

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan penulis sebagai bahan referensi dan sebagai bahan perbandingan dengan penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

2.1.1 Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 FM)

Skripsi oleh Vini Reza (2021) Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang berjudul “Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 FM)”. Penelitian ini berfokus terhadap strategi komunikasi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengarnya di Kota Medan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dan promosi serta hambatan Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengarnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif. Penelitian ini menerapkan teori yang dikemukakan oleh Liliweri, yaitu lima indikator strategi komunikasi, seperti memberi tahu, motivasi, mendidik, penyebaran informasi, dan mendukung pembuatan keputusan.

Hasil Penelitian ini yaitu, Radio Al-Fatih berupaya memahami pendengarnya melalui pengenalan jenis pendengar, penyusunan kalimat terkait tema dan materi program siaran, serta penentuan metode pelaksanaan; (2) Radio Al-Fatih mengembangkan value brand melalui program yang berkualitas dan

selektif dalam memilih narasumber/pengisi program; (3) Radio Al-Fatih mempertimbangkan daya tarik pendengarnya untuk memaksimalkan keuntungan melalui penyiar yang andal, perluasan jangkauan frekuensi, dan pengoptimalan media sosial; serta (4) Radio Al-Fatih memperhatikan kontrol arus pendengarnya, metode efektivitas produksi, serta pengawasan dan evaluasi program. (Reza, 2021)

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: sama-sama memfokuskan pada menarik minat pendengar radio dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Kemudian perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: terletak pada objek penelitian. Objek penelitian ini yaitu Baturaja Radio 103.1 FM sedangkan objek penelitian terdahulu yaitu Radio Al-Fatih.

2.1.2 Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss FM Dalam Upaya Mempertahankan Jumlah Pendengar Di Jember

Skripsi oleh Ika Fitri Nurwati (2022) Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shidiq Jember yang berjudul “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Kiss FM Dalam Upaya Mempertahankan Jumlah Pendengar Di Jember”. Fokus penelitian ini ialah: Bagaimana strategi komunikasi penyiar radio Kiss FM dalam upaya meningkatkan jumlah pendengarnya? Tujuan penelitian ini, untuk mengetahui strategi komunikasi penyiar Radio Kiss Fm dalam upaya meningkatkan jumlah pendengar. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi yang dilakukan untuk mempertahankan pendengar program unggulan yakni ada sebelas yaitu dengan menyajikan informasi yang *update*, tidak keluar dari konsep program, konsisten, sering mengupgrade program, mengetahui kebutuhan-kebutuhan pendengar, mengadakan evaluasi, meeting setiap bulan, penyiar yang akrab, survei kecil-kecilan, bekerjasama dengan media dan mensupport kegiatan mahasiswa. (2) Respon para pendengar juga beragam jawaban, hal ini disebabkan oleh faktor perbedaan latar belakang, kebutuhan serta kepuasan sesuai pribadi mereka masing-masing seperti yang dijelaskan dalam teori *Uses Gratification* serta teori *individual difference*. (Nurwati, 2022)

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: sama-sama memfokuskan pada strategi dalam mempertahankan pendengar serta menggunakan metode penelitian kualitatif. Kemudian Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: Perbedaannya terletak pada objek dan teori yang digunakan dalam penelitian. Objek penelitian ini yaitu Baturaja Radio 103.1 FM sedangkan objek penelitian terdahulu yaitu Radio Kiss FM. Teori yang digunakan penelitian ini yaitu teori Perencanaan dari Charles Berger sedangkan teori penelitian terdahulu yaitu teori *Uses Gratification* serta teori *individual difference*.

2.1.3 Strategi Pemrograman Radio ElJohn Baturaja Dalam Menarik Pendengar Melalui Program Sharing

Jurnal oleh Indah Pratiwi Volume 01, Nomor 02, Desember 2020 Universitas Baturaja. Jurnal tersebut mengkaji tentang “Strategi Pemrograman

Radio ElJohn Baturaja Dalam Menarik Pendengar Melalui Program Sharring". Permasalahan dalam penelitian ini yaitu Bagaimana Strategi Pemrograman Radio ElJohn Baturaja Dalam Menarik Pendengar Melalui Program Sharing? Penelitian ini menggunakan teori *information seeking*. Dimana teori ini menjelaskan pencarian, penginderaan dan pemrosesan informasi, disebut memiliki akar penelitian psikologi sosial tentang kesesuaian sikap. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Eljohn Baturaja dalam penggunaan teori *information seeking*, yaitu penyiar Radio Eljohn Baturaja turun langsung ke lapangan untuk berbicara kepada pendengar agar radio Eljohn Baturaja dapat memperhatikan minat pendengarnya. Radio ElJohn Baturaja dalam menyeleksi program-program radio yang dipilih berdasarkan kebutuhan masyarakat. (Pratiwi et al., 2020)

Persamaan pada penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu: sama-sama meneliti strategi program radio dalam menarik minat pendengar dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu, terletak pada objek penelitian dan teori yang digunakan. Objek penelitian sekarang yaitu Baturaja Radio 103.1 FM sedangkan objek penelitian terdahulu yaitu Radio ElJohn Baturaja. Penelitian ini menggunakan teori Perencanaan dari Charles Berger sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teori *Information Seeking*.

2.1.4 Analisis Program Acara Goyang Pagi Sukses Dalam Meningkatkan Daya Dengar Masyarakat Desa Umpam Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu

Jurnal oleh Hendra Gunandi Volume 01, Nomor 01, (2020) Universitas Baturaja. Jurnal tersebut mengkaji tentang “Analisis Program Acara Goyang Pagi Sukses Dalam Meningkatkan Daya Dengar Masyarakat Desa Umpam Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu”. Penelitian ini berusaha menganalisis bagaimana program acara goyang pagi sukses dalam meningkatkan minat dengar masyarakat desa umpam kecamatan lengkiti kabupaten ogan komering ulu. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Uses and Gratification*, yang digunakan sebagai pisau analisis dalam penelitian dengan pendekatan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara mendalam dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa Program Acara Goyang Pagi Sukses dengan menyajikan lagu-lagu dangdut yang disenangi masyarakat, kirim-kirim salam, interaksi dengan penyiar melalui handphone dan bukan hanya itu masyarakat dapat menambah edukasi dalam menggunakan Bahasa Indonesia yang menjadi ciri khas Radio Sukses, dengan ini maka seluruh masyarakat Kabupaten Ogan Komering Ulu ini dapat menambah informasi dan hiburan yang bermanfaat dan berwawasan bagi pendengar Radio Sukses FM Baturaja. (Gunadi et al., 2020)

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu, sama-sama membahas program siaran dalam meningkatkan minat pendengar dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada objek yang diteliti dan teori yang digunakan. Objek penelitian ini yaitu

Baturaja Radio 103.1 FM sedangkan objek penelitian terdahulu yaitu Sukses Radio. Kemudian penelitian ini menggunakan teori Perencanaan dari Charles Berger sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teori *Uses and Gratification*.

Tabel 2.1
Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama & Judul Penelitian	Metode & Teori Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Skripsi oleh Vini Reza (2021) Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang berjudul Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 FM)	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sedangkan Penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Liliwari, yang mencakup lima indikator strategi komunikasi	Penelitian ini menunjukkan beberapa hasil, yaitu (1) Radio Al-Fatih berupaya memahami pendengarnya melalui pengenalan jenis pendengar, penyusunan kalimat terkait tema dan materi program siaran, serta penentuan metode pelaksanaan; (2) Radio Al-Fatih mengembangkan value brand melalui program yang berkualitas dan selektif dalam memilih narasumber/pengisi program; (3) Radio Al-Fatih mempertimbangkan daya tarik pendengarnya untuk memaksimalkan keuntungan melalui penyiar yang andal, perluasan jangkauan frekuensi, dan pengoptimalan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: sama-sama memfokuskan dalam menarik minat pendengar radio dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: terletak pada objek yang diteliti serta teori penelitian yang digunakan.

			media sosial; serta (4) Radio Al-Fatih memperhatikan kontrol arus pendengarnya, metode efektivitas produksi, serta pengawasan dan evaluasi program.		
2	Skripsi oleh Ika Fitri Nurwati (2022) Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shidiq Jember yang berjudul Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Kiss FM dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Di Jember	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sedangkan Penelitian ini menggunakan teori-teori <i>Uses Gratification</i> serta teori <i>individual difference</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi yang dilakukan untuk mempertahankan pendengar program unggulan yakni ada sebelas yaitu dengan menyajikan informasi yang update, tidak keluar dari konsep program, konsisten, sering mengupgrade program, mengetahui kebutuhan-kebutuhan pendengar, mengadakan evaluasi, meeting setiap bulan, penyiar yang akrab, survei kecil-kecilan, bekerjasama dengan media dan mensupport kegiatan mahasiswa. (2) Respon para pendengar juga beragam jawaban, hal ini disebabkan oleh faktor perbedaan latar belakang, kebutuhan serta	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: terletak pada objek yang diteliti serta teori penelitian yang digunakan.

			kepuasan sesuai pribadi mereka masing-masing.		
3	Jurnal oleh Indah Pratiwi Volume 01, Nomor 02, Desember 2020 Universitas Baturaja. Jurnal ini mengkaji tentang Strategi Pemograman Radio ElJohn Baturaja Dalam Menarik Pendengar Melalui Program Sharing	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sedangkan Penelitian ini menggunakan teori <i>Information Seeking</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio ElJohn Baturaja dalam penggunaan teori <i>information seeking</i> , yaitu penyiar Radio ElJohn Baturaja turun langsung ke lapangan untuk berbicara kepada pendengar agar radio ElJohn Baturaja dapat memperhatikan minat pendengarnya. Radio ElJohn Baturaja dalam menyeleksi program-program radio yang dipilih berdasarkan kebutuhan masyarakat.	Persamaan pada penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu: sama-sama meneliti strategi program radio dalam menarik minat pendengar dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu, terletak pada objek yang diteliti serta teori penelitian yang digunakan.
4	Jurnal oleh Hendra Gunandi Volume 01, Nomor 01, (2020) Universitas Baturaja. Jurnal tersebut mengkaji tentang "Analisis Program Acara Goyang Pagi Sukses Dalam Meningkatkan Daya Dengar	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sedangkan Penelitian ini menggunakan teori <i>Uses Gratification</i>	Hasil penelitian ini ditemukan bahwa Program Acara Goyang Pagi Sukses dengan menyajikan lagu-lagu dangdut yang disenangi masyarakat, kirim-kirim salam, interaksi dengan penyiar melalui handphone dan bukan hanya itu masyarakat dapat menambah edukasi dalam menggunakan Bahasa Indonesia yang menjadi ciri khas Radio Sukses,	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu, sama-sama membahas program siaran radio dalam menarik minat pendengar dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: terletak pada objek yang diteliti serta teori penelitian yang digunakan.

Masyarakat Desa Umpam Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komerling Ulu”.		dengan ini maka seluruh masyarakat Kabupaten Ogan Komerling Ulu ini dapat menambah informasi dan hiburan yang bermanfaat dan berwawasan bagi pendengar Radio Sukses.		
---	--	--	--	--

Sumber: Diolah dari penelitian terdahulu

2.2 Komunikasi Massa

Menurut John R. Bittner mendefinisikan komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi lain menurut Deflour dan Dennis McQuail mendefinisikan komunikasi massa adalah suatu proses komunikasi dalam hal lain komunikator dengan menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus yang dapat mempengaruhi khalayak luas dan berbeda-beda dengan berbagai cara. (Zaenab, 2013:5)

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan kepada khalayak yang luas melalui berbagai media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan platform digital. Tujuan utama komunikasi massa adalah untuk menyebarkan informasi, pendapat atau hiburan kepada khalayak besar dan beragam guna mempengaruhi opini publik, membentuk persepsi, dan mempengaruhi perilaku masyarakat.

Menurut Denis McQuail dalam (Hadi, 2021) komunikasi massa memiliki beberapa ciri-ciri yang membedakannya dari jenis komunikasi lainnya diantaranya yaitu: Pertama; sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal. Kedua; pesannya beraneka ragam, dapat diperkirakan, dapat diproses melalui standarisasi,

diperbanyak dan menjadi produk komoditi memiliki nilai tukar berharga. Ketiga; penerima dari pesan komunikasi massa merupakan bagian dari khalayak luas. Keempat; Komunikasi massa seringkali mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dengan banyak penerima, menciptakan pengaruh luas dalam waktu singkat dan menimbulkan respon seketika dari banyak orang secara serentak.

Karakteristik komunikasi massa di atas, dapat mencerminkan tentang peran penting media massa dalam masyarakat dan bagaimana media ini dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya di sekitarnya.

2.3 Strategi

Strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana, rencana merupakan produk dari suatu perencanaan yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar manajemen. Menurut Tatu dalam (Hendra et al., 2022) Strategi diartikan sebagai kiat, cara, dan taktik utama yang dirancang dalam melaksanakan manajemen yang terarah pada tujuan strategi organisasi.

Definisi lain, menurut David dalam (Syafna, 2021) strategi adalah rancangan yang disatukan luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai dari pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Jadi dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi ini meliputi perencanaan dari salah satu fungsi dasar manajemen, strategi yang baik sangat diperlukan sebagai cara untuk mencapai tujuan suatu perusahaan atau organisasi.

2.4 Radio

2.4.1 Definisi Radio

Definisi radio sesuai dengan Enslikopedia Amerika Internasional menyatakan bahwa radio merupakan media komunikasi yang memanfaatkan gelombang elektromagnet. Gelombang elektromagnetik yang digunakan dalam komunikasi nirkabel mirip dengan gelombang cahaya dan gelombang panas. Namun, gelombang radio memiliki frekuensi yang lebih rendah. (Anindita & Rahmawati, 2022)

Menurut Rahanatha dalam (Saulia, 2020) menjelaskan pengertian radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Jadi, dapat disimpulkan yang dimaksud radio adalah bukan fisiknya saja, tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio itu saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

Radio merupakan bagian dari komunikasi, oleh karena itu proses siaran radio dipelajari dalam komunikasi bidang penyiaran. Komunikasi telah mencapai suatu tingkat di mana dengan berkembangnya teknologi komunikasi begitu pesat membawa dampak media massa terhadap masyarakat. Sebagai lembaga penyiaran, radio memiliki kewajiban untuk menginformasikan masyarakat tentang lingkungan sosialnya. Sebagai lembaga di dalam masyarakat, radio harus seimbang menjalankan tugasnya. Penyiaran sebagai media penyampaian pesan berupa informasi, hiburan, pengetahuan juga merupakan penyiaran pesan iklan, namun tetap memiliki tugas sebagai komunikator publik.

Radio dipandang sebagai “kekuatan kelima” setelah lembaga eksekutif, lembaga legislatif, yudikatif, dan pers atau surat kabar. Hal ini antara lain, karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, serta memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara (Romli, 2023:14). Oleh karena itu, hal ini membuat radio siaran memiliki karakter tersendiri yang tidak dimiliki oleh media lain.

2.4.2 Karakteristik Radio

Radio sebagai salah satu media massa memiliki karakteristik berbeda dengan media lainnya, karakter radio dalam (Kustiawan et al., 2022) sebagai berikut:

Pertama: Auditori, karena radio adalah “suara” yakni siarannya untuk didengar. Apapun yang disajikan melalui media ini berupa suara, maka apapun yang disajikan radio bersifat “sepintas lalu”. Kedua: *Theatre of Mind* yaitu radio menciptakan gambar dalam imajinasi atau khayalan pendengar melalui suara. Pendengar hanya bisa membayangkan melalui imajinasinya tentang apa yang disampaikan oleh si penyiar tersebut. Ketiga: Mengandung gangguan, karena radio menggunakan sinyal pemancar jadi gangguan yang biasa terjadi seperti gangguan teknis atau yang sering disebut “*channel noise factor*”. Keempat: Identik dengan musik, yaitu radio dijadikan sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Kelima: Fleksibel. Artinya sambil mendengarkan radio, pendengar bisa saja melakukan aktivitasnya.

Karakteristik radio di atas memiliki kelebihan dan kelemahan yang berbeda dengan media lainnya. Namun, dengan adanya karakteristik tersebut membuat radio masih mampu bertahan hingga saat ini.

2.5 Manajemen Radio

Manajemen radio adalah proses manajemen tingkat strategi yang mengarahkan pemrograman siaran radio dan membuat kebijakan dalam pengelolaan stasiun radio. Manajemen radio juga memiliki tugas untuk mengkoordinasikan berbagai kegiatan penyiaran, yang dilakukan sebagai strategi kreatif terkait pemilihan program, serta perencanaan promosi dan perencanaan kerjasama dengan pihak lain. Program yang populer dan kreatif menjadi tantangan pengelola radio untuk menjangkau pendengar radio agar mendapatkan jumlah pendengar yang diharapkan. (Kushardiyanti et al., 2023)

Setiap radio memiliki strategi manajemen yang berbeda dalam melaksanakan program penyiaran. Radio perlu terus konsisten dalam pelaksanaan manajemen yang baik sesuai dengan fungsi manajemen yakni perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan sampai dengan evaluasi. Merencanakan program penyiaran yang matang, pengorganisasian dan membuat struktur tugas pokok serta fungsi dan melaksanakan program sampai dengan mengevaluasi jumlah pendengar menjadi landasan stasiun radio ini terus berkembang.

1.6 Program Siaran Radio

Program siaran radio dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari isi siaran radio secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa siaran keseluruhan dalam stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program yang diudarakan. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya (Chandra, 2021). Dalam hal ini program acara

yang disajikan oleh stasiun radio menjadikan faktor yang membuat audien tertarik untuk mendengarkan dan mengikuti program siaran yang diudarkan.

Program siaran radio terdiri dari program regular atau harian (*daily program*) dan program khusus atau mingguan (*weekly program*). Program regular disiarkan setiap hari dengan penyiar tetap ataupun bergantian pada jam-jam tertentu. Sedangkan program khusus disiarkan seminggu sekali sampai dua kali, umumnya dijadwalkan malam hari dan akhir pekan. (Romli, 2009:74)

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring semakin dengan makin banyaknya stasiun penyiaran dan makin tersegmennya audiens. Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana suatu proses pengolahan suatu siaran hingga dapat diterima audien. Tujuan format siaran untuk untuk memenuhi sasaran secara spesifik dan untuk memenuhi berkompetisi dengan media lainnya. Format siaran dapat ditentukan dari beberapa aspek, misalnya aspek demografi audiens, seperti kelompok umur, jenis kelamin, profesi, hingga geografis. (Morissan, 2018:230)

Secara umum program radio terdiri atas dua jenis, yaitu musik dan informasi. Kedua jenis program ini kemudian dikemas dalam berbagai bentuk yang pada intinya harus memenuhi kebutuhan audiens dalam hal musik dan informasi. Program siaran umumnya berisi berita radio, perbincangan radio (*talk show*), *infotainment* radio dan jinggel radio (Morissan, 2018:234). Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa dalam dunia penyiaran, program yang baik dan sesuai akan diminati pendengar sedangkan program yang buruk atau tidak sesuai mudah ditinggalkan pendengar.

2.7 Minat Pendengar Radio Di Era Digital

Menurut Crow and Crow minat adalah suatu yang berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong kita cenderung pada orang, benda, kegiatan ataupun

bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Definisi minat menurut Saleh adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian atau bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang (Syafna, 2021).

Minat dalam konteks pendengar radio adalah khalayak pendengar radio yang memiliki keinginan atau harapan terhadap stasiun radio yang didengarkan. Oleh karena itu, stasiun radio harus mengenali pendengarnya agar dapat memenuhi keinginan atau harapan audiennya melalui program-program siaran yang diudarkan.

Mengutip dari databoks oleh (Adi, 2022) menurut survei Kementerian Kominfo bersama Katadata Insight Center (KIC), populasi pendengar radio di Indonesia di era digital saat ini tampaknya sangat sedikit. Dari 10.000 ribu orang responden yang biasa mengakses radio untuk mencari informasi hanya 4%. Angka tersebut sama persis dengan proporsi konsumen media cetak, dan jauh tertinggal dari konsumen informasi media sosial yang proporsinya 73%. Adapun stasiun radio yang banyak diakses menurut survei ini adalah Radio Republik Indonesia (RRI), dengan persentase 37% dari total responden pendengar radio tahun 2021. Sedangkan radio-radio lain seperti radio lokal, jumlah pendengarnya lebih kecil yaitu persentasenya 5%. Responden dalam survei ini tersebar di 514 kabupaten/kota di 34 provinsi di Indonesia.

Ditinjau dari hasil survei tersebut, pemahaman tentang minat pendengar ini penting bagi pengelola media penyiaran khususnya radio, karena dapat membantu pengelola stasiun radio tersebut menyajikan konten atau program siaran yang lebih sesuai dan menarik bagi audien di era digital saat ini.

2.8 Teori Perencanaan Charles Berger

Teori perencanaan oleh Charles Berger merupakan salah satu model dari penyusunan pesan yang menganggap bahwa para komunikator atau pelaku komunikasi dihadapkan untuk memilih strategi demi mencapai tujuan komunikasi

yang efektif. Teori perencanaan ini sendiri memiliki pengertian mengenai sebuah teori tentang perencanaan di dalam bidang ilmu komunikasi demi menjalankan proses yang dilalui individu atau lembaga dalam merencanakan perilaku dalam ranah komunikasi. (Littlejohn & Foss, 2009:184)

Berger menyatakan bahwa rencana adalah “*Hierarchical Cognitive Representations of Goal Directed Action Sequences*” (Representasi kognitif secara hirarkis dari urutan tindakan yang diarahkan pada tujuan). Artinya dengan kata lain, rencana adalah gambaran mental (*mental images*) dari jumlah langkah yang akan ditempuh seseorang untuk mencapai tujuan. Langkah-langkah yang akan dilalui ini bersifat hirarkis atau berjenjang, karena tindakan tertentu dibutuhkan lebih dahulu agar tindakan lainnya dapat dilakukan. Oleh karena itu, perencanaan (*planning*) adalah proses memikirkan berbagai rencana tindakan. (Littlejohn & Foss, 2009:185)

Planning teory menyatakan bahwa perencanaan atau strategi tingkat tinggi ataupun rendah tergantung motivasi seseorang dalam mencapai tujuan tersebut. Jika tujuan dianggap penting perlu dilakukan dan penyesuaian tingkat tinggi. Teori ini juga menjelaskan bahwa semakin seorang mendalami masalah (spesifik dan umum), maka perencanaan semakin sulit. Asumsi dasar sebuah perencanaan yang dikembangkan oleh Berger yaitu:

Asumsi pertama: Perencanaan yang cenderung kompleks dapat menguatkan tujuan. Asumsi kedua: Perencanaan yang jelas apabila suatu pengetahuan (khusus dan umum) dilaksanakan lebih kompleks. Asumsi ketiga: Motivasi merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan besar kecilnya tujuan yang diperoleh. Asumsi keempat: Faktor emosi merupakan faktor yang sangat terkait dengan perencanaan dan pencapaian tujuan.

Kajian tentang perencanaan merupakan sebuah hiasan dari ilmu kognitif serta para psikolog telah melakukan banyak pemikiran dan penelitian pada subjek ini. Teori perencanaan yang dihasilkan oleh Charles Berger ada 4 hal yang harus diperhatikan sebelum menjalankan suatu kegiatan di antaranya: perencanaan pesan (*message planning*), penyusunan pesan (*message preparation*), penyebaran pesan (*message spread*), dan hasil atau tujuan dari pesan yang disampaikan (*message result*).

Perencanaan merupakan bagian yang harus dilakukan dari manajemen radio. Dalam pengelolaan program siaran, perencanaan dimaksudkan untuk membuat konsep-konsep atau program yang akan disuguhkan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pendengar. Mengetahui apa yang menjadi kebutuhan pendengar merupakan suatu hal yang penting tidak hanya sekedar memberi informasi seadanya tanpa memerhatikan sosiopsikologis pendengar.

2.9 Kerangka Pemikiran

Di era media digital saat ini, Baturaja Radio 103.1 FM sadar bahwa radio streaming menjadi suatu kebutuhan masyarakat dalam memudahkan mencari informasi juga hiburan dengan cepat. Oleh karena itu, Baturaja Radio 103.1 FM juga memanfaatkan perkembangan media digital lewat streaming radio di website maupun di aplikasi. Baturaja Radio 103.1 FM dalam kegiatan siaran memiliki 14 program yaitu 6 program harian dan 8 program mingguan. Program-Program yang ada tersebut memberikan informasi terkini, pengetahuan serta hiburan yang disajikan untuk para pendengar. Target pendengar Baturaja Radio 103.1 FM dari sudut pandang program siaran persentasenya yaitu 30%. Sedangkan berdasarkan

data jumlah pendengar tahun 2022 persentasenya di angka 8%. Data ini diperoleh dari akumulasi segmentasi pendengar melalui sosial media Baturaja Radio 103.1 FM.

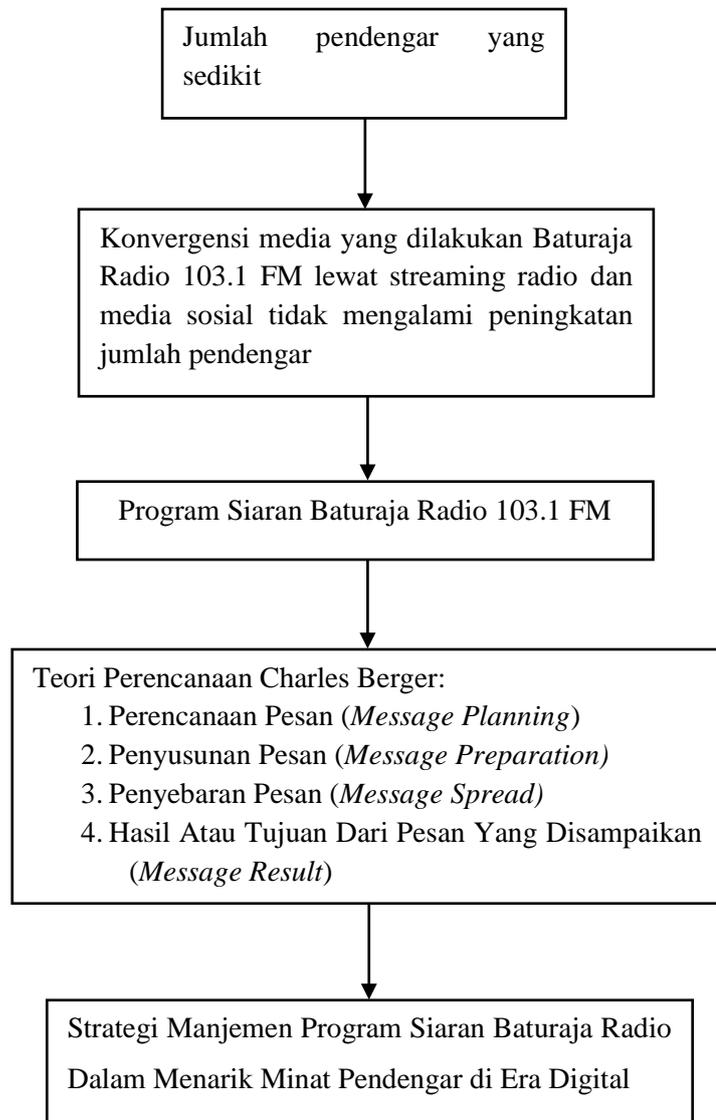
Ditinjau dari data jumlah pendengar yang ditemukan diatas, konvergensi media yang dilakukan Baturaja Radio 103.1 FM lewat streaming radio serta pemanfaatan platform digital tersebut, ternyata belum menarik perhatian khalayak pendengar khususnya di kota Baturaja. Di era perkembangan teknologi saat ini, generasi sekarang lebih memilih menggunakan smartphone, mengakses media sosial dianggap lebih cepat untuk mencari sesuatu yang *up to date* baik informasi, hiburan maupun ilmu pengetahuan. Sehingga media internet maupun media sosial dianggap lebih memenuhi kebutuhan dan memberi kepuasan tersendiri.

Ekisistensi sebuah radio ditinjau dari kemampuan program siaran radio itu sendiri untuk bisa bertahan dalam waktu yang lama. Namun untuk dapat membuat program siaran tersebut bertahan dan banyak disukai oleh pendengar bukanlah hal yang mudah. Untuk membuat program siaran diperlukan strategi program dengan harapan media tersebut bisa disukai pendengar serta memiliki pengaruh positif untuk pendengarnya.

Oleh karena itu, segala sesuatu yang menyangkut kegiatan yang berkaitan dengan produksi diperlukan perencanaan yang matang termasuk dalam pengelolaan program siaran. Perencanaan merupakan bagian yang harus dilakukan dari manajemen radio. Dalam pengelolaan program siaran, perencanaan dimaksudkan untuk membuat konsep-konsep atau program yang akan disuguhkan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pendengar. Mengetahui apa yang

menjadi kebutuhan pendengar merupakan suatu hal yang penting tidak hanya sekedar memberi informasi seadanya tanpa memerhatikan sosiopsikologis pendengar.

Mengkaji dari teori perencanaan dari Charles Berger, perencanaan terdiri dari elemen, perencanaan pesan, penyusunan pesan, penyebaran pesan, serta hasil atau tujuan dari pesan yang disampaikan. Teori ini digunakan untuk menjadi landasan penelitian, yaitu untuk mengetahui strategi manajemen program siaran yang dilakukan oleh Baturaja Radio 103.1 FM apakah sudah sesuai dalam menarik minat pendengar di era digital. Dari uraian data, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran