

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS PENDENGAR RADIO TIDAR
MAGELANG 94.3 FM.**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I Pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh:
VADILLA NANDIKA PUTRI
L100120006**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS
PENDENGAR RADIO TIDAR MAGELANG 94.3 FM**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

VADILLA NANDIKA PUTRI

L100120006

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si)

NIK. 644

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DALAM MENINGKATKAN
LOYALITAS PENDENGAR RADIO TIDAR MAGELANG 94.3 FM**

Oleh:
VADILLA NANDIKA P
L100120006

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari Selasa tgl 09 bulan Oktober 2018
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

- 1. Dr.Edy Purwo Saputro,S.E.,M.Si**
(Ketua Dewan Penguji)
- 2. Agus Triyono, M.Si**
(Anggota I Dewan Penguji)
- 3. Dr.Dian Purworini, S.Sos, MM**
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)



Dekan



Nurgiyatna, PH.D.
NIK.881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 09 Oktober 2018

Penulis



Vadilla Nandika P

STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PENDENGAR RADIO TIDAR 94.3 FM MAGELANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan saran masukan tentang strategi komunikasi yang seharusnya dilakukan oleh Radio Tidar 94.3 FM Magelang guna meningkatkan loyalitas pendengar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan data tentang 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.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Loyalitas Pendengar, Kualitatif

Abstract

This study aims to provide input advice about communication strategy that should be carried out by Radio Magelang 94.3 FM Tidar in order to increase listener loyalty. Using qualitative methods to get data about the Tidar 94.3 FM Radio communication strategy, namely by first knowing the target of communication by adopting the previous program and trying to find out the condition of Magelang City public, especially teenagers who are very intense about the development of information. The next strategy is to compile a communication message, which is always trying to display messages or themes that are crowded in the audience so that the message is able to arouse the attention of listeners. In terms of strategies for establishing communication methods, there are several methods used by Tidar 94.3 FM Radio Magelang to be effective in communication, namely informative, persuasive, and educative methods, furthermore, in the context of the selection of broadcast media, along with development of technology in broadcasting streaming method is used, to facilitate Radio Tidar 94.3 FM Magelang in reaching listeners outside the coverage area.

Keywords: Communication Strategy, Listener loyalty. Qualitative

1. PENDAHULUAN

Penelitian mengenai strategi sebuah media penyiaran radio merupakan suatu kajian yang sangat menarik untuk diteliti karena menghadapi kemajuan teknologi maupun globalisasi ini menuntut media penyiaran seperti radio untuk membuat terobosan untuk dapat bersaing dengan memberikan hiburan dalam bentuk suara serta segmentasi acara yang sangat cerdas yang tentunya dikelola dengan suatu strategi komunikasi yang tepat agar dapat memberikan apa yang diinginkan oleh pendengarnya sehingga dapat menghadapi ketatnya persaingan.

Beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Pramegia (2017), Frayudha (2017), Nielsen (2016), dan Ajaegbu et al (2015) mengungkapkan secara umum bahwa radio sebagai

media komunikasi massa untuk dapat bersaing pada era globalisasi ini memerlukan suatu strategi komunikasi guna menjaring para pendengar maupun mempertahankan pendengar setianya. Sebagai media penyiaran radio harus membuat terobosan untuk dapat bersaing dengan memberikan hiburan dalam bentuk suara serta segmentasi acara yang sangat cerdas yang tentunya dikelola dengan suatu strategi komunikasi yang tepat dalam mempertahankan eksistensi radionya maupun loyalitas pendengarnya dalam menghadapi ketatnya persaingan

Pramegia (2017) menyebutkan sebagai sebuah media massa penyiaran radio melakukan berbagai strategi untuk dapat melihat dan menetapkan target pasar yang dimaksudkan, hal ini berkaitan erat dengan bentuk-bentuk layanan yang akan diberikan serta cara menyampaikan pesan komunikasi agar pendengar tertarik dan kemudian memutuskan untuk menggunakan layanan yang disediakan sebuah media penyiaran. Sebuah media penyiaran harus tahu siapa target pasar dan melalui sarana apa untuk berkomunikasi tentang media penyiarannya. Jika salah dalam menentukan strategi, maka target tujuan tidak akan tercapai. Beberapa strategi yang dilakukan memiliki faktor penting terkait dengan masa depan radionya, hal ini meliputi kekuatan pemasaran langsung, produk pasar berupa program siaran ke pendengar aktif dan pendengar program siaran pasif yang digunakan berorientasi pada kebutuhan pendengar. Program rutin Radio FM rutin mingguan, bulanan, dan tahunan, dan meningkatkan loyalitas pendengar melalui wadah Penggemar dimana semua acara diharapkan mengangkat kedekatan dan loyalitas pendengar ke radio yang bersangkutan.

Menurut Frayudha (2017) strategi komunikasi bagi sebuah media penyiaran seperti radio selain menampilkan program hiburan juga banyak menyampaikan informasi- informasi terbaru yang memiliki hubungan langsung dengan kehidupan sehari-hari pendengar. Seperti halnya 92.9 fm Solo Radio yang merupakan radio dengan prestasi yang cukup baik dan memiliki program-program yang cukup diminati oleh masyarakat memiliki strategi komunikasi tertentu yang dapat menjadikan mereka menjadi radio berprestasi dan memiliki jumlah pendengar yang cukup banyak.

2. METODE

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan atau merupakan penelitian yang bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi bidang tertentu secara faktual dan cermat. Dalam penelitian ini akan dipaparkan situasi atau peristiwa yang merupakan fenomena dilapangan dengan tidak berupaya mencari atau menjelaskan hubungan, tidak pula untuk menguji hipotesis ataupun membuat prediksi seperti yang dilakukan pada penelitian kuantitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan karakteristik tentang populasi atau bidang tertentu. Dalam hal ini penulis akan mendeskripsikan bagaimana strategi yang

digunakan radio Tidar mempertahankan loyalitas pendengar yang berada di wilayah Magelang dan sekitarnya melalui analisis deskriptif kualitatif. Realita ini memotivasi penulis untuk mengetahui dan meneliti secara kualitatif, dan selanjutnya data penelitian yang telah dikumpulkan selanjutnya dilakukan pengujian validitas data menggunakan uji triangulasi data. Dan untuk menjawab perumusan masalah yang ditetapkan penulis, mengacu pada beberapa tahapan yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono,2010) yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu pengumpulan informasi melalui wawancara,dokumentasi dan observasi.

2.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini menjadikan Radio Tidar 94.30 FM Magelang sebagai objek penelitian dimana radio ini di bentuk dalam rangka mengenalkan semua kegiatan yang ada dilingkungan AKMIL kepada masyarakat, hal ini bertujuan agar masyarakat bisa lebih mengenal kehidupan militer yang ada dilingkungan AKMIL, sehingga kesetiaan militerisme yang selama ini dikenal keras dapat terkikis dan membuktikan bahwa militer sangat dekat dengan rakyat.

2.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Ada dua jenis sumber data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu: data primer dan data sekunder.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti sebagai data primer adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Adalah proses kegiatan untuk memperoleh keterangan atau penjelasan untuk tujuan penelitian dengan jalan melakukan tanya jawab secara bertatap muka antara berdasarkan pedoman wawancara (*interview guide*) ataupun mengalir dengan fokus yang telah ditentukan.

b. Observasi

Merupakan kegiatan mengamati secara langsung pada suatu objek penelitian dengan melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan subjek tersebut.

c. Dokumentasi

Mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data dengan cara pengumpulan dokumen berupa foto maupun catatan maupun data radio Tidar.

2.4 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Patton yang dikutip Yusuf dan Hardi Utama (2015) dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif menjelaskan bahwa, analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan urutan dasar. Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan

terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian yang kemudian data yang terkumpul dari wawancara mendalam dan dokumen-dokumen yang di dapat, diklasifikasikan kedalam kategori-kategori tertentu.

Pada penelitian ini, data penelitian yang telah dikumpulkan selanjutnya dilakukan pengujian validitas menggunakan uji triangulasi data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Moloeng, 2004). Langkah-langkah yang ditempuh dalam triangulasi data meliputi membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas, dan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan jawaban kedua nara sumber serta membandingkan kondisi radio yang diteliti dengan data-data dari Lembaga Penyiaran Swasta (LPS).

Untuk menjawab perumusan masalah yang ditetapkan penulis maka analisis data yang menjadi acuan dalam penelitian ini mengacu pada beberapa tahapan yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono, 2010) yang terdiri dari beberapa tahapan yaitu pengumpulan informasi melalui wawancara terhadap narasumber kunci (*key informant*) yang relevan terhadap penelitian kemudian observasi langsung di lapangan untuk menunjang penelitian yang dilakukan agar mendapatkan sumber data yang diharapkan, reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan di lapangan selama meneliti, penyajian data (*data display*) yaitu kegiatan sekumpulan informasi dalam bentuk teks naratif, grafik jaringan, tabel dan bagan yang bertujuan mempertajam pemahaman penelitian terhadap informasi yang dipilih kemudian disajikan dalam tabel ataupun uraian penjelasan, dan tahap akhir berupa penarikan kesimpulan atau verifikasi, yang mencari arti pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan Radio Tidar 94.30 FM dalam

mendapatkan perhatian pendengar dan mempertahankan loyalitas pendengarnya. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2018 dengan nara sumber produser dan penyiar Radio Tidar 94.30 FM. Analisis data yang dilakukan dengan tahapan Miles dan Huberman yaitumeliputi prngumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

3.1 Strategi Komunikasi Yang Dilakukan Radio Tidar 94.30 Fm

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh manajemen radio Tidar 94.30 FM sebagai radio yang berada di dalam lingkungan Akmil Magelang secara umum dibagi dalam 4 (empat) tahapan yaitu strategi pengenakan khalayak, strategi penyusunan pesan, menetapkan metode dan pemilihan metode komunikasi adapun hasil pengamatan yang dilakukan terkait dengan empat strategi komunikasi yang dilaksanakan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.2 Strategi Pengenalan Khalayak Pendengar

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Demikian juga dengan yang dilakukan oleh Radio Tidar 94.30 FM, dengan mengetahui kondisi khalayak masyarakat Kota Magelang yang terkenal dengan Akademi Militer maka radio ini menyusun acara yang menysasar pada kaum generasi muda sehingga diharapkan akan mampu menjadi radio masa depan sebab memiliki kekhasan yang tidak dimiliki oleh radio lain. Oleh karena itu, sangat memudahkan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan.

Beberapa cara pengenalan khalayak yang dilakukan oleh manajemen Radio Tidar 94.30 FM, ini seperti yang diungkapkan oleh manager program yang menyatakan:

“Radio Tidar 94.30 FM memiliki motto Radionya Generasi Terpelajar, sehingga kami tentunya menysasar kalangan muda sebagai pendengar kami, ini terlihat dari target utama pendengar kami adalah yang berusia antara 18-35 tahun, kalau kemasan program utamanya tetap musik yang kita sajikan, namun kita mengemasnya dengan acara-acara seperti OSIS (Organisiswa Ikut Siaran), Tidar nesia, yang semuanya bertujuan menysasar para generasi muda yang ada di Kota Magelang ini. Sebagai radio di lingkungan Akademi Militer kita juga menyesuaikan nama acara kita sedikit berbau militer seperti acara musik Apel pagi, Taruna Kita, maupun Apel Malam”. (Wawancara 10 Agustus 2018).

“Apa yang menjadi pembeda Radio Tidar dengan Radio lainnya? Jawabannya adalah Radio Tidar tidak memiliki karakteristik ciri khas tersendiri dengan radio lainnya, karena radio ini dikelola resmi oleh Akademi Militer Magelang”. (Wawancara 10 Agustus 2018)

Dari wawancara di atas, menunjukkan bahwa sebelum melakukan komunikasi, komunikator dalam hal ini Manajemen Radio Tidar 94.3 FM harus mengenal terlebih dahulu sasaran yang hendak dituju disesuaikan dengan tujuan komunikasinya “apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau instruktif)”. Yang perlu dicermati dalam hal ini meliputi faktor kerangka referensi (frame of reference) faktor situasi dan kondisi komunikan. Target komunikasi radio Tidar 94.30 FM ditentukan berdasarkan sasaran yang ingin diraihinya.

Pengenalan khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan mengetahui kondisi khalayak masyarakat Kota Magelang khususnya para remaja yang sangat intens terhadap perkembangan informasi, maka tepat sekali radio Tidar 94.30 FM yang memiliki karakteristik program dengan tema memberikan informasi dan hiburan terkini kepada masyarakat serta memiliki ke khasan sebagai radio di lingkungan akmil.

Keterkaitan antara strategi radio dan loyalitas pendengar ini sejalan dengan penelitian Pramegia (2017) dimana Radio Tidar FM sebagai sebuah media massa penyiaran radio telah melakukan berbagai strategi untuk dapat melihat dan menetapkan target pendengar yang dimaksudkan. Radio Tidar 94.30 FM penyiaran harus tahu siapa target pasar dan melalui sarana apa untuk berkomunikasi tentang media penyiarannya. Jika salah dalam menentukan strategi, maka target tujuan tidak akan tercapai.

Berdasarkan hasil wawancara dan penelitian sebelumnya Radio tidar 94.3 FM sudah melaksanakan strategi mengenal khalayak, oleh karena itu Manajemen Radio Tidar harus tau siapa target pasar dan melalui sarana apa agar dapat berkomunikasi dengan pendengarnya.

3.3 Strategi Penyusunan pesan Komunikasi

Penyusunan pesan komunikasi yang dilakukan radio Tidar 94.30 FM merupakan model penyusunan pesan yang bersifat informatif lebih banyak ditujukan pada perluasan wawasan atau pengetahuan dan kesadaran kaum generasi muda terpelajar dimana selain menggunakan program musik sebagai program utama tetapi juga menampilkan isu isu faktual yang ada di masyarakat seperti yang diungkapkan penyiar program Tidar Nesia sebagai berikut:

“Radio Tidar 94.30 FM juga memberikan info mengenai berita aktual di acara Apel Pagi maupun Apel Malam, misalnya dalam Apel Pagi Sahabat Tidar akan disuguhkan obrolan pagi di segmen “MornTalk” penyiar akan mengupas topic yang dekat sekali dengan keseharian Sahabat Tidar. Dilanjutkan dengan “Today’s Headline” berisikan info info teraktual dari Media Cetak dan Online. Belajar setiap pagi di segmen “Today’s on History” yang mengupas catatan

sejarah di tanggal tersebut di masa lampau. Cek Info cuaca terkini yang bersumber dari BMKG Provinsi Jawa Tengah di segmen “Radar Weather”, Update informasi lalu lintas Magelang Raya dan ngga kelupaan games dan gimmick 2 seru dari Penyiar yang bikin pagi makin berwarna”. (Wawancara 10 Agustus 2018)

Hasil diwawancara menunjukkan syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian dengan mengangkat tema yang sedang aktual, dimana hal ini juga di tunjang dengan dimilikinya web streaming radio Tidar 94.30 FM yang juga menghadirkan informasi terkini bagi pendengarnya. Hal ini sesuai dengan penelitian Fajar (2009) dimana awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan, yang membangkitkan perhatian (*attention*) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan kegiatan (*Action*) sesuai tujuan yang dirumuskan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Frayudha (2017) dimana strategi komunikasi bagi sebuah media penyiaran seperti radio selain menampilkan program hiburan juga banyak menyampaikan informasi- informasi terbaru yang memiliki hubungan langsung dengan kehidupan sehari-hari pendengar. Dalam hal ini radio Tidar 94.30 FM merupakan radio telah memiliki program-program yang cukup diminati oleh masyarakat yang menjadi sasaran atau target pendengar, serta memiliki strategi komunikasi tertentu yang dapat menjadikan mereka menjadi radio berprestasi dan memiliki jumlah pendengar yang cukup banyak. Dan berdasarkan hasil wawancara dan pendapat para peneliti sebelumnya, Radio Tidar 94.3 FM Magelang, sudah memiliki program yang cukup diminati oleh masyarakat, yang menjadi sasaran atau target pendengar, dan juga sudah memiliki strategi komunikasi yang dapat menjadikannya radio yang memiliki jumlah pendengar yang cukup banyak.

3.4 Strategi metode penyampaian Pesan.

Untuk mencapai suatu efektifitas dalam komunikasi, selain keutamaan isi pesan yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat, metode yang digunakan juga mempengaruhi. Dengan menggunakan metode yang tepat maka proses penyampaian pesan komunikasi Radio Tidar 94.30 FM dapat mengena sasaran dengan mudah.

Dalam strategi metode penyampaian pesan yang dilakukan Radio Tidar 94.30 FM ini manajer program mengatakan:

“Dalam siaran yang kami lakukan dapat dilihat dari dua aspek: pertama, menurut cara pelaksanaannya. Semua program Acara yang disiarkan Radio Tidar Magelang 94.30 baik

on air di studio maupun live dari luar studio siaran juga disiarkan melalui streaming. Untuk Web streaming ini Fasilitas yang berada di web Radio adalah chatbox, pendengar bisa berkirim salam, meminta lagu, memberikan saran maupun komentar. Menu utama yang ditampilkan di halaman web berupa segala sesuatu mengenai Radio Tidar Magelang 94.30 FM mulai dari jadwal program hingga berita aktual, selain itu juga menggunakan media interaktif telepon atau SMS. Aspek Kedua, menurut bentuk isinya kami menggunakan metode yang berbeda sesuai dengan program acara seperti: metode informatif, metode yang digunakan Radio untuk memberikan informasi dituangkan dalam program berita, interaktif pada program Osis. Metode persuasif seperti program Program Mutiara Pagi yang berupa renungan. Metode edukatif, metode ini digunakan untuk memberikan pengajaran dan pendidikan seperti Tidar Nesia yang selalu berisi ajakan berbuat baik bagi Indonesia". Wawancara (10 Agustus 2018).

Berdasarkan hasil wawancara diatas Manajemen Radio Tidar sudah menggunakan metode penyampaian yang tepat untuk mencapai efektifitas dalam berkomunikasi yaitu menurut cara pelaksanaannya antara lain : 1) Mempersiapkan tema yang terbaik dalam pemilihan tema yang terbaik dengan landasan keterkaitan pada penyiaran sebelumnya dan isu-isu yang sedang berkembang di masyarakat. Sebagai contoh pada baru baru ini Manajemen Radio Tidar mengangkat isu keberhasilan anak muda Magelang yang sukses bersama TIMNAS U-19 dibidang sepakbola. 2) Mempersiapkan materi terbaik yang mendukung tema, penyusunan materi yang akan dibahas misalnya isu apa yang sedang hangat untuk dibicarakan. Selanjutnya untuk menjaga efektifitas dalam komunikasinya, Manajemen Program Radio Tidar juga memanggil narasumber yang dianggap memiliki kemampuan terhadap suatu materi yang akan dibicarakan dalam program acaranya.

3.5 Strategi Pemilihan Media Komunikasi

Pemilihan media komunikasi untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media (radio frekuensi dan radio internet), bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan.

Radio Tidar Magelang 94.30 FM berusaha menjangkau sebanyak mungkin pendengar yang tidak terbatas hanya sekitar jangkauan komunitas (2,5 km). Untuk memperluas jangkauan siaran, selain mengudara secara konvensional menggunakan frekuensi 94,30 FM, Radio juga memanfaatkan perangkat teknologi dan informasi. Radio memanfaatkan teknologi multimedia *Internet Live Streaming (ILS)*. Penggunaan internet ini memungkinkan mereka menjangkau para pendengar yang lokasinya jauh dari jangkauan siaran pemancar tanpa menyalahi aturan.

Internet *live streaming* memiliki celah tersendiri yang dimanfaatkan dengan baik oleh Radio Tidar Magelang 94.30 FM untuk menyebarkan siarannya. Sampai saat ini belum ada perangkat hukum yang secara spesifik mengatur penggunaan media ini. Berbeda dengan radio konvensional yang penggunaannya sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP). *Streaming* sebenarnya merupakan proses pengiriman data kontinyu (terus-menerus) yang dilakukan secara *broadcast* melalui internet untuk ditampilkan oleh aplikasi *streaming* pada PC (*klien*). Paket-paket data yang dikirimkan telah dikompresi untuk memudahkan pengirimannya melalui internet. Format *streaming* yang digunakan Radio yaitu format *Windows Media*. Pendengar bisa mengaksesnya melalui www.radiotidar.com.

Penelitian yang dilakukan mendukung penelitian Nielsen (2016) mengemukakan pendengar radio merupakan pasar utama yang disasar oleh media, untuk itu perlu sebuah strategi komunikasi media penyiaran Radio mutlak diperlukan sebuah perencanaan dari suatu manajemen organisasi dalam meraih tujuan yang telah di rencanakan. Seperti yang dikemukakan dalam penelitian Nielsen yang menyebutkan bahwa di era globalisasi ini dengan makin tumbuh pesatnya media internet akan mengakibatkan berbagai asumsi terhadap bertahannya eksistensi dari media radio dimasa depan.

Pentingnya strategi komunikasi khususnya menganalisis kebutuhan pendengar terhadap peningkatan minat pendengar yang telah dilakukan oleh Radio Tidar. Dari hasil penelitian penelitian Njegovan, Duraskovic and Kostic (2012) yang meneliti model strategi kreatif sebagai model manajemen penyiaran. Penelitian ini mengungkapkan bahwa bagi media penyiaran perlu dilakukan upaya-upaya untuk beralih dari metode-metode tradisional menjadi metode modern seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Salah satu strategi yang harus diterapkan adalah menyeimbangkan antara hiburan dan kebutuhan masyarakat terhadap informasi teknologi dan pengetahuan terbaru.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa langkah-langkah strategi komunikasi yang dilakukan oleh radio Tidar 94.30 FM cukup berhasil mempertahankan loyalitas pendengar, salah satunya adalah senantiasa berupaya menyentuh isu-isu yang sensitive terhadap kehidupan masyarakat serta menyajikan hiburan-hiburan yang sedang digemari oleh masyarakat. penyampaian informasi sesuai dengan karakteristik masyarakat yang sebagian besar terdiri dari kalangan muda terpelajar juga berdampak pada loyalitas pendengar terhadap radio FM.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan, maka strategi komunikasi yang diterapkan Radio Tidar 94.3 FM dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pendengar adalah strategi mengenal khalayak, strategi mengenal sasaran komunikasi dengan mengadopsi program terdahulu

serta berusaha mengetahui kondisi khalayak masyarakat Magelang khususnya para remaja yang sangat intens terhadap perkembangan informasi, strategi penyusunan pesan yaitu senantiasa berusaha menampilkan pesan-pesan atau tema tema yang sedang ramai dikhalayak sehingga pesan tersebut mampu membangkitkan perhatian pendengar, Strategi menetapkan metode komunikasi, untuk mencapai efektifitas dalam komunikasi ada beberapa metode yang digunakan yaitu metode informatif, persuasif dan edukatif, strategi pemilihan media penyiaran dengan berkembangnya teknologi dalam penyiaran yaitu streaming, semakin memudahkan radio untuk menjangkau pendengar yang ada diluar coverage area.

Karena dimiliki dan dikelola oleh Akademi Militer, Radio Tidar 94.3 FM Magelang merupakan satu-satunya radio di Magelang yang mampu mempertahankan jumlah loyalitas pendengar yang bersifat tetap yaitu para Taruna Akademi Militer, selanjutnya guna meningkatkan loyalitas pendengarnya disarankan diadakan program-program tambahan yang mampu menarik minat masyarakat Magelang agar masyarakat magelang tidak segan dengan Radio Tidar yang terkesan militer. Dan sebaiknya melibatkan masyarakat dan kerja sama dengan seluruh stakeholder yang berada di Magelang.

PERSANTUNAN

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Radio Tidar Magelang 94.3 FM Dalam meningkatkan Loyalitas Kalangan pendengar Radio. Tidak lupa pula kesempatan kali ini penulis juga mengucapkan terima kasih terdalam kepada Bapak Dr. Edy Purwanto, S.E., M.Si, selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan selalu sabar dalam memberikan arahan dan bimbingan hingga terselesaikannya penulisan ini. Terima kasih tak terhingga juga penulis peruntukkan bagi kedua orang tua, serta adik-adik yang juga tanpa lelah memberikan bantuan baik material maupun semangat hingga penulisan ini selesai. Penulis juga ucapkan terima kasih pada Pimpinan, Manager dan Crew Radio Tidar 94.3 FM yang telah membantu serta berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu hingga penulisan ini dapat selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nur. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik. Jurnal Komunikasi. STAIN Kudus. Vol.3 No.2 Desember 2015.
- Chioma Patricia E., Solo-Anaeto Margaret, Jegede Omolayo O. (2015). An Evaluation of Radio Audience Satisfaction with Programming on *Inspiration 92.3 FM, Lagos*. International Journal of Research in Humanities and Social Studies Volume 2, Issue 12, December 2015, PP 99-106 ISSN 2394-6288 (Print) & ISSN 2394-6296 (Online)

- Corry, Novrica, (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas USKOM FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Interaksi*, Volume 1. Nomor1. Edisi Januari 2017. Universitas Sumatera Utara.
- Dijana Oreski, (2012). Strategy development by using SWOT – AHP, *Faculty of Organization and Informatics, University of Zagreb, Pavlinska Varazdin, Croatia*. *TEM Journal* – Volume 1 / Number 4 / 2012.
- Devis Pratama, M. (2012). Strategi Komunikasi dalam Penyebaran Informasi di PT. Chevron Pacific Indonesia. *E-Jurnal. Mahasiswa Universitas Padjajaran Vol.1 No.1 (2012)*.
- Frayudha, Ukivia R. (2013). Strategi Komunikasi 92.9. FM Solo Radio Dalam Mendapatkan Perhatian Pendengar. *Surakarta: Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Lischka, Juliane A (2015). Media brand loyalty through online audience integration? In: Siegert, Gabriele; Förster, Kati; Chan-Olmsted, Sylvia; Ots, Mart. *Handbook of Media Branding*. Berlin: Springer, 305-317.
- Njegovan BR, Duraskovic D, Kostic B (2012). Creative Portfolio Strategy As A Model Of Management In Media Company: An Example Of Public Broadcasting. *Journal Of Engineering Management And Competitiveness (JEMC) Vol. 2, No. 1, 2012, 6-10*
- Nur R, Tri Hastuti ; Pamungkas, Taufan. Pandangan dan Harapan Khalayak terhadap RRI Jayapura: Sebuah Riset Audiens .*Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Surakarta, Maret 2014.*
- Oguchi O. Ajaegbu, Babafemi, Akinjian, 2015. Radio Listening Habits among University Students and Their Attitude towards Programmes (A Study of Redeemers University Students), *Research on Humanities and Social Sciences Vol.5, No.12*.
- Pramegia Ahmad, (2017). Marketing Communication Strategy in MERSI FM Radio in Increasing Loyal Listeners. *International Journal of Applied Business and Economic Research*. Volume 15 Number 18
- Wati, TDMI (2013). Strategi Penyiaran Program Acara “Semarakata” di Radio Swara Slenk FM 92,5MHZ (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Penyiaran Radio Swara Slenk FM Dalam Program Acara “Semarakata” Terhadap Minat Dengar masyarakat Kota Solo).*Publikasi Penelitian*.Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Internet

<http://www.nielsen.com/2016/Radio-Masih-Memiliki-Tempat-Di-Hati-Pendengarnya.html>

Maehaendro, A.S.D. 2007. Penelitian deskriptif. *Metode penelitian*, 50(2), 78-86. Retrieved from <http://staff.uny.ac.id/http://media-grafika.com/search/strategi-pemasaran-radio>