 2012. Media Komunikasi Pembelajaran. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, Fred. 2012. Teknik Produksi Program Radio Siaran. Yogyakarta: Grasia Book Publisher.
- Wiryanto. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Grasindo.