

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian Strategi

Beragam opini oleh berbagai pakar komunikasi terkait makna atas strategi, serta dalam bagian ini peneliti telah menentukan rangkuman berbagai pendapat dari para ahli komunikasi yang dapat dijadikan sebagai referensi diantaranya:

Strategi berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yakni perencanaan secara cermat terkait aktivitas bertujuan guna meraih sasaran khususnya.¹ Namun bidang akademik tak kenal definisi tunggal mengenai strategi. Tiap pakar memberi definisi makna atas strategi sejalan terhadap perspektif masing-masingnya. Sedangkan strategi berdasarkan dari James Brian Quinn dan Sondang P. Siagian yaitu:² Strategi merupakan sebuah pola ataupun perencanaan yang terintegrasi dengan tujuan utamanya, kebijakan serta serangkaian tindakan atas suatu organisasi sampai keseluruhannya dengan kompak.

Berdasarkan Sondang P. Siagian, strategi merupakan pola atau perencanaan dengan skala besar yang orientasinya kepada keterjangkauan masa depan yang jauh dan ditentukan secara baik maka memberi kemungkinan organisasi menjalankan interaksi atau saling berhubungan dengan efektif terhadap lingkungan pada keadaan persaingan yang keseluruhannya diberi pengarahannya untuk pengoptimalisasian mencapai tujuan yang merupakan sasarannya organisasi yang berkaitan.³

Dari pengertian berbagai pakar mengenai strategi tersebut, bisa ditentukan kesimpulannya strategi yaitu penentuan rencana ataupun cara sistematis dan

¹ Anton M. Moeliono. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991) h. 964.

² Hendry Mintzberg and James Brian Quinn., *The Strategy Process: Concept, Contest, Cases* (New Jersey: Prentice-Hall, 1991), h. 5.

³ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 7.

dibentuknya dengan kerja sama manajemen beserta individu dengan tujuan guna mencapai hasil dalam jangka panjang yang optimal.

2. Strategi Komunikasi

Kata strategi pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mempunyai definisi bahwa strategi merupakan rencana untuk mencapai maksud dan sasaran yang khusus.⁴ Dengan arti lain bahwa, strategi komunikasi adalah perpaduan atau kombinasi diantara rencana serta manajemen komunikasi guna meraih tujuan yang sudah ditetapkan atau disepakati sebelumnya. Strategi komunikasi harus komunikasi harus dapat memperkirakan dampak atau efek dari komunikasi itu seperti apa yang diharapkan yaitu dapat berupa penyebaran informasi, melakukan intruksi atau perintah dan persuasi. Dengan mengantisipasi dari bagaimana dampak yang dituju, maka dari itu akan lebih mudah untuk menentukan strategi komunikasi.⁵

Berdasarkan Rogers, strategi komunikasi merupakan rencana yang diciptakan guna melakukan perubahan bentuk perilaku seseorang melalui pemikiran inovatif atau ide-ide baru. Sementara itu, seperti yang dikatakan oleh Middleton, mengenai strategi berkomunikasi sebagai gabungan paling baik atas seluruh unsur proses berkomunikasi (komunikator, komunikan, media, pesan dan efek ataupun dampak yang dimaksudkan) mencapai tujuan komunikasi yang efektif dan optimal.⁶

Dari beberapa pengertian strategi komunikasi tersebut, bisa dikatakan bahwasanya strategi komunikasi yaitu perencanaan berkomunikasi yang dimaksudkan guna meraih tujuan tertentu.

⁴ KBBI.co.id diakses pada januari 2022

⁵ Aliyandi A. Lumbu, *Strategi Komunikasi Dakwah*, (Yogyakarta: Gre Publishing,), hal 16

⁶ Hafied Cangara, *Perencanaan dan strategi komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), cet ke-1

3. Strategi Penyiar Radio

Proses siaran dari Radio ataupun Televisi sebagai yang mana ada proses yang kompleks dan panjang, namun perlu berjalan di atas pola berpikir dan perbuatan yang cepat serta berdinamis, memberi manfaat, sesuai, dan mempunyai kualitas. Pendapat mengenai penyiaran dalam bukunya "TV and Radio", Chese, Garisson dan Will mengungkapkan bahwasanya penyiaran merupakan pancaran dengan ruangan angkasa dari sumber frekuensi terhadap sinyal yang bisa diperoleh oleh telinga atau didengar serta dilihat oleh individu. Secara general, maka penyiar yaitu aktivitas melakukan komunikasi informasi terhadap publik, supaya berkomunikasi itu bisa mencapai kesempurnaan bila si pendengarnya mendengarkan, memahami, ada ketertarikan, kemudian melaksanakan hal yang didengarnya, dengan media elektronik.

Strategi merupakan suatu jenis perencanaan dan pelaksanaan penyiaran secara keseluruhan, yang didalamnya sudah mencakup makna penjadwalan serta penyiaran dari program acara suatu stasiun siaran tersebut. Pendapat A. Halim mengenai arti strategi yaitu cara di mana sebuah organisasi ataupun kelembagaana bisa meraih tujuan yang ada, bila sejalan terhadap peluang atau kesempatan dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapinya, beserta sumber daya maupun keterampilan internal.

Individu sebagai penyiar perlu bisa membawa program siarannya melalui format yang telah ditetapkan dari pihak radionya. Kadang-kadang mereka bahkan perlu mengatur program siaran mereka sendiri untuk membuatnya benar-benar menarik dan siap untuk menarik banyak pendengar.⁷

Sebagai seorang penyiar tugas utamanya yaitu melakukan penyampaian suatu informasi maupun pesan terhadap pendengar dengan media suara. Penyiar perlu

⁷ Burhan Fanani, *Buku Pintar Menjadi MC, Pidato, Penyiar Radio dan Televisi*. Araska Publisher.2013 halm 99.

ahli ataupun dapat menjalin komunikasi bersama komunikasikan dengan efisien serta efektif.⁸

Tugas penyiar agar dikatakan selaku penyiar yang profesional begitu kompleks. Tidak semata hanya *cas-cis-cus*, tetapi seorang penyiar merupakan sebagai suatu ujung tombak pada bisnis radio yang langsung menjalin interaksi ataupun berkaitan terhadap warga yang mendengar radio, yang mana penyiar itu melaksanakan siaran. Tidak sekadar kreatif membuat inovasi ataupun sesuatu yang baru, yang terkadang kontroversial agar bisa memicu perhatian pendengar, penyiar profesional pun perlu paham dan melakukan norma maupun peraturan yang diberlakukan pada saat penyiaran di samping menguasai tugas lainnya. Hal tersebut sebagai tugas selaku penyiar diradio.⁹

Realitanya, orang yang pintar berbiacara di hadapan mikrofon radio bukan selalu seorang penyiar, akan tetapi dapat pula narasumber atau tamu yang diminta oleh stasiun radionya agar melakukan penyampaian penjelasan maupun pendidikan terhadap warga. Maka dari itu, harus sekiranya ia mempelajari pekerjaan maupun tugasnya penyiar. Ben G. Henneke yaitu seorang ahli radio siaran memberikan pendapat mengenai penyiaran yaitu sebagai usaha guna mengomunikasikan informasi guna menyampaikan suatu hal.

Walaupun informasi tersebut bisa meraih jutaan pendengar, tapi terkait hal tersebut ditujukan terhadap pendengar dengan individual serta komunikasi itu akan mencapai kesempurnaan bila si pendengar mendengarkan, memahami, ada ketertarikan, kemudian melaksanakan sesuai yang didengarnya.¹⁰

Perlu diingat faktor lainnya adalah bahwa pendengar radio itu aktif. Dia tidak sepasif yang dibayangkan. Dia tidak hanya menerima isi pesan dari

⁸ Ibid, halm 3

⁹ Ega Wardana, Sukses Menjadi Penyiar Profesional, Yogyakarta: Andi 2009

¹⁰ Uchjana Onong. 1990. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung : Mandar Maju. Hal 129

penyiar. Pendengar menggunakan rasio, pendengar dapat menerima atau menolaknya, dan pendengar dapat memberikan respon yang berbeda dari yang diharapkan penyiar. Berkaitan dengan hal tersebut, Ben G. Henneke menyusun beberapa elemen penting dalam diri seorang penyiar, kemudian mengembangkannya jadi hal yang disebutnya sebagai “*announcer’s skill*”, yaitu strategi seorang penyiar. Menurut ahli radio, keterampilan penyiar meliputi:

a. Komunikasi Gagasan (*Communication of ideas*)

Penyampaian atau transmisi ide dan pendapat dari komunikator kepada komunikat Dalam bersiaran, penyiar mengkomunikasikan ide-ide mereka dalam berbagai bentuk yang tidak sama tiap harinya. Hal tersebut sangatlah penting, di samping menjadi tugas penyiar, juga dapat menghindari kebosanan dan kebosanan pendengar serta membuat pendengar lebih ada ketertarikan terhadap siaran tersebut. Penyiar pun perlu berpikir cepat dan memiliki perbendaharaan istilah yang banyak supaya tidak kehabisan topik pembicaraan.

b. Komunikasi Kepribadian (*Communication of ideas*)

Kejadian sosial yang dijumpai saat manusia melaksanakan interaksi atau berhubungan bersama individu lainnya. Berkomunikasi merupakan sebuah tindakan, perilaku ataupun aktivitas penyampaian simbol yang mengandung makna dari komunikatornya (individu yang melakukan penyampaian pesan maupun informasi) kepada komunikan (orang yang menerima pesan atau informasi). Sedangkan kepribadian merupakan bagiannya atas jiwa yang mengonstruksikan eksistensi manusia selaku satu kesatuan, tidak terpisahkan atas beragam fungsinya. Dengan demikian, kepribadian dimaknai meruoakan pemahaman tentang perilaku, pemikiran, kegiatan, perasanaan manusia.

c. Proyeksi Kepribadian (*Projection of personality*)

Merupakan tenaga suara yang disampaikan penyiar ketika siaran maka menimbulkan kesan

secara profesional. Misalnya kelincahan berbicara, keaslian suara, ramah-tamah, sanggup melakukan adaptasi ataupun penyesuaian dirinya.

d. Pengucapan (*pronounciation*)

Hal ini berkaitan dengan kemampuan berbicara, dimana penyiar memang perlu mencegah perkataan yang sukar dimengerti. Supaya mencegah kesalahpahaman dari pendengarnya saat memaknai penyiar pada pengucapan wajib jelas tidak berbelit-belit, baik kejelasannya di intonasi tinggi rendah suara, dsb.

e. Kontrol Suara (*Voice controle*)

Hal yang merupakan cara yang dipakai penyiar pada pengontrolan suara, maka suara ada kelayakan dalam bersiaran. Umumnya, tiap individu mempunyai suara yang baik. Hal itu sangatlah dibutuhkan untuk individu penyiar agar melaksanakan dikaernakan guna mengawasi suara penyiar maka dapat memahami di mana kesalahan pada siarannya. Sehingga, pada pelaksanaan tugas penyiar dengan gaya yang asli, ada kelincahan, keramahan sejalan terhadap selera perasaannya si pendengar untuk menyampaikan gagasan, maka individu sebagai penyiar bisa menciptakan para pendengar tidak sekadar mendengarkan saja, namun pula merasakan ada ketertarikan serta berkeinginan melaksanakan hal apapun yang disampaikan penyiar itu. Hal itu dikarenakan kepribadian dirinya, beserta pengucapan secara cermat, dengan suara yang dikontrol, penyiar bisa memerhatikan tempo serta keras lembut pengucapannya.¹¹

4. Radio

Radio yaitu media yang berfungsi sebagai penyiaran berita iklan dan informasi lainnya seagaimana dikatakan Denim radio adalah program yang menyiarkan

¹¹ Ani Triyanti, *Kecakapn Penyiar Dalam Menjalankan Profesi Kepenyiaran (Study Pada Penyiar Radio Unisi Yogyakarta)*, Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2010

(pengirim) suara dengan udara, pemancar media guna melaksanakan penyiaran pesan suaranya. Dari segi fisik, radio berarti kumpulan perangkat elektronik hasil teknologi berkomunikasi sehingga masyarakat dapat mendengarkan program radio dari berbagai arah.¹² Radio adalah suatu sistem telekomunikasi yang mampu dimengerti sebagai suatu strategi transmisi informasi lewat media udara.¹³

Melalui penjabaran tersebut, radio berarti siaran dengan pemancar suara ataupun bunyi pada udara dengan tidak melihat siapakah yang menyiarkannya radio bisa menangani keterbatasan ruang dan waktu ruang lingkup kegiatan yang luas. Radio ini ditujukan untuk menjangkau jarak jauh ketika saluran (fisik) tidak dapat melakukannya komunikasi jenis ini juga dimaksudkan guna mencapai jarak pendek seperti perangkat komunikasi kabel.

a. Karakteristik Radio

Menurut Asep Syamsul M. Romli karakteristik dari radio antaralain yaitu¹⁴:

- 1) Radio merupakan suara (auditori) yang bagi didengarkan dikarenakan isi siarannya mempunyai sifat sepiantas, kemudian tidak bisa dilakukan pengulangan.
- 2) Dalam melakukan penyebarluasan ataupun menyampaikan informasi dengan pemancar.
- 3) Mempunyai berisikan gangguan baik gangguan (Channel noise factor) atau teknis dan juga (fading) atau timbul tenggelam.
- 4) Treater of Mind. Radiio menciptakan sebuah gambar pada imajinasi pendengarnya dengan kekuatan suara maupun kata. Siaran radio ini sebagai suatu seni menjalankan imajinasi para pendengarnya dengan suara maupun kata.

¹² Sudarwan Denim, *Media Komunkasi Pendidikan*, Bumi Aksaa Jakarta, 1995 hlm 20.

¹³ WCS.Poerwadarmita, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka Jakarta, 1976 hlm 70

¹⁴ Asep Syamsul M. Romli. *Broadcat journalism: Pansuan Menjadi Penyiar, Reporter dan scripwriter*. Nuasa: Bandung, 2004. Hlm 22

Sekadar dapat membayangkan di imajinasi dirinya yang disiarkan oleh seorang penyiar.

- 5) Ciri khas dengan musik atau lagu. Radio merupakan sarana hiburan cepat dan murah menjadi media utama dalam mendengarkan musik. Di musik, radio mempunyai surprise atau kejutan bagi para pendengar karena mereka tidak tau lagu-lagu yang disajikan selalu berbeda dengan memutar kaset yang pasti sudah bisa di mengerti urutan lagunya.

b. Fungsi radio

1) Media informasi,

Istilah media mempunyai makna seluruh organisasi, baik pemerintahan maupun swasta, yang mempunyai tugas dalam memberi komunikasi kepada masyarakat, mereka mempergunakan alat misalnya yaitu majalah, koran, televisi, pun radio guna melakukan penyampaian pesannya. Jika media massa dibuktikan sama, menciptakan citra individu mengenai lingkungan, dengan melakukan penyampaian informasinya, penyiaran informasi pada konteks, pemahaman maknanya, kondisi serta akurasi visual bisa dicapai bila reporternya sendiri yang menyiarkan.

a) Media pendidikan

Sebagai suatu perangkat instrumen bantu, penunjang atau pelengkap yang dipakai pendidik sebagai rangka melaksanakan komunikasi bersama peserta didik ataupun siswanya. Instrumen bantu tersebut dikatakan sebagai media pendidikan, sementara komunikasi berarti sistem dalam menyampaikan, maka dari itu terdapat perbedaannya diantara teknologi kependidikan terhadap media pendidikan. Media pendidikan mempunyai beragam variasinya sementara teknologi pendidikan tersebut memberi penekanan kepada pendidikan teknologi pada pengolahan

pendidikannya. Teknologi pendidikan mengintegrasikan komponen manusia, proses prosedurnya, serta peralatan.¹⁵

b) Media hiburan

Begitu beragam model acara hiburan dalam radio, musik menarik pendengar lebih banyak daripada obrolan, kawula muda lebih menyukai musik serta orang tua lain lebih menyukai musik tertentu saja dari jenis yang tidak sama.¹⁶

c. Keunggulan dan Kelemahan Radio

Tiap media massa mempunyai keunggulan dan kekurangan masing-masingnya. Berdasarkan Morrisson (2011: 11) menyampaikan keunggulan radio, mencakup:

- 1) Langsung. Radio merupakan suatu media yang berkemampuan dalam melakukan penyampaian isi kandungan programnya dengan langsung. Saat suara dipancarkan, pendengarnya langsung melakukan penangkapan dan pencernaan walaupun seraya beraktivitas yang lain.
- 2) Cepat. Melalui sisi penyampaian pesannya, radio mempunyai kecepatan yang sukar ditandingi oleh media lainnya. Kejadian yang dijumpai dapat secara cepat dilakukan penyiaran oleh stasiun radionya.
- 3) Membuat gambar pada ruangan imajinasi pendengarnya. Melalui kelebihan suara radio memberikan pendengar kebebasan bermain dengan imajinasi dirinya. Radio sebagai suatu media berkomunikasi modern yang berkemampuan istimewa untuk membuat gambar ataupun rekaan pada ruangan imajinasi pendengar, melalui kelebihan seluruh kalangan dapat mendengarnya

¹⁵ nong Uchajhana Effendy, Radio Siaran Teori Dan Praktek, (CV Mandar Maju, Bandeng), 1990.

¹⁶ Ibid, h 120

- 4) Tanpa ada batasan. Radio tidak ada batasan oleh batas geografisnya saja dan juga demografis. Sekadar orang tunarungu saja yang tidak dapat menikmatinya. Melalui kemajuan teknologi satelit ataupun digital, radio dapat dinikmati para pendengarnya di luaran jangkauan frekuensi ataupun radius yang dipunyainya.
- 5) Tidak mempunyai pernik yang banyak. Daripada media lainnya, dalam meliput berita radio cukuplah satu individu dengan membawa alat yaitu mikrofon dan suatu telepon genggam agar melaksanakan pelaporan suatu hal dengan langsung.
- 6) Dekat dan hangat, karena tidak menghadapi langsung bersama pendengarnya dan terpisahkan jarak yang sangat jauh tapi kedekatan bersama penyiar radio dapat dijalin secara erat dan akrab
- 7) Mendidik. Radio sangatlah efektif digunakan untuk media pendidikan. Terlebih bila jangkauan luas dan mayoritas pendengarnya bermukim pada daerah pinggiran yang mungkin belum terdapat sarana pendidikan yang dapat dilakukan pengemasans ecara menarik serta mudah disimaknya oleh pendengar.
- 8) Membawa manfaat untuk seseorang dan warga. Melalui karakteri secara hangat dan intim, radio berkemampuan agar cepat didekatkan oleh publik sebagian pendengar yang dapat dipakai untuk mencarikan suatu informasi.

Serta kelemahan radio, mencakup:

- 1) Durasi program terbatas. Radio siaran pada tiap acara diberi batasan durasi waktunya, tiap acara memiliki batasan waktu dikarenakan setiाप program itu telah disusun jadwalnya. Umumnya, maksimal durasi waktunya dalam waktu empat jam atau 240 menit yang dibagi pada segmen acara.
- 2) Sekilas dengar. Sifat radio yaitu audiotori, agar didengarkan. Isi pesannya ataupun informasi

radio siaran mudah hilang dari memori para pendengar, maka dari itu pendengar tidak dapat meminta mengulangi informasi ataupun lagu yang telah berlalu

- 3) Mengandung gangguan. Radio siaran merupakan media massa pun tidak lepas atas gangguan yang bersifat teknis. Dikarenakan kekuatan radio siaran yaitu bunyi ataupun suara, berarti komponen ini juga yang dapat jadi kelemahan dikarenakan terdapat gangguan sinyalnya, suara terdengarkan hilang atau ada bising.
- 4) Nonvisual. Radio tidak bisa mengamati visualisasi mengenai keadaan pada radio, sosok penyiar dan juga narasumber yang akan on-air pada radio, tidaklah sama terhadap televisi yang memiliki visualisasi serta audio.

Melalui pembahasan tersebut bisa dipahami radio sebagai media yang mempergunakan sistem gelombang elektromagnetik fungsinya guna media penyiaran misalnya iklan, berita, dsb melalui format audio visual yang bermakna hanyalah berwujud suara, serta radio memiliki kelemahan dan kelebihan.

5. Pengertian Penyiar

Periset sudah melaksanakan perangkuman berbagai definisi mengenai penyiar, mencakup: Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penyiar merupakan orang yang menyiarkan atau menyampaikan informasi pada radio. Sedangkan menurut pendapat M. Habib yang dikutip Harley Prayudha dalam bukunya "*Radio It's Not Just A Talk*" bahwa penyiar yaitu::

Individu yang mempunyai tugas menyiarkan berupa informasi yang terjamin akurasiya, dengan radio tujuannya agar dipahami para pendengar, dituruti, dilakukan, serta dimengerti. Di samping bersiaran, penyiar pun dikatakan sebagai DJ (*disk jockey*), yakni perangkai lagu, dikarenakan menampilkan berbagai lagu serta "bersuara" yang

merupakan “lirik” ataupun perangkai antarlagu, jika seorang penyiar membawakan nya dengan pas maka berbagai lagu yang dilaksanakan pemutaran bisa meningkatkan kenikmatan pendengarnya untuk mendengar lagu.¹⁷

Biasanya, penyiar yaitu juru bicaranya stasiun radio siaran. Hingga, penyiar merupakan “ujung tombak” stasiun radio, berhasil ataupun tidak suatu acaranya ditetapkan dari penyiar, penyiar berarti individu sebagai penampil yang melaksanakan tugas penyiaran, menampilkan barang komersial, melaksanakan penyiaran informasi ataupun berita, akting selaku pembawa acara ataupun pelawak, mengatasi olahraga, berdiskusi, pewawancara, narasi, serta kuis.¹⁸

Pada saat melaksanakan penyampaian siaran, penyiar perlu mempergunakan bahasa yang mudah dimengerti serta familiar. Di samping itu, penyiar pun diinginkan mempunyai sifat sederhana berkaitan dengan sifat fisiknya, namun menjaga pemakaian bahasa yang merupakan alat dalam melakukan penyaluran pemikiran serta perasaan serta sebagai usaha mengomunikasikan hal itu. Kesederhanaan seringkali menampilkan kemurnian serta keaslian sikapnya.¹⁹

Melalui penjabaran tersebut, bisa dipahami bahwasanya penyiar yaitu individu yang mempunyai tugas melakukan penyiaran acara, baik acara hiburan, berita, dsb, beserta penyiar pun perlu memahami keinginannya audiens.

6. Syarat Penyiar Radio

Jadi, individu sebagai penyiar radio, terdapat berbagai persyaratan yang perlu terpenuhi, mencakup:

¹⁷Irawanti Said, *Menyingkap Media Penyiaran; Membaca Televisi, Melihat Radio* (Yogyakarta:LP3Y,2001) h 40 34

¹⁸ Irwanti Said, *Fungsi Sosial Siaran Radio*,(Cet. Pertama, Alaudin University Press, 2012) h 144-155

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002) h 19 35

Syarat menjadi penyiar radio

- a. *Ekstrovert*: Tidak terbuka dan juga tertutup ataupun tidak malu sebagai individu yang suka mengeluarkan ekspresinya yang dipikirkan, mudah menyampaikan kisah ataupun cerita hingga perasaan dirinya terhadap banyak orang.
- b. *Generalis*: Orang yang mempunyai pengetahuan umum yang beragam.
- c. *Fleksibel*: Orang yang memiliki keluwesan, mudah melakukan penyesuaian diri bersama kondisi.²⁰

Melalui penjabaran tersebut, bisa ditentukan kesimpulannya, yakni persyaratan jadi penyiar radio yaitu tidak malu dan ada keterbukaan, mempunyai wawasan yang baik, serta dapat menyelaraskan diri dalam kondisi.

7. Minat Pendengar

Minat berdasarkan KBBI yaitu kecondongan hati yang besar kepada gairah rasa ingin, pendengar yaitu sarana komunikator pada saat berkomunikasi. Komunikasi dinyatakan efektif bila pendengar terpicat perhatian dirinya dan ada ketertarikan dalam minat, memahami dan hatinya tergerak agar melaksanakan aktivitas yang diharapkan sang pembicara.

Selaku komunikator bersama para pendengar yang kurang baik, sehingga secara otomatis pendengar tidak dapat melakukan penangkapan pesan yang diberikan. Komunikasi yang efisien, bila kedua itu saling memberi respons terkait suatu hal yang diperbincangkan serta mempunyai kecakapan dalam bicara yang baik, lalu mengonstruksikan relasi berkomunikasi bersama individu yang diajaknya berbicara. Maka dari itu, makna pesan yang diberikan apakah itu komentar, ekspektasi, dsb yang bisa berlangsung secara baik. Serta ada pula berbagai macam pendengar, mencakup:²¹

²⁰ Rein Arman Depari, *Sukses Menjadi Pembawa Acara* (CV. Tiga Abang) h. 8-13

²¹ Aryawan I Wayan dan Selvy Sey Margaretha. Strategi Manajemen Program Siaran Radio Dalam Menarik Minat Pendengar Studi Di Radio Komunitas Dwi Jendra. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol.16.No.1(2018) ISSN:19075413

a. Pendengar Spontan

Pendengar yang sifatnya kebetulan, tidak ada rencana mendengar siaran radionya ataupun suatu acara, perhatiannya mudah beralih karena kegiatan lainnya.

b. Pendengar pasif

Pendengar yang menyukai mendengar siara radio agar mengisikan waktu luang serta menghibur dirinya.

c. Pendengar Selektif

Pendengar yang mendengar siaran radio dalam jam ataupun acara tertentu saja, fanatik kepada suatu acara ataupun penyiar tertentu saja serta memberi waktu khusus agar mendengarkan itu.

d. Pendengar aktif

Pendengar yang tidak ada batasan mendengar siaran radio, apa saja, di mana saja, siapa saja, serta ada keaktifan menjalin interaksi dengan radio, telepon jadi sahabat utamanya, tidak sekedar waktu luang belaka.

B. Penelitian Terdahulu

Pada riset berikut kapasitas penulis dalam menyelesaikan penelitian juga menggunakan riset yang sudah ada dan mempunyai persamaan terhadap riset berikut. Hal itu tidak bermakna bahwasanya beragam penemuan pengkajian relatif akan digunakan untuk sumber melanggar hak cipta, tapi bisa mengisikan untuk rujukan tambahan untuk mendapatkan acuan atau bahan dalam pembuatan penelitian ini. Lebih lanjut, peneliti juga melihat karya yang memiliki persamaan dan pembahasan yang mengkaji tentang strategi komunikasi penyiar radio. Sehingga diharapkan bisa mendapatkan hasil yang maksimal dari penelitian ini.

Ada pula beragam judul riset mengenai strategi komunikasi penyiar radio dalam menarik minat pendengar di antaranya adalah sebagai berikut:

1. “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Islam Semarang dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar” dilaksanakan penyusunan dari Ulya Afifyah, mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas

Dakwah, IAIN Salatiga, tahun 2019. Jenis penelitiannya mempergunakan riset kualitatif, melalui penggunaan berpendekatan deskriptif. Strategi berkomunikasi penyiar radio dakwah Islam Semarang untuk memberi peningkatan total pendengar antarlainnya, melaksanakan berbagai proses mencakup dari gaya penyiarnya pada saat memberi sapaan para pendengar. Gaya beserta teknik siaran wajib dipedulikan saat bersiaran karena berhubungan terhadap format siarannya. Kedua, strategi berkomunikasi yakni promosi pada sosial media. Ketiga, tetap konsisten yang perlu dipertahankan hingga saat ini yakni berdakwah. Landasan teori beserta konsep berpikiran pada riset yang telah dilaksanakan sekarang dengan yang ingin dilaksanakan nanti mempunyai persamaan yang serupa, bertujuan sama-sama berkeinginan mencaritahukan bagaimanakah strategi berkomunikasi penyiar untuk memicu ketertarikan minat pendengarnya. Perbedaan itu yakni letaknya dalam objek yang ditelitinya Ulya Afifiyah yakni penyiar yang begitu memedulikan gaya beserta teknis siarannya maupun tempat ataupun radio yang ingin ditelitinya.²²

2. “Strategi Komunikasi Penyiar dalam Menyampaikan Pesan-pesan Dakwah di Di Radio Lampung” dialksanakan penyusunan dari Woro Purdiningtiyas, mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ilmu Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung, tahsaaaaun 2018. Riset berikut mempergunakan metodenya yaitu kualitatif-deskriptif. Pada Radio Lampung tidak sekadar melaksanakan siaran dakwah namun memberi pesan yang berguna untuk para pendegarnya, pada radio yang telah dipresiapkan penyiar ketika siaran. Beragam faktor yang telah diterangkan dalam riset berikut bertujuan yang sama yakni bagaimanakah caraa mempertahankan kehadiran radio. Perbedaan risetnya yang periset laksanakan lebih berfokus kepada strategi berkomunikasi penyiar untuk memicu

²² Ulya Afifiyah, “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2019), t.d.

ketertarikan minat pendengarnya sementara skripsi Woro Purdiningtyas lebih berfokus terhadap pesan-pesan dakwah²³

3. “Strategi Komunikasi Radio Dakwah dalam Memperoleh Pendengar” diciptakan oleh M. Rizki Majistra Abadi, mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi (KPI), Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saat 2016. Riset berikut menggunakan metode kualitatif. Riset berikut memberi penekanan kepada mengontrol arus pendengarnya. Tujuan dari riset berikut mempunyai persamaannya dari periset yakni strategi berkomunikasi penyiar untuk menjaga kehadiran radio. Hal yang membedakan bila riset M. Rizki Majistra Abadi ini lebih berfokus kepada audiensnya, bagaimanakah menjaga radio supaya tetap jadi media masyarakat. Sementara, riset yang ingin dilaksanakan nantinya lebih berkonsentrasi kepada bagaimanakah strategi berkomunikasi penyiar pada pembuatan program agar lebih memicu ketertarikan untuk didengarnya.²⁴

Kekuatan dalam judul yang penulis penyiar radio Satria 99.50 FM untuk memicu ketertarikan minat pendengarnya yang pula menggunakan metodologi riset kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dikarenakan bagaimana pula, jadi suatu tantangan sendiri untuk individu sebagai penyiar untuk memicu ketertarikan pendengar yang telah jarang didengar oleh warga namun radio ini masih ada di lingkup masyarakat sekarang.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir yaitu model konseptual mengenai relasi teori terhadap beragam faktor yang sudah

²³Woro Purdiningtyas, “Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Menyampaikan Pesan-pesan Dakwah di Di Radio Lampung”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), t.d.

²⁴M. Rizki Majistra Abadi, “Strategi Komunikasi Radio Dakwah Dalam Memperoleh Pendengar”, (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016), t.d.

diidentifikasi selaku permasalahan yang krusial.²⁵ Ketika melakukan penelitian kualitatif, kerangka berfikir bersifat opsional. Isinya mengenai gambaran utuh terkait riset yang ingin dilaksanakan, mencakup kombinasi unsur serta komponen yang saling berkaitan dan jadi awal untuk mengumpulkan data di lapangan.

Memahami Strategi komunikasi penyiar radio satria 99.50 FM untuk memicu ketertarikan minat pendengarnya dilaksanakan melalui kerangka berpikir yang runtut. Pada riset strategi komunikasi penyiar terhadap pendengar dilaksanakan melalui pembangunan strategi penyiar, mencakup lima komponen yakni:

1. Komunikasi Gagasan (*Communication of ideas*)
2. Komunikasi Kepribadian (*Communication of ideas*)
3. Proyeksi Kepribadian (*Projection of personality*)
4. Pengucapan (*pronunciation*)
5. Kontrol Suara (*Voice controle*)

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 60.