

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dunia penyiaran radio adalah dunia yang sangat menarik untuk di bicarakan dan menjadi salah satu hal yang menyatu dengan aktivitas manusia sehari-hari. Radio sebagai media massa juga mengalami perkembangan yang sangat pesat. Apalagi di era digital persaingan dunia radio sangat ketat. Salah satu contoh perkembangan Radio di wilayah Sukoharjo, termasuk Radio PAS FM, Radio Swara Slenk FM, Radio SAS FM, dan Radio TOP 101.9 FM.

Radio TOP 101.9 FM, dalam menghadapi persaingan minat daya Tarik dalam mendengarkan Radio di wilayah Sukoharjo. Dan seiring dengan majunya perkembangan teknologi masa kini membuat komunikasi semakin mudah untuk dilakukan. Untuk menopang Program - program unggulan di Radio TOP 1019 FM, antara lain: *time signal*, penyejuk iman, *top request*, top kenangan dan Ngintips,

Komunikasi massa adalah komunikasi yang harus dilakukan melalui media massa. Media massa merupakan alat-alat dalam komunikasi yang menyebarkan pesan secara serentak dan cepat, kepada audiens yang luas dan heterogen. Melihat perkembangan media yang sangat pesat, masyarakat dapat dengan mudah mengakses segala informasi dengan cepat. Kebutuhan akan informasi inilah yang membuat individu lebih *selektif* lagi dalam memilih media untuk mendapatkan informasi yang di butuhkan tentu hal ini berkaitan dengan media massa. Alat-alat komunikasi dalam media massa terdiri dari media cetak dan media elektronik.

Radio dan Televisi sebagai salah satu media massa memiliki fungsi utama sebagai media penyampai informasi serta media hiburan. di era Digitalisasi menarik minat pendengar untuk mendengarkan program siaran Radio TOP 101.9 FM.

Dalam persaingan antara televisi dan radio kedua nya merupakan media massa, bertujuan untuk menyampaikan informasi serta sebagai media hiburan. Hal ini di mungkinkan adanya berbagai media masa yang dapat di gunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media penyiaran radio merupakan salah satu bentuk media masa yang efesien dalam mencapai pendengarnya dalam jumlah yang sangat banyak, media masa Radio memiliki karakteristik cepat dalam menyampaikan pesan, luas jangkauan nya dalam arti tidak mengenal medan, tidak terikat waktu di bandingkan dengan media masa televisi.

Penyiaran merupakan proses komunikasi suatu titik ke pendengar, yaitu suatu proses pengiriman informasi atau isi pesan dari seorang penyiar kepada Masyarakat melalui proses pemancaran gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi untuk di pancarluaskan dan dapat diterima oleh khalayak umum. Gelombang Radio adalah salah satu bentuk dari radiasi elektomagnetik dan terbentuk ketika objek bermuatan listrik di modulasi (dinaikkan frekuensinya) pada frekuensi yang terdapat dalam frekuensi gelombang radio dalam spectrum elektromagnetik. Factor sinyal frekuensi gelombang radio yang melemah atau eror juga dapat menimbulkan penurunan jumlah dan minat pendengar pada Radio TOP 101.9 FM Sukoharjo.

Diskominfo (Dinas komunikasi dan informatika ) merupakan unsur pelaksana urusan pemerintah di bidang komunikasi, informatika persandian dan

statistic. kebutuhan akan informasi sudah menjadi hal penting bagi masyarakat, Radio hingga saat ini masih di percaya menjadi media informasi dan komunikasi yang di gemari Masyarakat karena mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi dan hiburan. Peran penyiar juga sangat penting dalam membawakan program acara, oleh karena itu Radio TOP 101.9 FM adalah Radio pemerintah kabupaten Sukoharjo dan di tuntutan untuk selalu mengedepankan etika dalam penyiaran serta tidak di perbolehkan untuk mengkritik Pemerintah.

LPLP Radio TOP 101.9 FM merupakan Radio Komersial yang berada di lingkungan Kabupaten Sukoharjo. Variasi yang dimiliki Radio TOP FM ini bertujuan untuk menarik lebih banyak pendengar, terkhusus di Kabupaten Sukoharjo. Radio ini memiliki visi menjadi radio publik yang unggul, sehat berisi siaran maupun informasi penyiarannya dengan menyajikan hiburan mendidik dan bermanfaat bagi seluruh khalayak dalam rangka ikut membangun watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertaqwa menuju terciptanya masyarakat yang adil, makmur dan sejahtera. Radio top 101.9 FM. Mempunyai program unggulan “Ngintip” (Nginformasi tips – tips) Program tersebut adalah program yang menarik karena dapat ber interaksi atau ber komunikasi langsung dengan pendengar dan Strategi komunikasi Penyiar dalam membawakan program unggulan Ngintips.

Komunikasi menjadi hal yang tidak akan ditinggalkan oleh setiap individu, sebab komunikasi telah melekat pada manusia yang mana adalah makhluk sosial. Komunikasi menjadi sebuah kebutuhan dan untuk memenuhinya setiap individu memerlukan individu lain nya. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media serta menimbulkan efek

tertentu. Radio siaran lebih mengedepankan siaran yang menarik dengan berbagai paduan audio seperti kata, lagu, penyiar dan lainnya. Sehingga mampu menghasilkan suatu program yang berkualitas kreatif dan inovasi yang tentunya hal ini dapat mempertahankan dan menarik minat dari pendengar. Dan selalu membawakan materi yang baru serta inovasi hal ini bertujuan agar masyarakat luas atau pendengar tidak bosan dalam mendengarkan siaran Radio TOP 101.9 FM. Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini Mengungkap strategi komunikasi penyiar Radio TOP 101.9 FM Sukoharjo dalam membawakan program acara "Ngintips"

## **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian permasalahan dari latar belakang tersebut sebelumnya, maka permasalahan-permasalahan penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut: Pertama, Persaingan dalam menarik minat pendengar yang di hadapi Radio TOP 101.9 FM, dan ada beberapa Radio yang berada di wilayah Sukoharjo meliputi, Radio PAS FM, Radio Swara slenk FM, Radio SAS FM. Kedua, Radio merupakan media massa yang bisa lebih cepat dibanding televisi maupun surat kabar, tanpa melalui proses yang rumit. Sehingga Menciptakan persaingan Radio TOP 101.9 FM dalam era Digitalisasi semakin meningkat. Ketiga,, radio sebagai media massa yang efektif dalam menyampaikan informasi, berbagai macam informasi bisa disampaikan dengan audio yang jelas dan bahasa yang mudah dipahami bagi para pendengar. Mengungkap lebih detail tentang sulitnya jangkuan gelombang frekuensi Radio TOP 101.9 FM. Keempat, radio TOP 101.9 FM adalah Radio

pemerintah yang diawasi langsung oleh Diskominfo Sukoharjo, akan hal itu penyiar Radio TOP 101.9 FM diuntut untuk selalu mengedepankan etika dalam penyiaran dan tidak boleh mengkritik pemerintah. Kelima, strategi Komunikasi Penyiar Radio TOP 101.9 FM dalam membawakan program Ngintips dan menyiarkan seputar obrolan yang dapat membangun serta bermanfaat yang dapat di pahami oleh Masyarakat luas. Serta harus membawakan program tersebut dengan semangat karena program tersebut berlangsung pada Pagi hari. Keenam, penyiar Radio TOP 101.9 FM Sukoharjo dalam program unggulan ‘Nintips’ ada faktor hambatan dalam penyiaran untuk memilih materi yang baru atau fresh, sehingga pendengar nantinya tidak jenuh dan bosan dalam mendengarkan Radio TOP 101.9 FM.

### **C. Rumusan Masalah Penelitian**

Permasalahan-permasalahan yang telah berhasil teridentifikasi begitu banyak dan luas sehingga penelitian akan membutuhkan waktu yang relatif lama dengan biaya cukup besar. Oleh karena keterbatasan kemampuan, biaya dan waktu untuk melaksanakan keseluruhan penelitian maka penelitian ini hanya fokus untuk meneliti tentang 2 permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi penyiar Radio TOP 101.9 FM Sukoharjo dalam membawakan program acara Ngintips?
2. Apa saja faktor hambatan penyiar Radio TOP 101.9 FM Sukoharjo dalam membawakan program acara Ngintips khususnya periode siaran bulan November 2022 sampai Januari 2023?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengungkap strategi komunikasi penyiar Radio TOP 101.9 FM Sukoharjo dalam membawakan program acara "Ngintips".
2. Mengungkap faktor hambatan penyiar Radio TOP 101.9 FM Sukoharjo dalam membawakan program acara "Ngintips" khususnya periode siaran bulan November 2022 sampai Januari 2023?

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki berbagai manfaat. Memberikan gambaran mengenai upaya Strategi Komunikasi Penyiar Radio TOP FM dalam membawakan program acara "Ngintips" dan mengungkap faktor hambatan yang di hadapi Radio TOP 101.9 FM.

Penelitian ini juga menambah gambaran maupun referensi pada pengembangan keilmuan komunikasi terutama komunikasi massa dan memberikan pengetahuan bagi masyarakat mengenai model pemberian informasi yang tepat dan bermanfaat bagi kepentingan publik. Penelitian ini juga memberikan sumbangan pengetahuan dan wawasan mengenai strategi penyiaran dalam menyusun program serta mempertahankan pendengar yang dilaksanakan pada sebuah industri Radio TOP 101.9 FM

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian, sehingga dapat memperkaya teori yang dapat digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan judul yang sama dengan penelitian ini, namun mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi Penambah bahan kajian dalam penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti :

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Chechila Fatikah dengan judul "Strategi Penyiaran PTPN Radio pada Program Hits Malu-Malu dalam Mempertahankan pendengar" (2018). Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretatif. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang terdapat pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat membuat kesimpulan atas seluruh hasil penelitian yang didapatkan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang peneliti lakukan dilapangan. Dalam proses analisis data penelitian ini menggunakan mix teori dari teori strategi pemrograman *Susan Tyler Eastman & Douglas A. Ferguson* dengan strategi program siaran yang ditinjau dari aspek manajemen menurut *Morissan*. Pada akhir penelitian diketahuilah bahwa tingginya angka pendengar program Hits Malu-Malu serta jam terbang yang panjang sejak tahun 2009 tidak lain didasari oleh pemenuhan

terhadap sajian yang dibutuhkan oleh pendengar. Penambahan durasi siaran menjadi setiap hari dalam seminggu dan memutaran lagu-lagu oldies secara rata sesuai requestserta tetap dalam patron PTPN Radio. Kemudian hasil yang diperoleh melalui analisis data terhadap strategi penyiaran pada program Hits Malu-Malu dalam mempertahankan pendengar oleh PTPN

*Kedua*, penelitian yang di lakukan oleh Tresna Yumiana Rahayu dengan judul "Strategi Program Radio dalam mempertahankan Eksistensinya" (2018). Dengan Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi program Kajian Tematik dalam mempertahankan eksistensinya dengan menggunakan konsep strategi program Peter Pringleyang terdiri dari perencanaan, produksi dan pembelian, eksekusi, serta pengawasan dan evaluasi. Pertama, adanya ilmu atau informasi keagamaan dalam setiap tema yang dihadirkan secara aktual. Kedua, narasumber yang berkompeten dalam bidangnya, dan melakukan inovasi dengan menyelenggarakan kegiatan off air, promosi melalui media sosial dan mulut ke mulut, membuat jadwal siaran, dan memaksimalkan potensi.

*Ketiga*, penelitian yang di lakukan oleh Reny Masyitoh dengan judul "Strategi Program Dakwah Radio SAS FM Surabaya" (2018). dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan analisis induktif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai program strategis dakwah radio SAS FM. Kemudian data tersebut dianalisis dengan theory strategy programming yang

dibuat oleh Sydney W. Head, sehingga diperoleh data yang bersifat holistik (utuh). Data dalam penelitian ini diperoleh melalui 3 cara, yakni dengan metode wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) Konsep awal terbentuknya radio SAS FM Surabaya berawal dari keinginan perluasan syiar dakwah yang ada di Masjid Nasional al-Akbar Surabaya, karena sebagai pusat dakwah. Sehingga segala kegiatan yang ada di Masjid Nasional al-Akbar Surabaya selalu disiarkan oleh radio SAS FM. (2) Strategi program dakwah “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya memiliki beberapa strategi, sehingga menjadikan dua program ini program unggulan, diantaranya: strategi dakwah yang pertama terletak pada Dai atau narasumber yang kompeten yang mengisi kedua program tersebut.

*Keempat*, penelitian yang dilakukan oleh Dwi Maharani dengan judul "Strategi RRI (Radio Republik Indonesia) Palembang mempertahankan minat pendengar di Era Digitalisasi Penyiaran" (2017). Pendekatan penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Objek pada penelitian ini membahas strategi pemberitaan RRI terhadap Konten, Target Audience, Jam Siar, dan SDM. Subjek pada penelitian ini adalah Kepala Pusat Pemberitaan RRI, Reporter Pro 3 RRI, Penyiar Pro 3 RRI, dan Kontributor Pro 3 RRI. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian diperoleh strategi yang dilakukan RRI untuk mempertahankan minat pendengar dengan cara membuat program yang melibatkan pendengar, yang mana pendengar dapat mengirimkan dan memberikan informasi kepada masyarakat atau disebut citizen journalism melalui RRI 30 Detik. RRI melakukan siaran selama 24 jam

dalam sehari. RRI bekerja sama dengan Pusdiklat, membuat program reporter dan presenter unggulan serta mengadakan diskusi rutin dengan presenter dan reporter di lapangan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkat kualitas presenter dan reporter, yang mana tugas mereka langsung berhubungan dengan pendengar. Selain itu, dalam hal teknologi untuk memasuki era digitalisasi.

*Kelima*, penelitian ini di lakukan oleh Rendy Ilhamsyah yang berjudul "Strategi Manajemen penyiaran program karaoke Dangdut (Kakdut) pada Radio suara Medan" (2015). metode yang digunakan peneliti metode kualitatif, yaitu menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data-data kemudian dianalisa untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara mendalam terhadap Manager Radio dan Penyiar. Karaoke Dangdut atau yang disebut KAKDUT merupakan sebagai salah satu acara unggulan di Radio Suara Medan merupakan program acara yang mengudara setiap hari Senin sampai Sabtu dengan jadwal siar pukul 13.00-15.00 WIB. Acara yang menyiarkan dan mengajak masyarakat untuk Karaoke Dangdut di radio Suara Medan dan/atau Karaoke melalui *on air by phone* serta memutarakan lagu-lagu dangdut yang hits. Maka dengan adanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen penyiaran program acara karaoke dangdut. Strategi yang dipakai oleh radio untuk karaoke dangdut menggunakan strategi POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*).

Penjelasan lebih lanjut dari berbagai penelitian terdahulu yang disebut sebelumnya dapat dilihat dalam tabel 1 berikut ini :

**Tabel 1**  
**Penelitian-Penelitian Terdahulu Yang Relevan dengan Tema Penelitian**

<b>Nama dan Judul Penelitian</b>	<b>Tujuan dan Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian, Persamaan dan Perbedaan</b>
<p>Chechila Fatikah (2018)</p> <p>"Strategi Penyiaran PTPN Radio pada Program Hits Malu-Malu dalam Mempertahankan pendengar"</p>	<p>Untuk menarik minat pendengar Radio PTPN melalui tambahan waktu on air Program Radio PTPN unggulan Hits Malu - Malu Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dan pendekatan interpretatif.</p>	<p>Penelitian ini menyimpulkan: Pada akhir penelitian diketahuilah bahwa tingginya angka pendengar program Hits Malu-Malu serta jam terbang yang panjang sejak tahun 2009 tidak lain didasari oleh pemenuhan terhadap sajian yang dibutuhkan oleh pendengar. Penambahan durasi siaran menjadi setiap hari dalam seminggu dan memutar lagu-lagu oldiessecara rata sesuai requestserta tetap dalam patron PTPN Radio.</p> <p>Perbedaan Penelitian ini: menyimpulkan bahwa Strategi dalam mempertahankan minat pendengar PTPN Radio.</p> <p>Persamaan Penelitian ini: membahas bagaimana mempertahankan Program Unggulan Hits Malu-Malu pada Radio PTPN.</p>

Nama dan Judul Penelitian	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian, Persamaan dan Perbedaan
<p>Tresna Yumiana Rahayu (2018).</p> <p>"Strategi Program Radio dalam mempertahankan Eksistensinya".</p>	<p>Untuk mempertahankan pendengar radio dengan inovasi Program.</p> <p>Penelitian ini Menggunakan Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.</p>	<p>Penelitian ini menyimpulkan untuk mengetahui strategi program Kajian Tematik dalam mempertahankan eksistensinya dengan menggunakan konsep strategi program Peter Pringle yang terdiri dari perencanaan, produksi dan pembelian, eksekusi, serta pengawasan dan evaluasi. Pertama, adanya ilmu atau informasi keagamaan dalam setiap tema yang dihadirkan secara aktual.</p> <p>Perbedaan penelitian ini: informan penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Fisip yang aktif menggunakan media sosial dan mempunyai komunitas online.</p> <p>Persamaan penelitian ini: penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara <i>holistic</i>, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa,</p>
<p>Reny Masyitoh (2018)</p> <p>"Strategi Program Dakwah Radio SAS FM Surabaya"</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk memuat pola konsep penyiaran agar bisa memperluas penyiaran dan di minati pendengar.</p> <p>Dan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian ini: Konsep awal terbentuknya radio SAS FM Surabaya berawal dari keinginan perluasan syiar dakwah yang ada di Masjid Nasional al-Akbar Surabaya, karena sebagai pusat dakwah. Sehingga segala kegiatan yang ada di Masjid Nasional al-Akbar Surabaya selalu disiarkan oleh radio SAS FM.</p>

Nama dan Judul Penelitian	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian, Persamaan dan Perbedaan
	dengan analisis induktif.	<p>(2) Strategi program dakwah “Ngaji Fiqih Kontemporer” dan “Tadarus Keluarga” di radio SAS FM Surabaya memiliki beberapa stategi, sehingga menjaikan dua program ini program unggulan, diantaranya: strategi dakwah yang pertama terletak pada Dai atau narasumber yang kompeten yang mengisi kedua program tersebut. Strategi berikutnya terletak pada waktunya siang hari, dipilih karena sangat efektif dan menjadi pembeda dengan program kajian di radio lain yang kebanyakan pagi hari.</p> <p>Perbedaan penelitian ini:  Penelitian ini berfokus membahas karakteristik bahasa yang digunakan dalam program konsep penyiaran Radio SAS FM melalui program dakwah.</p> <p>Persamaan penelitian ini:  Dalam penelitian ini sama-sama membahas mengenai konsep inovasi yang bertujuan sebagai penarik atau minat pendengar masyarakat luas.</p>

Nama dan Judul Penelitian	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian, Persamaan dan Perbedaan
<p>Dwi Maharani (2017)</p> <p>dengan judul "Strategi RRI (Radio Republik Indonesia) Palembang mempertahankan minat pendengar di Era Digitalisasi Penyiaran"</p>	<p>Untuk mempertahankan minat pendengar Radio RRI membuat Program yang langsung bisa berinteraksi atau melibatkan pendengar.</p> <p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.</p>	<p>Penelitian ini menyimpulkan bahwa bertujuan untuk meningkat kualitas presenter dan reporter, yang mana tugas mereka langsung berhubungan dengan pendengar. Selain itu, dalam hal teknologi untuk memasuki era digitalisasi.</p> <p>Perbedaan penelitian ini: berfokus menganalisis manfaat membuat program unggulan sedangkan penelitian ini berfokus pada upaya Radio TOP FM Sukoharjo dalam mempertahankan Program unggulan.</p> <p>Persamaan penelitian ini: Penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi Radio dalam menarik minat pendengar</p>
<p>Rendy Ilhamsyah (2015)</p> <p>"Strategi Manajemen penyiaran program karaoke Dangdut (Kakdut) pada Radio suara Medan".</p>	<p>Untuk meningkatkan minat pendengar dalam genre atau lagu dangdut pada Radio suara Medan.</p> <p>Menggunakan metode penelitian kualitatif.</p>	<p>Hasil Penelitian menyimpulkan: untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen penyiaran program acara karaoke dangdut.</p> <p>Strategi yang dipakai oleh radio untuk karaoke dangdut menggunakan strategi POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling).</p> <p>Perbedaan penelitian ini: Penelitian ini menggunakan metode manajemen dalam pola konsep penyiaran.</p> <p>Persamaan penelitian ini: penelitian yang sedang dilakukan sama-sama menarik minat pendengar dan Presepsi</p>

Nama dan Judul Penelitian	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian, Persamaan dan Perbedaan
		tentang Radio di era digitalisasi.



## B. Kajian Teori

### 1. Peran Radio dalam menyalurkan informasi.

Radio dikelompokkan sebagai media massa elektronik yang melibatkan gelombang elektromagnetik yang mampu menguasai ruang, artinya siaran radio dari suatu media radio yang dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya atau menguasai ruang, tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali, tidak menguasai waktu. Menurut Riswandi (2009: 1), penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengan menyalurkan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Penyampaian pesan melalui radio menggunakan lisan atau kata-kata, daya ikat untuk dapat melancarkan pesan ini penting, artinya dalam proses komunikasi, terutama melalui media massa, disebabkan sifatnya satu arah (*one way traffic communication*) (Uchjana, 2013).

Radio adalah bagian dari media massa yang dapat dinikmati dimanapun dan kapanpun, karena hanya bersifat audio yang bisa dibarengi oleh aktivitas lainnya pada saat bersamaan. Karakteristik radio yaitu memiliki daya tembus, daya langsung, daya tarik, imajinatif, menjaga mobilitas, tidak terkait waktu dan tempat, murah, bersifat personal dan akrab. Daya tarik terpenting dari radio terletak pada diri seorang penyiar radio. Penyiar radio menduduki posisi terpenting saat on air karena tugas pokok penyiar selain memberikan informasi tetapi juga menghibur dengan notasi, artikulasi dan *gimmick* yang pas ditelinga. (Andini & Hermawan, 2018)

Menurut Menkominfo *Johnny G. Plate* Lembaga Penyiaran Publik terdiri dari RRI, TVRI dan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL). Salah satu lembaga penyiaran publik adalah Radio Republik Indonesia yang diminta agar terus menyampaikan informasi faktual dan kredibel. Hal itu disampaikan saat Pelantikan dan Pengambilan Sumpah Jabatan 5 Anggota Dewan Pengawas LPP RRI Periode 2021-2026. Dengan demikian, masyarakat dapat tercerahkan dari semua bentuk hoaks, disinformasi, misinformasi, dan malinformasi. Pentingnya melakukan kolaborasi preventif untuk mengurangi kemungkinan suatu peristiwa yang dapat memicu longoran berita palsu. Upaya dari berbagai tingkatan yang ditujukan adalah mengurangi kemungkinan penyebaran informasi yang salah sebelum pemilihan umum dijadwalkan. Tujuan kolaboratif ini untuk mengurangi dampak penyebaran berita palsu.

Dengan begitu, radio memiliki potensi yang besar dalam menyebarkan informasi, menertibkan dan memberantas berita palsu dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya melalui kampanye literasi, inisiatif pengecekan fakta, dan penetapan langkah-langkah hukuman untuk mencegah penyebarannya untuk masyarakat atau pendengar radio.

Pendengar atau khalayak adalah orang-orang yang mendengarkan misalnya, mendengar pidato, music, informasi dan sebagainya. Sedangkan pendengar menurut Uchjana Effendi adalah orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu tempat maupun dalam keadaan terpencar-pencar, tetapi sama-sama terpicat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa.

Karakteristik Radio walaupun bersifat audial, tetap menjalankan perannya sebagai sarana komunikasi massal yang tetap dipercaya oleh khalayak. *Book D. Cary* yang dikutip oleh Rahanatha (2008:43) mengungkapkan beberapa karakteristik radio antara lain sebagai berikut:

- a. Radio terdapat dimana-mana
- b. Radio bersifat memilih
- c. Radio bersifat ekonomis
- d. Radio cepat dalam menyampaikan informasi
- e. Radio bersifat partisipatif

Radio mampu menjangkau audiens dengan jangkauan yang luas dalam waktu bersamaan. Dengan begitu, radio memiliki potensi yang besar dalam 21 menyebarluaskan informasi. Dibandingkan dengan media massa lainnya, radio memiliki karakteristik yang khas (Riswandi, 2009 : 3) yaitu :

- a. Imajinatif, karena hanya alat indera pendengaran yang digunakan oleh khalayak dan pesannya pun selintas, maka pesan radio dapat mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Dengan perkataan lain, pendengar radio bersifat imajinatif.
- b. Auditori, sifat ini muncul sebagai konsekuensi dari sifat radio yang hanya bisa didengar. Pesan yang disampaikan radio hanya selintas, pendengar tidak dapat mendengar kembali (*rehearsing*). Dengan perkataan lain, pesan radio harus disusun secara singkat dan jelas (*concise and clear*).
- c. Akrab/intim, sebagaimana kita lakukan sehari-hari, kita jarang mendengar acara siaran radio secara khusus. Pada umumnya kita mendengar radio sambil melakukan kegiatan atau melaksanakan pekerjaan lainnya.

- d. Identik dengan musik, radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.
- e. Mengandung gangguan, seperti timbul tenggelam/fading dan gangguan teknis (*channel noise factor*).

## 2. Strategi Komunikasi Penyiar melalui Komunikasi Massa

Strategi komunikasi adalah perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi. Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Strategi komunikasi erat hubungan dan kaitannya antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi (masalah) yang harus diperhitungkan adapun Strategi yang dipakai untuk mempertahankan pendengar.

### a. Teknik Strategi Komunikasi

#### 1) Strategi Kesesuaian (*Compability*)

Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Radio siaran harus membuat program yang sesuai

dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang yang tepat.

## **2) Strategi Pembentukan Kebiasaan**

Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu tertentu.

## **3) Pengontrolan Arus Pendengar**

Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*).

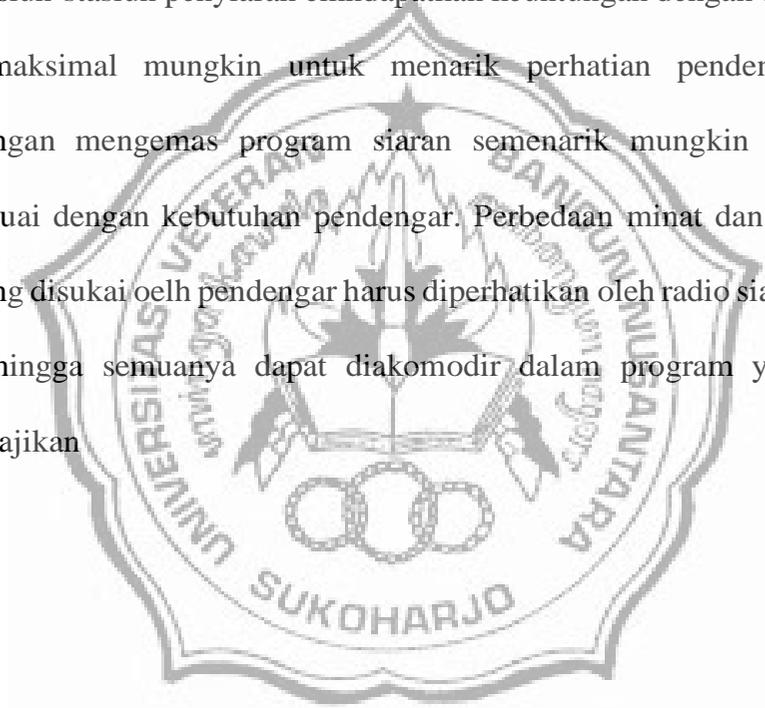
## **4) Penyimpanan Sumber Program**

Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program bisa dipakai lagi suatu saat, tapi tentu saja dengancara penyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya

lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari, Diantaranya dengan mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.

#### **5) Strategi Daya Penarik Massa**

Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran emndapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai oelh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program yang disajikan



## b. Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi harus disusun secara sistematis, sebagai upaya merubah pengetahuan, sikap dan tingkah laku khalayak atau sasaran. Menurut Arifin (1994), agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, maka komunikator perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

### 1) Mengenal Khalayak

Untuk mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media. Untuk mempersamakan kepentingan tersebut maka komunikator harus mengerti dan memahami pola pikir (*frame of reference*) dan pengalaman lapangan (*field of experience*) khalayak secara tepat dan seksama. Hal pertama yang harus dimengerti dari khalayak adalah kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak seperti:

- a) Pengetahuan khalayak mengenai pokok permasalahan,
- b) Pengetahuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan,
- c) Pengetahuan khalayak terutama perbendaharaan kata yang digunakan.

Kedua, pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma dalam kelompok itu berbeda, ketiga situasi kelompok di mana itu berada.

### 2) Menentukan Tujuan

Tujuan komunikasi menentukan fokus strategi komunikasi yang akan digunakan. Adapun beberapa tujuan komunikasi yang baik antara lain yaitu:

- a) Memberikan informasi merupakan interaksi komunikasi. Masyarakat cenderung merasa lebih baik diberi informasi yang telah diperlukannya atau yang akan diberi jalan masuk menuju informasi tersebut yang merupakan bagian dari keadaan percaya dan rasa aman.
  - b) Menolong orang lain, memberikan nasehat kepada orang lain dalam mencapai tujuan.
  - c) Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan, karena semakin tinggi kedudukan atau status seseorang maka semakin penting meminta orang lain untuk keahlian teknis sehingga dalam penyelesaian masalah atau membuat keputusan tersebut harus ada komunikasi untuk meminta data sebagai bahan pertimbangan.
  - d) Mengevaluasi perilaku secara efektif, yaitu suatu penilaian untuk mengetahui hal-hal yang akan mereka lakukan setelah menerima pesan.
- 3) Menyusun Pesan

Model pilihan strategi melihat bagaimana komunikator memilih diantara berbagai strategi pesan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan model desain pesan memberikan perhatiannya pada bagaimana komunikator membangun pesan untuk mencapai tujuan. Proses tersebut kemudian menjadi langkah untuk menentukan strategi komunikasi dengan cara menyusun pesan. Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam menyusun

pesan yaitu:

- a) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran.
  - b) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran sehingga sama-sama dapat dimengerti.
  - c) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
  - d) Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran pada saat digerakkan untuk memberi jawaban yang dikehendaki.
- 4) Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan Dalam menciptakan efektivitas komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaiannya pesan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media memiliki peran penting. Terdapat empat ciri pokok dalam komunikasi melalui media, terutama bagi media massa, yaitu: bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis. Bersifat satu arah, artinya tidak ada reaksi antara para peserta komunikasi. Bersifat terbuka, artinya ditunjukkan kepada publik yang terbatas dan anonim dan mempunyai publik yang secara geografis terbesar.

### 3. Fungsi Komunikasi Massa

#### 1) **Fungsi Pengawasan** Fungsi Pengawasan (*Surveillance*)

Fungsi pengawasan dalam komunikasi massa yakni untuk memasok fakta dan data, selain itu fungsi pengawasan dibagi dalam dua bentuk utama yakni: pertama, warning or beware surveillance atau pengawasan peringatan. Hal ini terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman atau bencana seperti angin topan, meletusnya gunung berapi, kondisi yang memprihatinkan, serangan militer. Meskipun banyak informasi yang menjadi peringatan atau ancaman serius bagi masyarakat yang dimuat oleh media, banyak pula khalayak yang tidak mengetahui tentang ancaman itu.

#### 2) **Fungsi Penafsiran** (*Interpretation*) Komunikasi massa memiliki fungsi untuk menafsirkan kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan dari penafsiran media yakni ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan. Contoh penafsiran media dapat kita lihat pada halaman tajuk rencana, rubrik artikel dan lain sebagainya.

#### 3) **Fungsi Pertalian** (*Linkage*) Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu

#### 4) **Fungsi Penyebaran** Nilai-Nilai (*Transmission of Value*) Fungsi komunikasi ini tidak terlihat dengan gambling. Fungsi penyebaran nilai

disebut juga socialization (sosialisasi) yang mengacu kepada cara di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa memperlihatkan kepada khalayak bagaimana media bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya. Di antara semua media massa, fungsi sosialisasi bisa ditemukan pada tayangan televisi.

- 5) **Fungsi Hiburan** (*Entertainment*) Dalam prakteknya semua media menjalankan fungsi hiburan. Baik televisi, radio siaran maupun majalah memberikan sajian hiburan. Tujuan dari fungsi hiburan adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak. Dengan menonton tayangan hiburan di televisi atau mendengarkan hiburan lewat radio dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

Adapun menurut effendy fungsi komunikasi massa secara umum, yakni :

- a) Fungsi Informasi Fungsi informasi ini diartikan bahwa media massa merupakan penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa. Berbagai macam informasi banyak dibutuhkan oleh khalayak media massa yang berhubungan dengan kebutuhannya.

Dan sebagai makhluk sosial manusia akan selalu haus akan informasi.

- b) Fungsi Pendidikan. Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (mass education). Media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau audiens. Pengajaran tersebut dilakukan melalui drama, cerita, diskusi, artikel dan lain sebagainya. Fungsi Memengaruhi Secara implisit fungsi memengaruhi dari media massa dapat dilihat pada tajuk/editorial, iklan, artikel dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan oleh televisi, surat kabar ataupun radio. Beriringan dengan fungsi komunikasi massa, terdapat tiga masalah pokok yang harus diperhatikan dalam memahami fungsi-fungsi media massa.



#### 4. Faktor Hambatan Komunikasi Penyiar Radio

Hambatan dalam komunikasi umumnya terjadi pada saat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sering terjadi tidak tercapainya pengertian sebagaimana yang dikehendaki, malah timbul kesalah pahaman. Tidak dapat diterimanya pesan tersebut dengan sempurna dikarenakan perbedaan lambang atau bahasa antara apa yang dipergunakan dengan yang diterima. Atau terdapat hambatan teknis lainnya yang menyebabkan gagasan terhadap kelancaran sistem komunikasi kedua belah pihak. Menurut Ruslan (2003), terdapat empat jenis hambatan yang dapat mengganggu strategi komunikasi yaitu:

a. Hambatan dalam proses penyampaian (*process barrier*)

Hambatan ini bisa datang dari pihak komunikator (*sender barrier*) yang mendapat kesulitan dalam penyampaian pesan-pesannya, pengulangan kata dan topik isi materi, dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut (*receiver barrier*) karena sulitnya komunikan dalam memahami pesan itu dengan baik. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan sebagainya yang terdapat dalam diri komunikan. Kegagalan komunikasi dapat pula terjadi dikarenakan faktor-faktor, feedbacknya (hasil tidak tercapai), *medium barrier* (media atau alat dipergunakan kurang tepat) dan *decoding barrier* (hambatan untuk memahami pesan secara tepat).

b. Hambatan secara fisik (*physical barrier*)

Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem dan gangguan pada sistem pengeras suara (sound system) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah, seminar, pertemuan, dll. Hal ini dapat membuat pesan-pesan tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikannya.

c. Hambatan semantik (*semantik barrier*)

Hambatan segi semantik (bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikan yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang. Atau sebaliknya, tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.

d. Hambatan psiko-sosial (*psychosocial barrier*)

Adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai-nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan-harapan dari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda. Misalnya, seorang komunikator (pembicara) menyampaikan kata momok yang dalam kamus besar bahasa Indonesia sudah benar. Nyatanya kata tersebut dalam bahasa sunda berkonotasi karang baik. Jika kata tersebut diucapkan pada pidato/kata sambutan dalam sebuah acara formal yang dihadiri para pejabat, tokoh dan sesepuh masyarakat sunda, maka citra yang bersangkutan (komunikator) dapat turun karena adanya salah pengertian Bahasa. (Effendy, 2010)

## 5. Model Komunikasi Menurut Denis McQuail dan Sven Windahl (1984)

Komunikasi menjadi hal yang tidak akan ditinggalkan oleh setiap individu, sebab komunikasi telah melekat pada manusia yang mana adalah makhluk sosial. Komunikasi menjadi sebuah kebutuhan dan untuk memenuhinya setiap individu memerlukan individu lainnya. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media serta menimbulkan efek tertentu. Dan seiring dengan semakin majunya perkembangan teknologi masa kini, membuat komunikasi menjadi semakin mudah untuk dilakukan. Namun, pada kenyataannya komunikasi tidak melulu bertukar pesan secara *face to face* serta saat itu saling memberikan feedback, sebab komunikasi juga dilakukan melalui media atau perantara. Komunikasi melalui media yang disebut dengan media komunikasi massa. (Eastman, 2013)

### Konsep Respon Dalam Teori S-O-R

Dalam penelitian ini menggunakan teori S-O-R (Stimulus, Organism, Respon). Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Menurut model ini, organism menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Menurut Denis McQuail dan Sven Windahl (1984) dalam Vera (2016: 120). Prinsip dasar teori stimulus respons, yaitu efek merupakan reaksi tertentu terhadap stimulus(rangsang) tertentu, sehingga seorang dapat menduga atau memperkirakan adanya hubungan erat dari isi pernyataan dengan reaksi. Asumsi dari teori inipun tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula. Jadi unsur model ini adalah : Pesan (*Stimulus, S*), Komunikan (*Organism, O*), Efek (*Response, R*).

Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Seperti pada akun Ketimbang Ngemis Malang dengan menyampaikan pesan yang mengandung pesan moral dan ingin mengetahui respon dari followers dengan memberikan informasi tersebut. dari situ bisa mengerti bagaimana suatu pesan bisa membuat orang menjadi lebih baik dalam hal merespon suatu pesan itu. Secara umum respon atau tanggapan diartikan sebagai hasil yang di dapat dari pengamatan. Menurut Jalaludin Rakhmat dalam buku psikologi Sosial, respon adalah suatu kegiatan dari organisme itu, bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, dari setiap jenis kegiatan yang di timbulkan oleh suatu perangsang dapat

juga di sebut respon.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh *Steven M. Caffe* dalam buku Subandi :1982 Respon dibagi menjadi tiga bagian, yaitu :

a. *Kognitif*

Yaitu respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami atau dipersepsi oleh khalayak.

b. *Afektif*

Yaitu respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Respon ini timbul apabila ada perubahan yang disenangi oleh khalayak terhadap sesuatu.

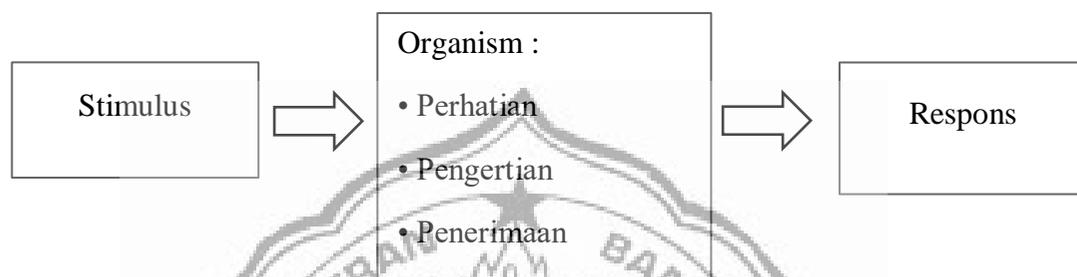
c. *Konatif*

Yaitu respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau perbuatan. Skinner seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Respon followers ini berkaitan dengan pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif misalnya jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palingan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Untuk lebih jelasnya model *Stimulus-Organism-Response* dapat dilihat dalam bagan ini:

Pada penelitian ini memilih model komunikasi S-O-R karena model ini sebagai dari isi komunikasi. Model ini mengidentifikasi faktor-faktor yang

mengontrol atas empat elemen komunikasi yaitu: *Source*/sumber, *Message*/pesan, *Channel*, *Receiver*. Karena model ini menjanjikan pertolongan dalam mengidentifikasi faktor-faktor spesifik yang digunakan dalam eksperimen.

**Gambar 1. Model Komunikasi Denis McQuail & Sven Windhal**

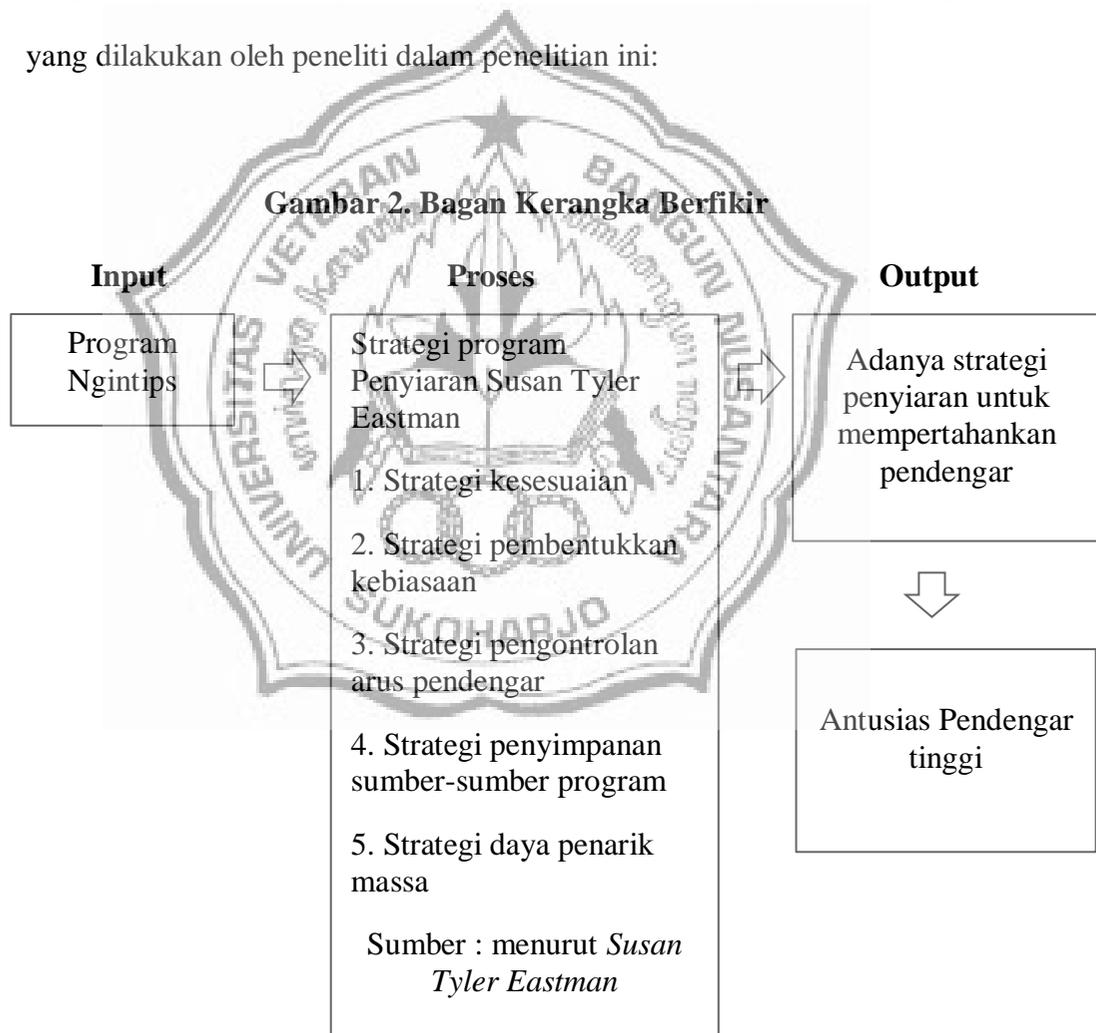


Gambar 1. Model Komunikasi

Sumber : *Denis McQuail & Sven Windhal*, dalam Vera (2016:120)

## 6. Kerangka Berpikir

Kerangka Berpikir merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini, dalam kerangka berpikir ini penulis akan mencoba menjelaskan pokok penelitian. Upaya mempertahankan program unggulan Radio TOP 101.9 FM. Kerangka berpikir pada dasarnya merupakan suatu penalaran pemikiran dari peneliti untuk dapat sampai pada tujuan yang diinginkan. Kerangka berpikir akan menuntun bagaimana jalan pemikiran yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini:



- a) **Input** data yang diteliti yakni, program Ngintips Radio TOP 101.9 FM
- b) **Proses** yang dianalisis menggunakan teori strategi pemrograman media penyiaran menurut Susan Tyler Eastman untuk melihat serta menganalisis bagaimana strategi penyiaran yang dilakukan Radio TOP FM pada program Ngintips.
- c) **Output** yakni adanya strategi penyiaran yang digunakan untuk mempertahankan pendengar dengan hasil akhir diketahuinya antusias yang tinggi dari pendengar. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif di mana penelitian ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Peneliti akan memaparkan bagaimana Program Unggulan Ngintips ini mampu mempertahankan pendengarnya.

Pemakaian teori strategi Susan Tyler Eastman dirasa tepat untuk mengetahui bagaimana sebuah program disajikan mulai dari penjadwalan nya yang disesuaikan dengan kebutuhan pendengar, penyajian konten siarannya yang selaras dengan konsep program. Selanjutnya juga untuk mengetahui bagaimana cara Radio TOP FM menjaga pendengarnya agar selalu mendengarkan siaran program Ngintips. Bagaimana sumber sumber program telah ada, memanfaatkannya dengan baik dalam pengolahan program selanjutnya. Dan terakhir daya tarik yang di tawarkan oleh Radio TOP FM kepada khalayak melalui program "Ngintips".