

**STRATEGI PENYIAR DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI RADIO SWARA SEMARANG DI ERA DIGITAL**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Strata 1 Prodi Ilmu
Komunikasi



Disusun Oleh:

Rasendriya Safa Nismara

32802000094

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rasendriya Safa Nismara

NIM : 32802000094

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul

**“Strategi Penyiar Dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Swara
Semarang Di Era Digital”**

Penelitian ini merupakan penelitian ilmiah karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil atau plagiat dari hasil penelitian orang lain. Apabila pernyataan yang saya katakan terbukti salah, maka saya siap menerima sanksi yang berlaku dan menanggung segala tanggung jawab.

Demikian pernyataan yang dapat saya berikan dengan sebenar-benarnya, untuk digunakan bila mana diperlukan. Terima kasih

Semarang, 12 Agustus 2024

Penulis,


Rasendriya Safa Nismara
32802000094

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Strategi Penyiar Dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Swara
Semarang Di Era Digital
Nama : Rasendriya Safa Nismara
NIM : 32802000094
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi

**Telah Di Periksa Dan Dinyatakan Sah Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Pendidikan Strata 1**

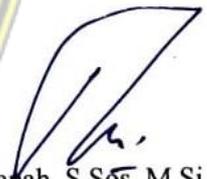
Semarang, 12 Agustus 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi


Trimanah, S.Sos, M.Si.
NIK: 2111090008


Trimanah, S.Sos, M.Si.
NIK: 2111090008

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Strategi Penyiar Dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Swara
Semarang Di Era Digital
Nama : Rasendriya Safa Nismara
NIM : 32802000094
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Telah Di Periksa Dan Dinyatakan Sah Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Pendidikan Strata I

Semarang, 12 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

1. Trimanah, S.Sos, M.Si.
NIK: 2111090008

Dosen Penguji :

1. Urip Mulyadi, S.I.Kom, M.I.Kom
NIK: 211115018
2. Made Dwi Adnjani, S.Sos., M.Si., M.I.Kom
NIK: 2111009006

Menyetujui
Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi


Trimanah, S.Sos, M.Si.
NIK: 2111090008

MOTTO

وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ

“Barang siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar, dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangkansangkannya.”

(Q.S. Ath-Thalaq: 2-3)

“Every wound would shape me. Every scar will build my throne.”

(Bring Me The Horizon - Throne)

“It doesn't matter how people judge us and it doesn't matter who we are in their eyes. Our job is to be good, not to get everyone interested.”

(Oliver Sykes)

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuman sekiranya kalau temen-temen merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir! Mimpi-mimpi lain bisa diciptakan.”

(Windah Basudara)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Yang Paling Utama

Alhamdulillah Hirabbil Alamin puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melihampahkan segala nikmat, rezeki, karunia dan ridho-Nya. Yang telah memberikan jalan terbaik dan kemudahan dalam setiap kesulitan yang peneliti hadapi selama melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW.

Kedua Orang Tuaku yang Tercinta dan Segalanya

Karya penelitian ilmiah ini saya persembahkan untuk ayah dan mama sebagai tanda terima kasih dan rasa hormat yang tak terhingga. Terima kasih sudah berjuang untukku dan memberikan segala dukungan selama berkuliah. Berbagai masalah sanggup dihadapi dan berhasil melewati segala rintangannya. Terima kasih sudah selalu mengupayakan dan memberikan semuanya yang terbaik untukku. Do'aku untuk ayah dan mama semoga senantiasa diberikan kesehatan, umur panjang, dan dilancarkan rezeki dan berkahnya agar bisa menemani proses kehidupanku hingga tua nanti.

Tak Lupa untuk Keluarga dan Sahabat-Sahabatku

Terima kasih atas segala dukungan dan perhatian yang diberikan. Rasa lelahku dalam mengerjakan penelitian terbayarkan dengan hiburan dan dukungan dari para keluarga dan sahabat-sahabat terbaikku. Semoga kita semua diberikan kemudahan dalam mencapai apa yang kita impikan dan selalu dilancarkan segala hal baik yang ingin kita lakukan. Canda, tawa yang kita lalui semasa muda semoga kan terkenang hingga tua nanti. Untuk keluargaku, semoga kita semua tetap berhubungan erat dan dapat saling menguatkn satu sama lain.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan ridho-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul “Strategi Penyiar Dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Swara Semarang Di Era Digital” dapat terselesaikan. Sholawat beriring salam tidak lupa senantiasa peneliti haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya agar selalu bersyukur kepada Allah SWT. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat mendapatkan gelar sarjana Strata 1 Prodi Ilmu Komunikasi.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti tidak terlepas dari ujian dan beberapa kendala. peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya pihak-pihak yang membantu serta memberikan dukungan kepada peneliti. peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa mengasihi dan memberi pertolongan dalam perjalanan hidup peneliti, khususnya selama proses penelitian skripsi ini.
2. Kedua orang tua, mama tercinta dan ayah tersayang yang selalu mendoakan yang terbaik dan memberikan dukungan penuh kepada peneliti. Selalu menguatkan dan bertahan di kala banyak badai yang datang silih berganti.
3. Ibu Trimamah, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Unissula, dosen pembimbing, serta wali dosen peneliti yang selalu membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi hingga berhasil terselesaikan dengan lancar,

4. Bapak Fikri Shofin Mubarak, SE., M.I.Kom selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Unissula.
5. Seluruh Dosen dan staff Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu, tenaga, arahan, dan bantuang kepada peneliti selama menempuh perkuliahan Strata 1 Prodi Ilmu Komunikasi.
6. Muhammad Ro'iyen Kristiyaji, selaku pasangan saya yang selalu bersedia menemani, memberikan semangat, memberikan bantuan, meluangkan waktunya, mendo'akan, menguatkan, serta selalu menjadi tempat keluh kesah peneliti.
7. Sahabat-sahabat peneliti yang selalu menemani dan menghibur semasa perkuliahan, Catur Prasetya, Zahra Tsabita, Endah Salni Pertiwi, Muara Prana, Pramudya Bonanza, dan Austin Andika. Terima kasih telah berproses bersama dan mewarnai perjalanan peneliti selama berkuliah. Canda, tawa, tangis, susah, senang, maupun sedih kita lalui bersama-sama. Kehadiran kalian sangat berarti bagi peneliti.
8. Segenap keluarga yang sudah memberikan dukungan, memberi saran, mendo'akan, serta meluangkan waktu untuk peneliti.
9. Teman-teman *Broadcasting* angkatan 20 yang solid sekali. peneliti akan selalu merindukan momen-momen kita berkumpul bersama, mengerjakan project, berdiskusi bersama, dan menjalani perkuliahan dengan tenang dan santai, namun tetap berjuang meraih mimpinya masing-masing. Terima kasih atas kebersamaannya, selamat bertemu di puncak kesuksesan kita.

10. Teman-teman di Unissula yang sudah melengkapi masa-masa perkuliahan peneliti.
11. Rekan-rekan penyiar dan para pendengar setia Radio Swara Semarang yang turut mendo'akan dan memberi dukungan kepada peneliti.
12. Diri sendiri yang telah mampu bertahan dan berjuang hingga detik ini. Terima kasih sudah mampu melakukan yang terbaik dan percaya bahwa Allah SWT akan memberikan yang terbaik setelah melewati badai yang datang silih berganti.

peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu semua kritik dan saran yang membangun akan peneliti terima dengan senang hati. Atas izin Allah dan dukungan dari pihak-pihak yang sudah peneliti sebutkan, peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini dengan lancar. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memudahkan segala urusan semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti.

Semarang, 12 Agustus 2024

Penulis,



Rasendriya Safa Nismara
32802000094

STRATEGI PENYIAR DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI RADIO SWARA SEMARANG DI ERA DIGITAL

Rasendriya Safa Nismara

ABSTRAK

Hadirnya era digital memunculkan media-media baru yang menciptakan adanya persaingan antar media komunikasi, salah satunya Radio Swara Semarang sebagai jaringan radio lokal yang mulai tergerus eksistensinya di era digital. Eksistensi sebuah radio tidak terlepas dari peran para penyiarinya sebagai citra dan personalitas dari radio yang diwakilinya. Semakin baik performa penyiar, citra radio juga akan semakin meningkat dan mampu bersaing di tengah gempuran media-media baru di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh penyiar Radio Swara Semarang sebagai ujung tombak radio dalam mempertahankan eksistensi radio yang diwakilinya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme dan teori retorika oleh Aristoteles. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling dengan sample lima penyiar Radio Swara Semarang dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dalam mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang di era digital, penyiar Radio Swara Semarang memiliki beberapa detail strategi yang berbeda sesuai dengan karakteristiknya masing-masing, namun semua penyiar Radio Swara Semarang memiliki strategi yang mencerminkan mode ethos, logos, dan pathos. Para penyiar mengimplikasikan strategi mereka dengan menerapkan etika serta memberikan informasi yang kredibel dan tersusun. Selanjutnya, para penyiar menyajikan topik siaran yang menarik dan relevan menyesuaikan dengan segmentasi program acara yang dibawakan. Strategi yang membedakan radio dengan media lainnya adalah penyiar Radio Swara Semarang membangun hubungan kedekatan dan melibatkan para pendengar supaya terjadi komunikasi dua arah, bahkan memposisikan diri mereka sebagai teman akrab para pendengar. Hal tersebut menciptakan kesan dan ciri khas yang tidak akan didapatkan oleh pendengar di media lainnya. Dengan adanya strategi yang dilakukan oleh para penyiar, loyalitas pendengar semakin meningkat untuk tetap mendengarkan Radio Swara Semarang dan tetap menjadikan Radio Swara Semarang sebagai sumber hiburan serta sumber informasi terpercaya yang dibuktikan oleh Radio Swara Semarang yang masih eksis hingga saat ini. Sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat mengembangkan penelitian dengan lingkup yang lebih luas dan meneliti strategi yang dilakukan oleh penyiar stasiun radio lainnya.

Kata Kunci: Strategi Penyiar, Eksistensi Radio, Era Digital, Teori Retorika

ANNOUNCER STRATEGY TO MAINTAINING RADIO SWARA SEMARANG EXISTENCE IN DIGITAL ERA

Rasendriya Safa Nismara

ABSTRACT

The advent of the digital era brought forth new media, which created a growing media rivalry for the radio industry, one of them is radio swara semarang as a local radio network which began to exist in the digital era. The existence of a radio is not separated from the announcer's role as the image and personality of the radio it represents. The better the performance of an announcer, the image of a radio will also increase and be able to compete in the face of new media in the digital era. The study aims to find out what strategies are made by Swara Semarang radio announcer as the sparehead of the radio in maintaining the existence of the radio it represents. The research method used was a descriptive qualitative method with a constructivist paradigm and the theory of rhetoric by Aristotle. The sampling technique used in this research was purposive sampling with a sample of five Radio Swara Semarang announcers with data collection techniques through structured interviews, participatory observation and documentation.

From the research, it may be concluded that in keeping with the existence of Radio Swara Semarang in the digital era, Swara Semarang's radio announcer has some detail of different strategies according to their characteristics, but all Swara Semarang's radio announcer has a strategy that reflects ethos, logos, and pathos. The announcers imply their strategy by implementing ethics and providing credible and structured information. Next, the announcers present interesting and relevant broadcast topics according to the segmentation of the program they are presenting. The strategy that differentiates radio from other media is that Radio Swara Semarang announcer build close relationships and involve listeners so that two-way communication occurs, even positioning themselves as close friends of the listeners. This creates an impression and characteristic that listeners will not get in other media. With the strategies implemented by the announcers, listener loyalty are increasing to continue listening to Radio Swara Semarang and continue to make Radio Swara Semarang as a source of entertainment and a trusted source of information as proven by Radio Swara Semarang which still exists today. So for further research it is hoped that we can develop research with a wider scope and examine the strategies carried out by other radio station announcers.

Keywords: Announcer Strategy, Radio Existence, Digital Era, Rhetorical Theory

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
HALAMAN PENGESAHAN.....	IV
MOTTO	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
ABSTRAK	X
DAFTAR ISI.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR TABEL	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.4.3 Manfaat Sosial.....	6
1.5 Kerangka Teori.....	6
1.5.1 Paradigma Penelitian.....	6
1.5.2 State of The Art.....	7
1.5.3 Teori Retorika.....	11
1.5.4 Kerangka Konsep.....	13
1.6 Operasional Konsep.....	14
1.6.1 Strategi.....	14
1.6.2 Penyiar.....	15
1.6.3 Eksistensi.....	17
1.6.4 Radio.....	18
1.6.5 Era Digital.....	19
1.7 Metodologi Penelitian.....	21
1.7.1 Tipe Penelitian.....	21
1.7.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	21
1.7.3 Jenis Data.....	23
1.7.4 Sumber Data.....	23
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.7.6 Teknik Analisis Data.....	27
1.7.7 Kualitas Data.....	28
BAB II GAMBARAN UMUM.....	30
2.1 Gambaran Umum Radio Swara Semarang.....	30
2.1.1 Sejarah Radio Swara Semarang.....	30
2.1.2 Visi Misi Radio Swara Semarang.....	32
2.1.3 Alamat dan Logo Radio Swara Semarang.....	32
2.1.4 Program Siaran Swara Semarang.....	33

2.1.5 Platform Siaran dan Media Sosial	38
2.2 Gambaran Umum Penyiar Radio Swara Semarang	42
2.2.1 Penyiar Radio Swara Semarang	42
2.2.2 Karakteristik Penyiar Radio Swara Semarang.....	45
2.3 Komunitas Pendengar Setia Radio Swara Semarang	46
BAB III TEMUAN PENELITIAN	48
3.1 Profil Informan	48
3.2 Deskripsi Data Penelitian	49
3.3 Temuan Data Hasil Wawancara	50
3.3.1 Gaya Siaran	50
3.3.2 Penerapan Nilai Etika Pada Program Acara	52
3.3.3 Penyampaian Informasi Kepada Pendengar	54
3.3.4 Membangun Hubungan Emosional Dengan Pendengar	56
3.3.5 Mengikuti Perkembangan Era Digital	59
3.3.6 Melakukan Siaran <i>Live</i> TikTok	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Ethos	69
4.1.1 Nilai Etika dan Kredibilitas dalam Siaran Radio.....	69
4.1.2 Penerapan Etika dan Kredibilitas ketika Bersiaran	69
4.2 Logos	73
4.2.1 Menyusun Informasi Secara Terstruktur	73
4.2.2 Penyampaian Informasi Kepada Pendengar	74
4.3 Pathos	77
4.3.1 Membangun Hubungan Kedekatan dengan Pendengar.....	77
4.4 Menyesuaikan Siaran dengan Perkembangan di Era Digital.....	81
4.5 Strategi Digitalisasi Media Melalui Siaran <i>Live</i> TikTok	83
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	87
5.3 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konsep	13
Gambar 1.2 Analisis Model Miles dan Huberman	28
Gambar 2.1 Logo Radio Swara Semarang	32
Gambar 2.2 Platform Streaming Website Swara Semarang	38
Gambar 2.3 Streaming Melalui Aplikasi Vidio	39
Gambar 2.4 Streaming Melalui Aplikasi Wow Radio FM	39
Gambar 2.5 Akun Instagram Radio Swara Semarang	40
Gambar 2.6 Akun TikTok Radio Swara Semarang	40
Gambar 2.7 Akun Twitter Radio Swara Semarang	41
Gambar 2.8 Penyiar Swara Semarang	43
Gambar 4.1 Segitiga Retorika	60



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 State Of The Art.....	7
---------------------------------	---



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Eksistensi sebuah industri radio tidak terlepas dari peran para penyiarinya yang menjadi personalitas serta citra dari radio yang diwakilinya. Salah satunya yakni Radio Swara Semarang yang memiliki enam penyiar tetap yang masih aktif bersiaran hingga saat ini. Keenam penyiar tersebut menjadi ujung tombak Radio Swara Semarang di era digital ini. Seperti yang diungkapkan (Nirwana & Purnamasari, 2020) dengan adanya penyiar, tentu dapat menghasilkan lebih banyak hal, mulai dari *positioning* radio, mendapatkan lebih banyak pendengar, dan mencerminkan *branding* radio tersebut. Semakin baik performa penyiar, maka akan semakin meningkatkan citra radio, kualitas manajemen, kerja sama, serta standarisasi siaran suatu radio. Penyiar Radio Swara Semarang ikut berperan penting dalam menarik dan mempertahankan loyalitas para pendengarnya. Loyalitas merupakan bukti audiens yang selalu menjadi pendengar setia, yang memiliki kekuatan dan sikap positif terhadap radio yang menjadi teman setia dalam menyalurkan informasi (Setiawan & Darmastuti, 2021). Penyiar melakukan siaran yang menarik dan mempertahankan loyalitas pendengar agar Radio Swara Semarang tetap eksis di tengah perkembangan teknologi yang lebih canggih dan modern. Penyiar radio perlu memiliki keterampilan dalam mengolah pesan agar persuasif, informatif, dan menghibur.

Penyiar Radio Swara Semarang yang berjumlah enam orang, terdiri dari tiga laki-laki dan tiga perempuan. Keenam penyiar Radio Swara Semarang

tentunya memiliki kemampuan dan karakteristik yang berbeda-beda serta memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing pada saat melakukan siaran. Ada penyiar yang lebih mahir membawakan program acara dengan *request* lagu, ada yang lebih mahir memandu acara *talkshow*, ada penyiar yang cocok diletakkan untuk sesi program curhat karena karakteristiknya menenangkan, ada penyiar yang diletakkan khusus program acara malam karena suka berinteraksi dengan pendengar, dan ada juga penyiar yang karakteristiknya ceria dan cocok untuk membawakan program acara anak muda. Oleh karena itu, para penyiar Radio Swara Semarang disesuaikan dengan kemampuan serta karakteristiknya masing-masing dalam membawakan program acara agar siaran dapat berjalan dengan lancar dan citra radio semakin baik.

Penyiar yang mampu membawakan program acara dengan mengkomunikasikan pesan secara efektif, akan menarik lebih banyak pendengar dan menguntungkan stasiun radio yang menyajikan program acara yang dibawakan oleh penyiar tersebut. Penyiar muda dengan karakteristik yang semangat diletakkan di program acara anak muda, program lagu-lagu Indonesia hits, dan program acara hiburan seperti Selerama, KBMP, Pelangi, Gopass, dan Sroja. Sedangkan penyiar dewasa dengan karakteristik berwibawa dan tenang diletakkan di program acara yang formal dan program acara dengan lagu-lagu kenangan seperti program Acara Gardu Jaga, Tembang Kenangan, dan Wayang.

Sebagai radio lokal Semarang, Radio Swara Semarang memiliki beberapa program acara lokal Jawa. Program acara unggulannya yaitu program adicara Campursari yang disiarkan setiap hari pukul 13.00 - 16.00 WIB. Program adicara

Campursari memutarakan tembang-tembang campursari yang memiliki banyak peminat, sehingga atensi selalu ramai. Berbeda dengan program-program acara lainnya, Campursari lebih sering menggunakan bahasa Jawa, sedangkan program lain cenderung menggunakan bahasa Indonesia dengan aksan Semarangan.

Adanya berbagai macam program acara dengan format acara yang berbeda-beda, membuat para penyiarnya perlu menyesuaikan pembawaan dan gaya bicara mereka dengan program yang dibawakan. Misalnya seperti acara Campursari yang memutarakan lagu-lagu campursari, penyiar perlu membawakan acara dengan semangat dan ceria menggunakan bahasa Semarangan. Sedangkan, di acara Melancong yang memutarakan lagu-lagu keroncong perlu dibawakan dengan intonasi yang bijaksana, halus, dan lemah lembut. Berbeda dengan program acara yang nasional seperti acara Pelangi yang memutarakan lagu-lagu pop Indonesia tahun 80-90an dan menyajikan informasi serta tips seputar keluarga perlu dibawakan dengan formal dan menggunakan bahasa Indonesia yang baku. Oleh karena itu, tidak sembarang orang bisa berperan sebagai penyiar yang baik karena penyiar memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan dalam penyampaian informasi di stasiun radio (Gozali, 2020).

Radio Swara Semarang sendiri berada di gelombang 96.9 FM menyuguhkan media hiburan, informasi, dan edukasi untuk keluarga sejahtera di Kota Semarang dan sekitarnya. Di sisi lain, Radio Swara Semarang FM merupakan radio lokal Semarang yang memiliki visi, salah satunya untuk melestarikan budaya Jawa. Sebagai radio lokal Semarang, Radio Swara Semarang FM memiliki program-program acara yang menyiarkan lagu-lagu Indonesia dan

Jawa dengan gaya siaran yang melokal. Target audiensnya mulai dari rentang usia remaja hingga dewasa, baik pria maupun wanita.

Eksistensi memiliki arti yang berangkat dari kata eksistensi itu sendiri, yakni *existence* yang artinya keberadaan. Dalam kata lain eksistensi merupakan suatu *image* yang sudah dibuat dan harus dibangun dikembangkan untuk bisa menjadi lebih lagi dari sebelumnya. Radio memiliki keunggulan yang berbeda dengan media massa lainnya, yaitu pendengar tetap dapat menikmati dan mendengarkan radio tanpa perlu meninggalkan aktivitas lainnya (Morissan, 2018). Hal tersebut menjadi faktor utama radio menjadi media massa primadona selain karena radio yang memiliki karakteristik akrab dengan pendengar. Namun, pada tahun 2019, lembaga survei Nielsen yang melakukan survei pada sebelas kota besar di Indonesia memaparkan penetrasi radio turun dibandingkan dengan tahun 2016 menjadi 37% dan diikuti oleh meningkatnya penggunaan internet sekitar 44% (Harliantara, 2019). Meskipun hasil survei tersebut menunjukkan bahwa siaran radio masih dapat didengarkan hingga saat ini dan dapat digunakan sebagai pelestarian budaya maupun untuk membagikan informasi dan hiburan, namun seiring dengan keberadaan era digital radio mulai teralihkan (Nuning *et al*, 2023), salah satunya yaitu Radio Swara Semarang.

Perkembangan teknologi yang kian pesat di era digital membuat informasi dapat diakses dengan sangat cepat. Hal tersebut didukung dengan adanya teknologi-teknologi canggih yang menggeser eksistensi media-media konvensional seperti radio yang sempat menjadi primadona pada masanya. Radio merupakan salah satu media komunikasi yang mempunyai keahlian istimewa

dalam menghasilkan foto ataupun rekaan di ruang imajinasi pendengarnya, terlebih lagi cerita itu didukung oleh efek suara (*backsound*) (Hozila, 2014). Lembaga survei Nielsen menyebutkan bahwa pada tahun 2020 industri radio memperoleh porsi pendapatan iklan paling rendah apabila dibandingkan dengan media massa lainnya, seperti televisi, internet, dan media luar. Survei tersebut menunjukkan bahwa kehadiran teknologi di era digital yang lebih canggih membuat radio mengalami penurunan dan pelemahan ekonomi.

Era digital sendiri ditandai dengan digitalisasi yang merupakan penggabungan media komunikasi ke dalam bentuk digital. Seperti yang dikatakan (Adiprasetyo & Wibowo, 2020) bahwa kecenderungan teknologi mengalami perbedaan yang awalnya tidak terkait menjadi lebih terintegrasi ketika berkembang dan mengalami kemajuan, misalnya perpaduan antara teknologi video, telekomunikasi, dan komputer. Kemajuan digital sangat mempengaruhi eksistensi industri media komunikasi.

Harus diakui dalam sepuluh tahun terakhir, *digital broadcasting* sangat *massive* perkembangannya, sehingga radio mengalami diserupsi dari perkembangan teknologi digital. Di sisi lain, diserupsi ini dapat diatasi seperti yang dikatakan oleh Irsan di dalam (Harris, 2022) bahwa perkembangan teknologi saat ini jangan dijadikan sebagai ancaman eksistensi lembaga penyiaran, namun jadikanlah sebuah tantangan yang harus disikapi oleh para konseptor dan pelaku penyiaran. Dengan melakukan digitalisasi penyiaran, radio jadi lebih mudah untuk menarik audiens-audiens baru dan memperluas jangkauan audiens tanpa adanya batasan waktu dan tempat.

Era digital didukung dengan kemajuan teknologi yang pesat dan munculnya konvergensi media-media komunikasi baru yang lebih canggih seperti Twitter, Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, dan masih banyak lagi. Hal ini didukung oleh pendapat (Haqqu, 2020) yang mengungkapkan bahwa konvergensi dipandang sebagai proses perusahaan media yang sebelumnya terspesialisasi dalam satu platform (seperti cetak, radio, televisi, *online*) kini menjadi *multiplatform*. Kemunculan media-media baru yang didukung dengan keberadaan internet memiliki jumlah pengguna yang terus bertambah setiap tahunnya. Di Indonesia, rata-rata pengguna internet terus mengalami peningkatan hingga mencapai 10 juta pengguna (APJI, 2018). Digitalisasi ini kemudian membuat media massa komunikasi semakin dapat diakses lebih mudah menggunakan perangkat seperti *handphone*, laptop, tablet, maupun komputer dimanapun dan kapanpun.

Melihat kini eksistensi media konvensional mulai tergerus oleh teknologi yang canggih di era digital, salah satunya seperti Radio Swara Semarang yang masih bertahan dan para penyiarinya terus melakukan strategi untuk mempertahankan radionya di era digital. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi penyiar selaku citra dan personalitas radio dalam mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang di era digital ini.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi penyiar dalam mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang di era digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana strategi penyiar Radio Swara Semarang dalam mempertahankan eksistensi radionya di era digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat untuk memberikan sumbangan pemikiran dalam disiplin ilmu strategi radio di bidang komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan khususnya bagi mahasiswa maupun seluruh masyarakat yang tertarik dengan eksistensi radio di era digital serta diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi pengelola industri media massa khususnya di kota Semarang.

1.4.3 Manfaat Sosial

Menambah literature kepustakaan bagi mahasiswa dan masyarakat yang membaca mengenai hal yang berkaitan dengan eksistensi radio.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan perspektif atau cara pandang yang digunakan peneliti untuk melihat realita, mempelajari fenomena, serta cara-cara yang digunakan dalam menafsirkan temuan-temuan yang ada.

Menurut (Almas, 2019) paradigma berkaitan dengan pendefinisian, teori, metode, hubungan antara model, serta instrumen yang tercakup di dalamnya. Paradigma mendefinisikan dan membantu menemukan sesuatu yang perlu diteliti dan dikaji, pertanyaan yang harus dimunculkan, cara merumuskan pertanyaan, serta aturan-aturan yang harus diikuti dalam menginterpretasikan jawaban. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme dalam memandang bagaimana strategi penyiar dalam mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang di era digital.

Paradigma konstruktivisme melihat bahwa kenyataan adalah hasil konstruksi dari pemahaman atau kemampuan berpikir seseorang. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme untuk memahami bagaimana penyiar radio dan stasiun radio dapat menjaga eksistensi mereka dalam era digital. Menurut paradigma konstruktivisme ini berorientasi pada pemahaman yang direkonstruksi tentang dunia sosial, dibangun dari pengalaman dan pemaknaan masyarakat (Denzin & Lincoln, 2018).

1.5.2 State of The Art

Peneliti	Kiki Hasanah	Alifta Qiroatul Aini	Ariri Anggraini
Judul	Strategi Radio Citra	Strategi Radio Swara	Strategi Radio Smart
Penelitian	Buana FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era	Kendal Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era	FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan

	Digital	Media Online	Eksistensinya di Era Digital
Universitas	Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	Universitas Negeri Walisongo Semarang	Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Tahun Penelitian	2021	2019	2023
Teori Penelitian	Teori Agenda Setting	Teori Strategi Susan Tyler Eastman	Teori Agenda Setting
Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana strategi Radio Citra Buana Fm dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.	Untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana strategi Radio Swara Kendal Fm yang merupakan Radio Publik Lokal dalam mempertahankan eksistensinya di era media online.	Untuk mengetahui strategi Radio Smart FM Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.
Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukkan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

	<p>bahwa Strategi Radio Citra Buana Fm terletak pada Program Siaran yang disampaikan, serta terletak pada bagaimana cara radio mempertahankan pendengarnya melalui program siaran itu.</p>	<p>penerapan berdasarkan teori strategi Susan Tyler Eastman yang diterapkan di radio swara Kendal FM menurut peneliti belum maksimal, karena penerapan strategi penyimpanan sumber-sumber program seperti penyimpanan sumber daya manusia, perangkat siaran, serta materi program belum berjalan dengan baik.</p>	<p>Strategi Radio Smart FM Pekanbaru terletak pada program siaran yang disampaikan, dan terletak pada bagaimana radio mempertahankan pendengarnya melalui program siaran tersebut.</p>
--	--	---	--

Tabel 1.1 State of The Art

Dari ketiga *state of the art* yang telah disebutkan, ketiganya memiliki kesamaan, yaitu meneliti seputar strategi mempertahankan eksistensi radio di era digital atau era media *online* menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Namun, tentunya dari ketiga penelitian yang ada di dalam *state of the art* ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, mulai dari objek, tujuan, teori, hingga perbedaan hasil.

Pada skripsi yang ditulis oleh Kiki Hasanah yang berjudul “Strategi Radio Citra Buana FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital” memiliki perbedaan dengan objek yang akan peneliti lakukan. Objek yang digunakan oleh Kiki adalah perusahaan Radio Citra Buana sedangkan objek yang digunakan oleh peneliti adalah penyiar Radio Swara Semarang. Kiki lebih meneliti strategi yang dilakukan oleh perusahaan radio, sedangkan peneliti lebih terfokus pada strategi yang dilakukan penyiar radio. Peneliti akan melakukan pembaruan teori, dimana Kiki menggunakan teori *agenda setting* pada penelitiannya, sedangkan peneliti menggunakan teori retorika.

Selanjutnya, terdapat skripsi yang ditulis oleh Aliftha Qiroatul Aini dengan judul “Strategi Radio Swara Kendal FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Media Online”. Subjek pada penelitian ini adalah Radio Swara Kendal, sedangkan peneliti menggunakan subjek penyiar Radio Swara Semarang. Aliftha meneliti strategi mempertahankan eksistensi radio di era media online, sedangkan peneliti meneliti bagaimana strategi yang dilakukan oleh penyiar dalam mempertahankan Radio Swara Semarang di era digital. Peneliti memiliki perbedaan teori dengan skripsi ini. Peneliti menggunakan teori retorika, sedangkan Aliftha menggunakan teori strategi Susan Tyler Eastman.

Ketiga, skripsi berjudul “Strategi Radio Smart FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital” yang ditulis oleh Ariri Anggraini memiliki subjek penelitian yang berbeda dengan peneliti.

Subjek penelitian Ariri adalah Radio Smart FM, sedangkan subjek penelitian peneliti adalah penyiar Radio Swara Semarang. Peneliti menggunakan teori yang berbeda dengan teori yang digunakan pada skripsi Ariri. peneliti menggunakan teori *agenda setting*, sedangkan peneliti menggunakan teori retorika.

1.5.3 Teori Retorika

Teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teori retorika oleh Aristoteles yang digunakan untuk menganalisis strategi penyiar dalam mempertahankan eksistensi radionya. Menurut Aristoteles, retorika adalah kemampuan retorikan untuk mengemukakan sesuatu, dan dalam penyampaiannya tersebut, retorikan dapat memberikan efek persuasif kepada para pendengarnya. Pada awalnya ilmu ini berhubungan dengan persuasi, sehingga retorika adalah seni penyusunan argumen dan pembuatan naskah pidato. (Littlejohn & Foss, 2014).

Dalam retorika, suatu uraian harus singkat, jelas, dan meyakinkan. Teori retorika berpusat pada pemikiran mengenai retorika, yaitu alat persuasi yang tersedia. Terdapat tiga metode persuasi dalam teori retorika Aristoteles, yaitu logika (*logos*) yang mencakup logika dan argumen rasional yang sesuai dengan fakta, emosi (*phatos*) yang mencakup bagaimana pembicara mempengaruhi audiensnya, dan etika (*ethos*) yang mencakup moralitas pembicara. Retorika didefinisikan sebagai *the art of construcing arguments and speechmaking* (seni membangun argumentasi dan seni berbicara). Dalam perkembangannya, dalam (Novela, 2022)

Morissan dan Andy mengatakan bahwa retorika juga mencakup proses untuk menyesuaikan ide dengan orang dan menyesuaikan orang dengan ide melalui berbagai macam pesan (*adjusting ideas to people and people to ideas in messages of all kinds*). Teori retorika Aristoteles berangkat dari dua asumsi utama, yaitu pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak dan pembicara menampilkan bukti ketika bicara.

Terdapat tahapan-tahapan persuasi pada teori retorika Aristoteles atau yang sering disebut sebagai *The Five Canons of Rhetoric*, yaitu :

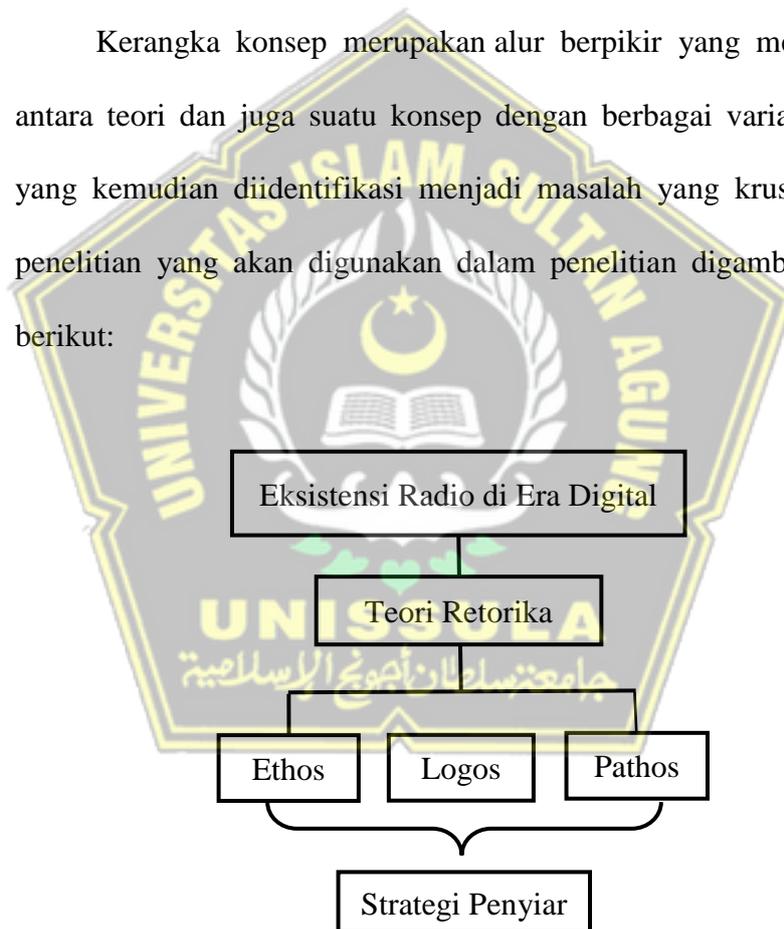
- 1) *Invention* atau penemuan mengacu pada penggalian dan penemuan ide atau gagasan serta penelitian khalayak guna mengetahui metode persuasi yang akan digunakan.
- 2) *Arrangement* atau penyusunan mengacu pada pengorganisasian ide atau gagasan menjadi pesan.
- 3) *Style* atau gaya mengacu pada pemilihan kata-kata atau bahasa yang tepat.
- 4) *Delivery* atau penyampaian mengacu pada penyampaian pesan secara lisan oleh retor atau pembicara.
- 5) *Memory* atau daya ingat mengacu pada kemampuan retor atau pembicara untuk mengingat apa yang akan disampaikan kepada khalayak.

Dalam praktiknya, penyiar radio dapat menerapkan teori retorika Aristoteles dengan memperhatikan bagaimana mereka membangun ethos

mereka sebagai pembicara yang kredibel, menggunakan pathos untuk menarik emosi pendengar, dan menyusun argumen yang kuat dengan logos. Selain itu, penggunaan bahasa dan gaya berbicara yang tepat juga penting untuk memperkuat pesan yang disampaikan kepada audiens radio mereka.

1.5.4 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan alur berpikir yang menghubungkan antara teori dan juga suatu konsep dengan berbagai variabel penelitian yang kemudian diidentifikasi menjadi masalah yang krusial. Kerangka penelitian yang akan digunakan dalam penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Konsep

1.6 Operasional Konsep

1.6.1 Strategi

Kata strategis secara etimologis berasal dari kata Strategos dalam bahasa Yunani yang terbentuk dari kata *stratos* atau tentara dan kata *ego* atau pemimpin. Strategi merupakan istilah yang sering diidentikkan dengan “taktik”. Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai suatu sasaran dalam tujuan (Habib & Risnawati, 2019). Dalam berbagai konteks, strategi mengacu pada cara seseorang dalam merencanakan dan mengelola sumber daya mereka untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu. Dengan demikian, strategi melibatkan perencanaan, penentuan tujuan, dan penggunaan sumber daya untuk mencapai keunggulan kompetitif dan mencapai tujuan

Strategi dimulai dengan menetapkan tujuan yang spesifik. Tujuan yang ditetapkan dapat bersifat jangka pendek atau jangka panjang serta mampu menjadi fokus utama dalam perumusan strategi. Strategi melibatkan pemahaman yang mendalam terhadap lingkungan internal maupun eksternal. Hal ini mencakup analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan. Strategi perlu dievaluasi secara berkala untuk memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil sesuai dengan rencana. Pemantauan terus-

menerus membantu mengidentifikasi perubahan yang diperlukan dan mengukur kemajuan terhadap tujuan.

Strategi dan rencana bukanlah hal yang sama. Meskipun memiliki definisi yang berbeda, strategi dan rencana merupakan sebuah satu kesatuan. Apabila strategi tidak memiliki rencana, maka tidak akan berjalan dengan sempurna. Dalam (Bakiyah *et al*, 2022) Roeslan Roesady mengatakan Ahmad S. Adnanputra, M.A, M.S, pakar Humas dalam naskah workshop berjudul PR Strategy, menjelaskan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*) sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.

1.6.2 Penyiar

Menurut Budiana dalam (Yudono *et al*, 2020) profesi penyiar memiliki kaitan yang sangat erat dengan aktivitas komunikasi. Aktivitas berbicara merupakan bentuk nyata kemampuan seseorang menyampaikan kehendaknya. Masih dalam (Yudono *et al*, 2020) yang mengatakan bahwa hal serupa diungkapkan oleh Darsono yang mengungkapkan pendapatnya tentang berbicara sebagai proses manusia menuturkan kehendak di dalam dirinya kepada orang lain atau orang di luar dirinya, dengan memanfaatkan suara dan telinga sebagai pemberi dan penerima pesan. Penyiar adalah seseorang yang bertugas untuk menyebarkan suatu informasi yang terjamin akurasiya dengan mengandalkan radio

dan televisi atau lainnya sebagai media massa dengan tujuan untuk diketahui oleh pendengar, dilaksanakan, dituruti, dan dipahami.

Penyiar radio selalu berinteraksi dengan sekelompok masyarakat. Sekelompok masyarakat ini merupakan para pendengar siaran yang berinteraksi dengan penyiar melalui gelombang radio. Seorang penyiar dituntut menjadi sosok yang mampu menjadi panutan, memiliki sopan santun, dan tutur kata yang bagus. Hal tersebut sangat penting bagi seorang penyiar karena apapun yang diucapkan oleh penyiar akan didengarkan oleh banyak orang.

Terdapat tujuh peran penyiar yang harus diterapkan pada media radio, Pertama *personality*, kedua, suara dan tata wicara, ketiga, penampilan fisik, keempat, edukasi dan pengalaman, kelima, kesehatan, kebugaran dan daya tahan, keenam, penguasaan teknik menyiar, ketujuh, teknik berkomunikasi (Surahmanto, 2017). Penyiar harus memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam menjalankan profesinya, sebab sejatinya ia merupakan ujung tombak sebuah penyiaran radio, karena suara penyiarlah yang nantinya akan dinikmati oleh pendengar. Penyiar radio dituntut untuk selalu tahu akan banyak hal di berbagai bidang. Selain itu, penyiar perlu memiliki kepekaan terhadap peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitarnya agar dapat memiliki topik pembicaraan yang luas.

1.6.3 Eksistensi

Dalam kamus lengkap bahasa Indonesia, dijelaskan bahwa eksistensi artinya keberadaan, keadaan, adanya. Eksistensi berasal dari bahasa latin *existere* yang artinya “muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan aktual”. *Existere* disusun dari *ex* yang artinya “keluar” dan *sistere* yang artinya “tampil” atau “muncul”. Berdasarkan arti tersebut, dapat disimpulkan bahwa eksistensi adalah suatu keberadaan atau keadaan kegiatan usahanya masih ada dari dulu hingga sampai sekarang dan masih diterima oleh lingkungan masyarakat perawang, dan keadaannya tersebut lebih dikenal atau lebih eksis dikalangan masyarakat.

Menurut Heideggard “*Das wesen des daseins liegh in seiner Existenz*”, *da-sein* adalah tersusun dari *dad an sein*. *Da* berarti disana. *Sein* berarti berada. Dengan demikian manusia sadar dengan tempat atau keberadaannya. Eksistensi merujuk pada keberadaan sesuatu atau seseorang dalam dunia atau kenyataan. Istilah ini sering kali digunakan untuk menyatakan bahwa sesuatu ada atau nyata. Selain merujuk pada keberadaan seseorang atau sesuatu, eksistensi juga dapat merujuk pada keberadaan fisik objek atau keberadaan abstrak seperti gagasan atau konsep. Eksistensi pada penelitian ini merujuk pada keberadaan sebuah media massa konvensional, yaitu radio. Eksistensi radio sempat menjadi primadona pada masanya karena menjadi media massa yang menyebarkan informasi aktual juga merupakan sebuah hiburan. Namun

dengan kehadiran media massa baru yang lebih canggih, eksistensinya mulai bergeser dan meredup.

1.6.4 Radio

Radio salah satu media komunikasi modern yang mempunyai keahlian istimewa dalam menghasilkan foto ataupun rekaan di ruang imajinasi pendengarnya, terlebih lagi cerita itu didukung oleh efek suara (*background*) (Hozila, 2014). Radio merupakan salah satu alat komunikasi konvensional yang masih eksis saat ini. Radio dikenal dengan sifat dan karakteristiknya yang berbeda dengan media massa lainnya, yaitu keramahan. Keramahan yang dimaksud adalah adanya komunikasi dua arah antara penyiar dengan pendengar.

Penemuan radio diatributkan pada Guglielmo Marconi pada akhir abad ke-19. Radio menjadi alat komunikasi yang sangat penting pada awal abad ke-20 dan memainkan peran kunci dalam berbagai peristiwa sejarah, termasuk komunikasi selama perang dunia. Radio memiliki berbagai fungsi, termasuk penyiaran berita, hiburan, edukasi, serta menyediakan platform untuk iklan dan promosi. Stasiun radio dapat memiliki berbagai format, termasuk musik, berita, wacana, olahraga, dan lainnya. Format ini mencerminkan target audiens dan tujuan stasiun radio tersebut.

Radio sering dianggap sebagai media yang dapat menjangkau audiens di tingkat lokal maupun global. Stasiun radio lokal dapat memberikan informasi dan hiburan yang relevan dengan komunitas

setempat, sementara stasiun radio internasional dapat mencapai pendengar di seluruh dunia. Seiring dengan adanya perkembangan teknologi, radio telah mengalami transformasi. Selain siaran konvensional melalui gelombang elektromagnetik, kini banyak stasiun radio menyediakan siaran yang dapat didengarkan secara *streaming* melalui akses internet. Seperti yang dikatakan (Lathifah & Ismandianto, 2021) bahwa radio merupakan salah satu media massa yang turut merambah ke dunia digital. Radio streaming memudahkan pendengar untuk dapat mendengarkan siaran radio secara global kapan saja dan di mana saja. Dengan dapat didengarkan secara streaming, radio akan dapat kembali digemari oleh berbagai kalangan umur. Jenderal Kominfo, Niken, dalam (Dhamayanti, 2019) melihat potensi radio sebagai sarana untuk memastikan kebenaran berita sesuai dengan faktanya secara cepat.

1.6.5 Era Digital

Era digital merupakan zaman dimana terjadi adanya sebuah konversi yang awalnya dari analog kemudian berubah menjadi digital yang bisa disebut juga dengan proses digitalisasi. Digitalisasi dapat terjadi karena adanya bantuan dari teknologi dan data digital melalui sistem operasional yang otomatis dan terkomputerisasi. Selain itu, digitalisasi dapat diartikan sebagai meningkatnya ketersediaan data digital yang dimungkinkan oleh kemajuan dalam menciptakan, mentransfer, menyimpan, menganalisis data digital, dan memiliki potensi untuk

menyusun, membentuk, dan mempengaruhi dunia kontemporer (Brennen & Kreiss, 2016).

Era digital digambarkan dengan kondisi teknologi yang semakin berkembang dengan cepat dan serba canggih. Teknologi mengalami kemajuan yang luar biasa dan telah berhasil merambah ke berbagai aspek kehidupan di seluruh dunia. Dapat dikatakan bahwa di era digital ini, hampir segala sesuatu dapat diakses dengan mudah menggunakan internet tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Kehadiran era digital menciptakan tantangan dan peluang baru dalam industri media, mempengaruhi bagaimana suatu cara konten atau program acara diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh masyarakat. Seperti yang dikatakan (Lestari, 2024) bahwa perkembangan teknologi yang pesat mendorong para pelaku bisnis untuk mencari celah agar tetap relevan dalam era digital. Hal ini memicu para industri media berbondong-bondong melakukan digitalisasi media dan digitalisasi penyiaran supaya tetap eksis di era digital ini. Transformasi digital merupakan strategi yang dapat diambil suatu perusahaan media dalam menyesuaikan diri dengan adanya perkembangan teknologi di era digital ini (Maharani *et al*, 2022). Industri media yang awalnya hanya memproduksi siarannya atau medianya dengan mencetak atau melalui sistem analog, kini dapat memproduksi siarannya melalui media digital yang akan menjangkau lebih banyak audiens.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Pada penelitian mengenai strategi penyiar yang mempertahankan kualitas radionya di era digital, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati (Djamal, 2015) . Metode kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan, berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang terdapat di masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas tersebut ke permukaan sebagai sifat, karakter, atau gambaran mengenai kondisi, situasi, dan fenomena tertentu (Rianto, 2020).

Penelitian ini mengulas bagaimana pengaruh strategi yang dilakukan penyiar dalam mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang di era konvergensi. Pendekatan ini akan membantu peneliti dalam mengumpulkan data yang akan ditelusuri melalui observasi partisipatif dimana peneliti juga merupakan bagian dari penyiar Radio Swara Semarang, wawancara terstruktur, serta melalui dokumentasi.

1.7.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah para penyiar Radio Swara Semarang. Pengambilan informan akan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. (Moleong, 2017) mengatakan bahwa dalam

penelitian kualitatif, pengampilan sampel tidak dilakukan secara acak tetapi menggunakan sampel bertujuan (*purposive sampling*). Dengan menggunakan teknik ini, peneliti memilih informan yang paling sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh para penyiar untuk mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang di era digital. Peneliti menentukan klasifikasi informan sebagai berikut:

1. Merupakan penyiar tetap Radio Swara Semarang yang masih aktif bersiaran. Peneliti memilih informan yang merupakan penyiar tetap Radio Swara Semarang yang masih aktif bersiaran dikarenakan menyesuaikan dengan permasalahan yang ada di dalam penelitian ini agar mendapatkan data yang akurat dan relevan.
2. Memiliki pengalaman bersiaran di Radio Swara Semarang lebih dari tiga tahun lamanya. Peneliti menentukan batas lama pengalaman bersiaran dikarenakan semakin lama bersiaran maka akan semakin memahami bagaimana strategi bersiaran i supaya mampu memperluas jangkauan audiens dan mendapatkan audiens-audiens baru di era digital ini.
3. Berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dengan rentang usia 21-55 tahun. Peneliti memilih rentang usia tersebut karena usia tersebut dianggap sudah mampu memahami digitalisasi dan berpikir logis.

Objek penelitian merupakan hal yang menjadi pokok persoalan dalam suatu penelitian (Pratiwi, 2020). Objek pada penelitian ini adalah pengaruh strategi penyiar dalam mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang di era digital.

1.7.3 Jenis Data

Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang hanya dapat diukur secara tidak langsung (Hadi, 2015). Jenis data kualitatif menyajikan data yang berbentuk kata, lebih mirip suatu ciri daripada sekumpulan angka karena data kualitatif bersifat non-numerik. Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, (Jaya, 2020) menyatakan bahwa, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara menyeluruh terhadap suatu objek. Jenis data ini biasanya digunakan untuk menentukan frekuensi suatu karakteristik.

Penelitian kualitatif menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya (Moleong, 2017). Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan yang diteliti, dibentuk dengan kata-kata atau gambaran.

1.7.4 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata, dan tindakan. Menurut Lofland dalam (Moleong, 2017) data lainnya yang dapat mendukung adalah dokumen dan lain-lain. Sumber data dalam

penelitian kualitatif berupa rangkaian kata-kata dan tindakan karena penelitian kualitatif bersifat non-numeri.

Adapun menurut (Siswantoro, 2020) mengatakan bahwa data adalah sumber informasi yang akan diseleksi sebagai bahan analisis. Sumber data merujuk pada tempat atau sumber informasi dari mana data dapat diperoleh atau dikumpulkan. Data sendiri adalah fakta atau informasi yang dapat diukur atau dihitung dan biasanya digunakan untuk analisis atau pengambilan keputusan. Sumber data dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu :

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber primer seperti wawancara dan dokumentasi. Data ini merupakan sumber yang khusus dikumpulkan untuk tujuan penelitian tertentu. Data primer memiliki tingkat keakuratan yang tinggi sehingga memerlukan analisis dan pengolahan untuk memperoleh informasi. Data primer yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah dokumen hasil wawancara langsung dengan penyiar Radio Swara Semarang dan dokumentasi selama proses wawancara.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber informasi yang disediakan untuk tujuan tertentu dan tidak asli atau sudah diolah sebelumnya. Data sekunder dapat digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian dan biasanya berbentuk grafik, bagan, atau tabel. Data sekunder memiliki

kelebihan dan juga kekurangan, seperti mudah diperoleh dan membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk mengklasifikasikan masalah dan membuat data, serta sulit untuk dipahami.

Selain data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan data sekunder guna mendukung penelitian ini. Data sekunder yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

a) Wawancara

Wawancara merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan kepada orang lain baik secara langsung ataupun melalui teknologi yang sudah tersedia (Alaslan, 2021). Dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur yang dilakukan menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan serta pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan pandangan terkait masalah yang diteliti dan meminimalisir adanya kebiasaan data. Selain itu, wawancara terstruktur juga dapat membandingkan jawaban antara satu informan dengan informan lainnya secara efektif.

b) Observasi

Dalam melakukan penelitian diperlukan data pendukung, maka peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif untuk memperoleh data yang lebih lengkap dan absah. Observasi partisipatif merupakan teknik pengumpulan data dengan membuat kedekatan secara mendalam dengan kelompok dari objek yang diteliti. Peneliti berinteraksi dengan anggota lain dari kelompok secara bebas, berpartisipasi dalam aktivitas mereka (Qotrun, 2020). Peneliti menempatkan diri sebagai bagian dari objek yang sedang diteliti karena peneliti merupakan bagian dari Penyiar Radio Swara Semarang. Peneliti juga sering berinteraksi secara bebas bahkan melakukan siaran bersama-sama dengan penyiar lainnya, sehingga peneliti memahami bagaimana karakter, gaya siaran, serta strategi penyiar dalam mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang di era digital.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses memperoleh data dan informasi melalui buku, arsip, dokumen, catatan tertulis, dan gambar yang ada dalam bentuk laporan dan informasi yang relevan untuk mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan sebagai pelengkap temuan penelitian. Dokumentasi gambar atau artikel yang relevan dari penelitian sebelumnya akan memperkuat hasil penelitian.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data. Analisis data merupakan langkah penting dalam mengubah data mentah menjadi informasi berguna. Teknik analisis data terdiri dari proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, hingga satuan uraian dasar.

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang akan digunakan adalah metode yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. (Ahmad & Muslimah, 2021) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Proses dalam menganalisis data menurut Miles dan Huberman meliputi :

a) Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis yang ada di lapangan. Reduksi data merupakan jenis analisis yang digunakan untuk mengklasifikasikan, mengarahkan, menghilangkan informasi yang kurang relevan, dan menyusun data.

b) Penyajian Data

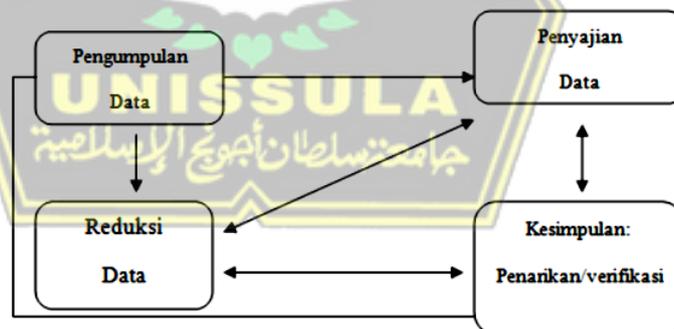
Penyajian data merupakan proses mengemas data secara visual agar lebih mudah dipahami. Data dapat direpresentasikan dalam format berbeda, bergantung pada tipe datanya tabel, diagram, atau grafik.

c) Verifikasi Data

Verifikasi data merupakan proses penelitian yang meliputi pengujian dan verifikasi dari hasil penelitian untuk memastikan keakuratan dan konsistensi dari kesimpulan yang diperoleh. Tujuannya untuk memastikan bahwa data yang diperoleh akurat dan memberikan wawasan yang valid tentang fenomena yang diinvestasikan

d) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat singkat dan padat agar mudah dipahami. Penarikan kesimpulan dilakukan selama proses penelitian berlangsung seperti halnya proses reduksi data, setelah data terkumpul maka akan diambil kesimpulan sementara, dan setelah data benar-benar lengkap maka akan diambil kesimpulan akhir.



Gambar 1.2 Analisis Model Miles dan Huberman

1.7.7 Kualitas Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji kredibilitas dan mengurangi kebiasaan data dalam penelitian adalah metode triangulasi data. Menurut (Wijaya, 2018) triangulasi data

merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Metode triangulasi data juga memiliki beberapa jenis, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu

Dalam penelitian ini digunakan metode triangulasi sumber yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber data. Misalnya melalui hasil wawancara, hasil observasi, atau mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.



BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Gambaran Umum Radio Swara Semarang

2.1.1 Sejarah Radio Swara Semarang

Radio Swara Semarang 96.9 FM merupakan stasiun radio yang disiarkan langsung dari studio yang bertempat di Gajahmada Hall Lt.2 Bukitsari, Semarang. Radio 96.9 Swara Semarang mengudara selama 21 jam setiap harinya, yaitu siaran dimulai pada pukul 05.00 WIB hingga pukul 02.00 dini hari. Sebagai media hiburan, informasi, dan edukasi Radio Swara Semarang berperan penting bagi keluarga sejahtera di Kota Semarang dan sekitarnya.

Berawal dari PT. Radio Mahkota Cendrawasih yang memiliki latar belakang dan ketertarikan di bidang radio. Pada tahun 16 Juni 1975, Hendro Purnomo Hadi mendirikan stasiun radio yang bernama Radio Cendrawasih di frekuensi 14.85 AM yang berada di Jalan Singosari. Pada Tahun 1983, PT Radio Mahkota Cendrawasih resmi tercatat sebagai anggota PRSSNI dengan nomer 251-IX/1983.

Perubahan besar terjadi pada radio Cendrawasih di tahun 1987. Tidak hanya frekuensi radio saja yang berubah dari 14.85 AM menjadi 82.8 AM, melainkan terjadi pergantian nama radio menjadi Radio Swara Semarang. Radio ini fokus melayani keluarga di Semarang dengan program-program yang erat dengan gaya Semarangan.

Lima tahun kemudian, Radio Swara Semarang berpindah frekuensi menjadi 82.8 AM sekaligus memindahkan lokasi studio lama yang berada di daerah Banyumanik menuju studio baru di Jalan Sendangsari Utara IX/141 Semarang. Seiring dengan tujuan peningkatan kualitas, tanggal 27 Mei 1999 Radio Swara Semarang beralih ke jalur FM dan bersiaran di frekuensi 99.8 FM. Tanggal tersebut kemudian ditetapkan menjadi hari ulang tahun Radio Swara Semarang.

Berdasarkan keputusan pemerintah mengenai penataan ulang frekuensi radio di tahun 1994, Radio Swara Semarang berganti frekuensi baru menjadi 96,9 FM hingga saat ini. Pada tahun 2006, Radio Swara Semarang berpindah lokasi ke Jalan Bukit Putri No. 3 yang dimana pada tahun 2011, Radio Swara Semarang berpindah lokasi lagi ke Jalan Bukit Puncak 2 No. 7, Bukit Sari, Semarang hingga saat ini.

Radio Swara Semarang merupakan salah satu radio lokal yang dikenal sebagai radio keluarga sejahtera yang ada di bawah naungan Gajahmada Group bersama Radio Imelda dan Radio Gajahmada. Radio Swara Semarang memiliki slogan “Kami ada untuk keluarga anda” dengan maksud bertekad untuk menjadi teman keluarga di daerah Semarang dan sekitarnya dengan menyajikan program yang turut melestarikan budaya Jawa, sekaligus menghibur dan informatif. Selain bertujuan untuk memberi informasi dan edukasi, Radio Swara Semarang juga bertujuan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada keluarga sejahtera di Kota Semarang dan sekitarnya. Program siaran

dikemas dengan apik, kreatif, dan menarik. Radio Swara Semarang memiliki target audiens dengan rentang usia remaja hingga dewasa, baik pria maupun wanita dengan status sosial menengah ke bawah.

2.1.2 Visi Misi Radio Swara Semarang

Radio Swara Semarang memiliki visi menjadi media pendidikan, informasi, dan hiburan yang membangun bagi masyarakat serta melestarikan budaya Jawa. Sedangkan misi yang dimiliki oleh Radio Swara Semarang yaitu memberikan pelayanan yang maksimal bagi pendengarnya sekaligus mengambil peran dalam pelestarian budaya Jawa melalui program siarannya. Dengan visi misi yang diusung, Radio Swara Semarang mengemas program siarannya dengan format yang kreatif dan menarik agar menjaga eksistensi budaya Jawa di era modern ini.

2.1.3 Alamat dan Logo Radio Swara Semarang

Radio Swara Semarang 96.9 FM terletak di Jalan Bukit Puncak 2 No. 7, Bukit Sari, Semarang. Studio Radio Swara Semarang lebih tepatnya berada di Gedung Gajahmada Hall lantai 2 bersama dengan dua radio lainnya yang juga sama-sama berada di bawah naungan Gajahmada Group, yaitu Radio Gajahmada dan Radio Imelda.



Gambar 2.1 Logo Radio Swara Semarang

Gambar di atas merupakan logo resmi Radio Swara Semarang 96.9 FM sejak tahun 1999 hingga saat ini yang digunakan sebagai lambang dan identitas Radio Swara Semarang setelah beranti frekuensi. Sesuai dengan *grand design* dan *color pallete* yang digunakan, Radio Swara Semarang menggunakan perpaduan warna kuning, merah, dan hijau pada logo. Merah menandakan keramaian dan menarik perhatian. Kuning menandakan keramahan, keharmonisan, serta keceriaan. Sementara warna hijau mengartikan kesejahteraan.

2.1.4 Program Siaran Swara Semarang

Program siaran Radio Swara Semarang 96.9 FM dikemas ke dalam bentuk hiburan dan informasi konten lokal yang berwawasan global. Program siaran yang dibawakan tentunya banyak mengusung budaya lokal Jawa sebagai bentuk melestarikan kebudayaan lokal dan menjaga eksistensi budaya lokal di era modernisasi. Radio Swara Semarang memiliki berbagai macam format musik, yaitu musik pop persada 70-90an dan *new entry*, campursari, dangdut, *remix*, serta religi. Program siaran yang terdapat di Radio Swara Semarang adalah sebagai berikut,

1. Mimbar Agama

Program ini menjadi program yang selalu disiarkan paling awal sebelum memulai siaran lainnya yang disiarkan mulai dari pukul 05.00 - 06.00 WIB. setiap hari Senin hingga Sabtu menyiarkan Mimbar Agama Islam disiarkan . Sedangkan di hari Minggu menyiarkan Mimbar Agama Kristen. Program ini memutarakan ceramah dan khotbah serta memutarakan musik-musik religi.

2. Gopass

Program ini mengudara setiap hari setelah Mimbar Agama, yaitu di pukul 06.00 - 08.00 WIB. Gopass atau Goyang Pagi Swara Semarang memutarakan musik-musik rancak dan remix guna membangun serta meningkatkan semangat para pendengar untuk mulai beraktivitas di pagi hari. Sembari memutarakan lagu, penyiar juga menyapa para pendengar dengan nada semangat agar pendengar tidak mengantuk.

3. Pelangi

Program Pelangi disiarkan setiap hari Senin hingga Sabtu pada pukul 08.00 - 11.00 WIB. Program ini memutarakan lagu-lagu Indonesia tahun 90an dan memberikan informasi serta tips-tips seputar kehidupan dengan pembawaan penyiar yang tenang menggunakan bahasa formal. Cocok untuk menemani aktivitas di pagi hari.

4. MMP

MMP atau Musik Minggu Pagi hanya mengudara setiap hari Minggu saja pada pukul 07.00 - 09.00 WIB memutarakan musik-musik

pop Indonesia. Dibawakan dengan santai dan formal untuk didengarkan pagi hari sembari makan pagi.

5. MMS

MMS atau Musik Makan Siang mengudara setiap hari Senin hingga Sabtu pukul 11.00 - 13.00 WIB sebagai peneman makan siang yang memutar lagu-lagu pop Indonesia dari tahun 2000 hingga lagu-lagu Indonesia terbaru. Pendengar dan penyiar dapat berinteraksi dengan mengirimkan salam atau sekedar menanggapi topik siaran yang dibawakan oleh penyiar.

6. Campursari

Campursari merupakan salah satu program siaran Swara Semarang yang paling ramai dan digemari oleh para pendengar dengan rentang usia dewasa. Program ini mengudara setiap hari mulai puku 13.00 hingga 16.00 WIB. Para pendengar dapat mengirimkan salam dan berinteraksi dengan penyiar. Campursari memiliki tagline “Cucok Karo Hawane” yang artinya waktunya mendengarkan Campursari sembari meneduh dan bersantai sejenak di siang hari yang hawanya panas..

7. Melancong

Melancong atau Melodi Langgam Keroncong disiarkan setiap hari Rabu pada pukul 18.00 - 20.00 WIB dan hari Minggu pada pukul 11.00 - 13.00 WIB. Program ini memutar lagu-lagu keroncong, langgam, dan stambul sesuai *request* dari para pendengar dan membuat suasana menjadi teduh dengan alunan musik keroncongan.

8. Musasi

Musasi atau Musik Senggol Sana Senggol Sini mengudara setiap hari pukul 16.00 - 17.00. Memutar lagu-lagu dangdut sembari memberikan sekilas info seputar lagu yang sudah diputarkan. Cocok didengarkan untuk tetap semangat meskipun hari sudah sore sesuai dengan *tagline*-nya “Sing paling manteb senggolane”.

9. Tombo Ati

Setelah mendengarkan dangdut, Program acara Tombo Ati hadir untuk menyejukkan hati, jiwa, raga, dan pikiran para pendengar dengan memutar lagu-lagu islam serta membawakan topik pembahasan seputar agama islam sembari menunggu waktu sholat maghrib. Tombo Ati mengudara setiap hari pada pukul 17.00 -18.00 WIB

10. Selerama

Selerama atau Selera Muda Swara Semarang ditargetkan untuk anak-anak muda dengan memutar lagu-lagu Indonesia *hits new entry* dari tahun 2020 - 2024. Selerama disiarkan setiap hari kecuali hari Rabu dan Kamis pada pukul 18.00 - 20.00 WIB. Sesuai dengan *tagline*-nya “Memang dunianya anak muda” selama dua jam memutar musik-musik *new entry*, akan ada sesi sapa dan salam dilanjut dengan berbincang ringan seputar hal-hal yang *ter-up-to-date*.

11. KBMP

KBMP atau Kilas Balik Musik Persada yang memiliki *tagline* “Memutar kembali perjalanan musik Indonesia” memutar lagu-lagu

Indonesia tahun 2000an, mulai dari tahun 2000 - 2013. KBMP mengudara setiap hari Senin dan Minggu pada pukul 20.00 - 22.00 WIB. Pendengar bebas request judul lagu sesuai dengan format lagu yang sudah ditentukan dan program ini juga menyampaikan diskografi, biografi, maupun berita atau fakta seputar lagu atau penyanyi yang diputarkan pada hari tersebut.

12. Sroja

Sroja atau Slow Rock Aja mengudara setiap hari Selasa dan Jumat setelah Program Acara Selerama pada pukul 20.00 - 22.00. Sroja memutar lagu-lagu slow rock Indonesia dan Melayu serta menyampaikan diskografi ringan seputar lagu yang sudah diputarkan.

13. Gardu Jaga

Gardu Jaga merupakan program siaran yang mengakhiri siaran pada hari tersebut. Mengudara setiap hari kecuali hari Rabu pada pukul 22.00 - 02.00 WIB. Cocok sebagai peneman begadang atau penghantar tidur. Format lagu yang diputar yaitu tembang kenangan tahun 60-70an dan lagu campursari.

14. Wayang

Program Siaran Wayang khusus diputarkan setiap hari Rabu pada pukul 22.00 - 05.00 WIB. Menyiarkan cerita-cerita pewayangan yang berbeda-beda setiap minggunya.

15. Curhat

Curhat mengudara spesial setiap hari Sabtu pada pukul 20.00 - 22.00 WIB. Format musik pop Indonesia tahun 2000 - 2024 dan mendengarkan curhatan dari para pendengar. Pendengar dapat menyampaikan keluh kesah via telepon atau WhatsApp untuk mendapatkan solusi dari penyiar maupun pendengar lainnya. Privasi terjaga karena nama akan disamarkan. Cocok untuk peneman malam minggu agar hati tidak gundah gulana.

16. Dunak

Dunak atau Dunia Anak hanya mengudara setiap hari Minggu pukul 09.00 - 10.00 WIB. Program acara ini dikhususkan untuk ibu dan anak. Memutarakan lagu-lagu anak selama satu jam.

17. Hits Persada

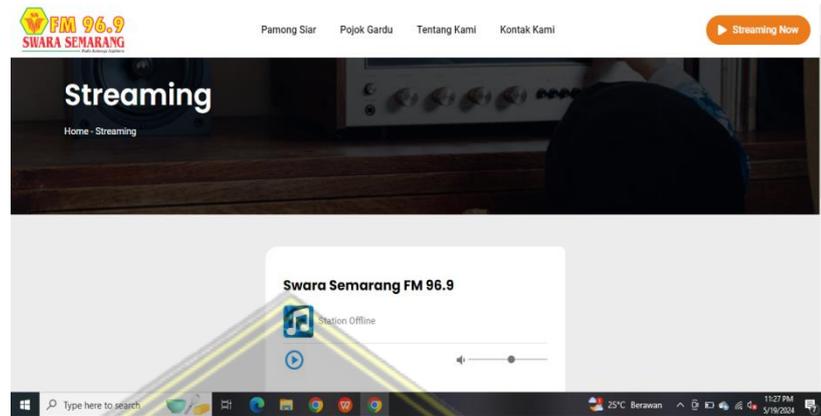
Hits Persada mengudara setiap hari Minggu pukul 10.00 - 11.00 WIB. Menyampaikan informasi peringkat lagu mingguan dan memutarakan lagu-lagu pop Indonesia *new entry*.

2.1.5 Platform Siaran dan Media Sosial

2.1.5.1 Platform Siaran

Radio Swara Semarang memiliki beberapa platform dari radio hingga digital untuk didengarkan secara streaming. Hal ini sebagai bentuk konvergensi media agar Radio Swara Semarang dapat didengarkan lebih luas dimanapun dan kapan pun. Radio Swara Semarang dapat didengarkan secara streaming melalui

platform digital di antaranya melalui website resmi Swara Semarang, aplikasi Vidio, dan aplikasi Wow Radio.



Gambar 2.2 Platform Streaming Website Swara Semarang

Gambar di atas merupakan website streaming resmi Radio Swara Semarang. Cukup dengan mencari link <https://radioswarasemarangfm.co.id/streaming/> maka sudah akan langsung diarahkan menuju website resmi Swara Semarang. Website ini menyiarkan secara langsung Radio Swara Semarang dengan gelombang 96.9 FM yang dapat didengarkan dimanapun dan kapan pun. Selain menyajikan streaming, website resmi Radio Swara Semarang juga menyajikan data pamong siar, pojok gardu, jadwal program acara, dan juga sekilas informasi seputar Radio Swara Semarang.



Gambar 2.3 Streaming Melalui Aplikasi Vidio

Gambar di atas merupakan streaming Radio Swara Semarang melalui aplikasi Vidio. Selain dapat mendengarkan streaming Radio Swara Semarang, pendengar juga bisa memberikan komentar atau berinteraksi di kolom komentar bersama pendengar lainnya. Aplikasi Vidio juga dapat streaming berbagai radio dan menonton film serta siaran televisi.



Gambar 2.4 Streaming Melalui Aplikasi Wow Radio

Wow Radio juga merupakan platform digital yang dapat digunakan untuk mendengarkan Radio Swara Semarang secara streaming. Wow Radio merupakan aplikasi khusus untuk

mendengarkan radio secara streaming dan juga menyajikan informasi seputar tanggal konser dan acara musik.

2.1.5.2 Media Sosial

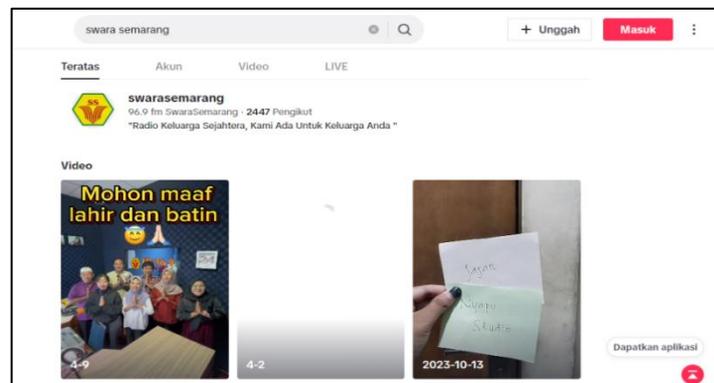
1. Instagram



Gambar 2.5 Akun Instagram Radio Swara Semarang

Gambar di atas adalah gambar akun sosial media Instagram Radio Swara Semarang yang aktif hingga saat ini. Banyak informasi yang diunggah melalui feeds maupun story dan juga dapat berinteraksi dengan pendengar maupun dengan produser musik serta para penyanyi.

2. Tiktok



Gambar 2.6 Akun TikTok Radio Swara Semarang

Gambar di atas merupakan akun sosial media TikTok Radio Swara Semarang yang aktif digunakan untuk mengunggah konten-konten yang menghibur. Selain itu, pendengar juga dapat menyaksikan atau berinteraksi bersama penyiar ketika penyiar melakukan *live streaming* di TikTok.

3. Twitter



Gambar 2.7 Akun Twitter Radio Swara Semarang

Gambar di atas merupakan gambar akun media sosial Twitter Radio Swara Semarang. Twitter digunakan untuk berinteraksi dengan pendengar, produser musik, ataupun para penyanyi dan juga membagikan playlist yang diputarkan pada program acara Selerama.

2.2 Gambaran Umum Penyiar Radio Swara Semarang

2.2.1 Penyiar Radio Swara Semarang

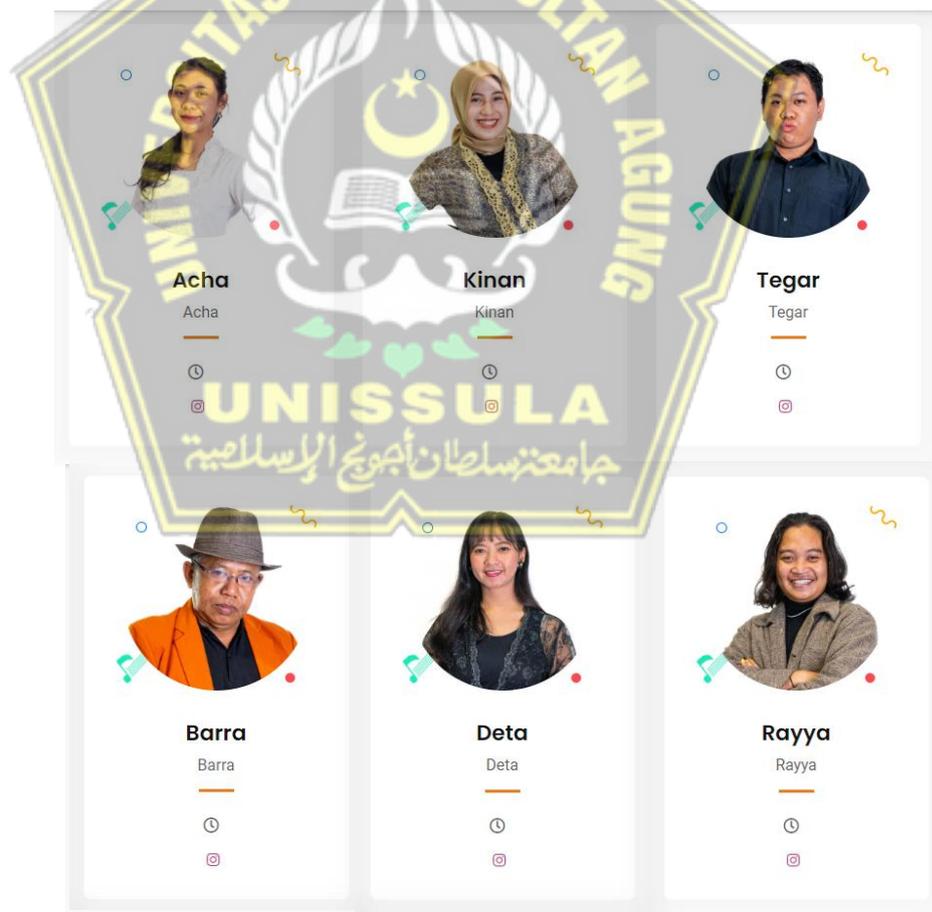
Setiap radio pasti memiliki beberapa penyiar di dalamnya yang menjadi personalitas serta citra dari radio yang diwakilinya, begitu juga dengan Radio Swara Semarang. Stasiun Radio Swara Semarang sendiri

memiliki enam orang penyiar yang masih aktif bersiaran hingga saat ini. Selain menjadi citra radio, keenam penyiar Radio Swara Semarang juga menjadi penghubung antara stasiun radio dengan para pendengarnya. Penyiar Radio Swara Semarang wajib melakukan training selama kurang lebih tiga bulan sebelum dilepas untuk bersiaran sendiri. Hal ini dilakukan oleh penyiar junior guna mempelajari ilmu-ilmu bersiaran, memahami dan mengenal Radio Swara Semarang lebih jauh, serta mempelajari format-format siaran di Radio Swara Semarang. Selanjutnya, para penyiar junior akan mulai bersiaran sebagai *co-pilot* dan didampingi dengan penyiar senior yang menjadi *pilot* hingga akhirnya akan dilepas untuk bersiaran sendiri.

Sebagai citra Radio Swara Semarang, keenam penyiar sudah pasti memahami betul teknik-teknik dalam bersiaran. Mulai dari cara menyusun format siaran, mengantrekan lagu yang sesuai dengan beatnya satu sama lain, hingga teknik berbicara saat bersiaran yang harus menggunakan *smiling voice*. Penyiar Radio Swara Semarang juga memiliki strategi-strategi yang efektif guna meningkatkan loyalitas para pendengarnya agar tetap mendengarkan Radio Swara Semarang di era digital yang penuh persaingan dengan media-media baru.

Setiap penyiar Radio Swara Semarang memiliki karakteristik yang berbeda-beda, namun pada akhirnya tetap harus menyesuaikan gaya siarannya dengan format program acara yang sudah ditentukan. Umumnya Radio Swara Semarang selalu meletakkan para penyianya

pada program acara yang sesuai dengan karakteritik mereka masing-masing. Meskipun umumnya penyiar diletakkan di program siaran yang sesuai dengan karakteristiknya masing-masing, di beberapa kesempatan penyiar diletakkan pada program acara yang tidak sesuai dengan karakteristik mereka. Hal ini dilakukan untuk melatih penyiar dalam beradaptasi dan keluar zona nyaman mereka apabila sewaktu-waktu terdapat penyiar di program lainnya berhalangan untuk siaran, maka sudah mampu untuk menggantikan siaran di program acara yang tidak sesuai dengan karakteristik mereka.



Gambar 2.8 Penyiar Swara Semarang

2.2.2 Karakteristik Penyiar Radio Swara Semarang

Penyiar Radio Swara Semarang memiliki karakteristik yang beragam dan bermacam-macam. Karakteristik yang menjadi ciri khas atau pembeda antara satu penyiar dengan penyiar lainnya. Seiring berjalannya waktu, Para pendengar akan mengenali masing-masing karakteristik penyiar Radio Swara Semarang. Namun, Satu orang penyiar tidak hanya memiliki satu karakteristik siaran saja, namun bisa lebih dari satu dan bahkan ada penyiar yang memiliki satu karakteristik yang bertolak belakang dengan karakteristiknya yang lain.

Karakteristik grapyak Semarangan menjadi karakteristik utama penyiar Radio Swara Semarang. Grapyak sendiri merupakan bahasa Jawa yang artinya ramah. Karakteristik grapyak Semarangan yang dimaksud yaitu ramah dan akrab dengan para pendengar serta menggunakan logat Semarangan, bisa menggunakan bahasa Indonesia dicampur dengan Jawa halus. Karakteristik ini cocok diimplementasikan ketika bersiaran program acara Campursari, Goyang Pagi Swara Semarang dan program acara malam jam 10.00 - 02.00 WIB. Karakteristik ini yang menjadi ciri khas penyiar Radio Swara Semarang yang membedakan dengan penyiar radio lainnya.

Di sisi lain, terdapat karakteristik lainnya seperti ceria, penuh semangat, dan heboh. Penyiar dengan karakteristik ini biasanya adalah penyiar muda yang penuh gairah berinteraksi dengan para pendengar. Namun tidak semua program acara boleh dibawakan dengan intonasi

yang semangat dan ceria karena ada beberapa segmen program acara yang kurang cocok untuk dibawakan dengan karakteristik ini. Karakteristik ceria, penuh semangat, dan heboh biasanya dibawakan dalam program cara Goyang Pagi Swara Semarang (Gopass), Hits Persada, Musik Senggol Sana Senggol Sini (Musasi), dan Selera Muda Swara Semarang (Selerama).

Karakteristik lainnya yaitu karakteristik halus, berwibawa, dan informatif. Karakteristik yang pembawaannya tenang seperti ini biasanya karakteristik penyiar dewasa. Karakteristik informatif cocok untuk program acara Pelangi karena disiarkan pada pagi hari sebagai teman sarapan, ketika segmen Kilas Warta Swara Semarang yang menyiarkan berita terkini di daerah Semarang dan sekitarnya, serta program acara KBMP dan Sroja dimana penyiar perlu informatif seputar diskografi dari artis-artis yang diputar lagunya. Karakteristik halus dan berwibawa cocok untuk acara Melancong yang memutar lagu Keroncongan dengan alunan yang lembut.

2.3 Komunitas Pendengar Setia Radio Swara Semarang

Radio Swara Semarang memiliki komunitas khusus yang terdiri dari para pendengar setia Radio Swara Semarang. Komunitas ini bernama Sedulur Swara Semarang atau yang kerap disapa S3. Komunitas ini dibentuk sebagai wadah menjalin keakraban antara penyiar dengan pendengar. Para penyiar sudah menganggap para pendengarnya seperti sedulur atau keluarga sendiri. Kesuksesan

Swara Semarang juga berhasil didapatkan berkat adanya dukungan dan rasa cinta dari Sedulur Swara Semarang.

Berbagai macam acara rutin yang diadakan oleh Radio Swara Semarang diikuti oleh Komunitas Sedulur Swara Semarang. Kegiatan rutin yang diadakan oleh Radio Swara Semarang di antaranya adalah Hari Ulang Tahun Swara Semarang, acara Guyub Seduluran Swara Semarang, dan Car Free Day di Simpang Lima. Berkat adanya acara-acara yang rutin diadakan inilah, para pendengar juga jadi bisa mengenal dan akrab dengan sesama pendengar. Selain acara-acara rutin yang diadakan oleh Radio Swara Semarang, Komunitas Sedulur Swara Semarang juga kerap mengadakan acara kumpul-kumpul sesama pendengar di salah satu rumah pendengar dan mengundang penyiar Radio Swara Semarang yang sedang tidak bersiaran.

Pendengar Swara Semarang juga memiliki beberapa sebutan yang dikhususkan untuk pendengar yang berprofesi sebagai penjahit dan ibu rumah tangga. Biasanya ketika bersiaran, para penyiar suka menyapa pendengar dengan profesi penjahit dengan sebutan “Pasukan Ngegrek” dan menyapa pendengar ibu rumah tangga dengan sebutan “Pasukan Daster”. Dengan adanya sapaan spesial seperti ini membuat pendengar menjadi lebih akrab dengan para penyiar Radio Swara Semarang.

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil temuan penelitian mengenai Strategi Penyiar Radio dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Swara Semarang di Era Digital untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh informan yang tidak lain adalah para penyiar Radio Swara Semarang untuk mempertahankan eksistensi radionya di tengah gempuran era digital. Dalam bab ini peneliti juga akan memaparkan identitas masing-masing informan yang sudah disampaikan ketika wawancara berlangsung. Data primer yang akan peneliti paparkan merupakan hasil dari wawancara semi terstruktur antara peneliti dengan informan atas seizin dari informan untuk dipublikasi.

3.1 Profil Informan

Berikut adalah profil informan yang telah diwawancarai secara semi terstruktur pada penelitian ini:

1. Nama : Barra Adilaga
Usia : 56 Tahun
Tanggal Wawancara : 3 Juli 2024
Lokasi Wawancara : Studio Radio Swara Semarang
2. Nama : Ervin Tegar
Usia : 23 Tahun
Tanggal Wawancara : 4 Juli 2024
Lokasi Wawancara : Studio Radio Swara Semarang

3. Nama : Deta Brina Azka
Usia : 28 Tahun
Tanggal Wawancara : 4 Juli 2024
Tempat Wawancara : Studio Radio Swara Semarang
4. Nama : Alea Kinan
Usia : 23 Tahun
Tanggal Wawancara : 4 Juli 2024
Tempat Wawancara : Studio Radio Swara Semarang
5. Nama : Rayya Prasaja
Usia : 21 Tahun
Tanggal Wawancara : 6 Juli 2024
Tempat Wawancara : Studio Radio Swara Semarang

3.2 Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan teori yang telah ditetapkan sebelumnya agar memudahkan peneliti dalam menganalisis data penelitian. Metode penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman fenomena, pengalaman, serta sudut pandang partisipan secara naratif. Fokus pemahaman ini akan menggambarkan hasil yang relevan sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan dari data penelitian.

Pada penelitian ini, terdapat lima informan yang merupakan penyiar Radio Swara Semarang. Setiap informan memiliki gaya siaran serta karakteristik yang berbeda-beda, sehingga setiap penyiar pastinya memiliki strategi yang

berbeda-beda dalam mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang di tengah gempuran era digital ini. Di sisi lain, kelima informan pada penelitian ini memiliki pengalaman lebih dari dua tahun bersiaran, sehingga diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan.

3.3 Temuan Data Hasil Wawancara

3.3.1 Gaya Siaran

Gaya siaran merupakan hal utama yang perlu diperhatikan oleh setiap penyiar radio ketika bersiaran pada setiap program acara. Gaya siaran merujuk pada bagaimana cara penyampaian informasi atau topik pembicaraan dalam media penyiaran. Gaya siaran mencakup elemen-elemen seperti nada suara, ritme, intonasi, pemilihan kata, dan cara berinteraksi dengan pendengar. Setiap penyiar memiliki gaya siarannya masing-masing, begitu juga dengan para penyiar Radio Swara Semarang.

Informan pertama, Barra Adilaga, menjelaskan gaya siaran yang dilakukannya yaitu

“gaya siaran saya cenderung familier, tidak kaku, santai, dan tentunya bersahabat dengan para pendengar.”

Informan keempat, Alea Kinan, memaparkan gaya siaran yang digunakannya

“kalo aku sih lebih suka untuk berinteraksi atau melibatkan pendengar, misalnya seperti mengajukan beberapa pertanyaan atau memberikan tema yang relevan sesuai dengan tema siaran yang aku siarkan.”

Informan kelima, Rayya Prsaja, juga menjelaskan

“gaya siaranku talkative dengan pendengar, menjadi teman cerita curhat, dan menjadi apapun yang pendengar butuhkan.”

Berdasarkan dari hasil jawaban wawancara oleh ketiga informan tersebut, ketiganya sama-sama memiliki gaya siaran yang gemar berinteraksi dengan pendengar dan lebih fokus untuk menjadi teman ngobrol yang nyaman bagi pendengarnya. Bersiaran dengan aktif melibatkan pendengar, santai, dan familiar supaya dapat menjadi teman ngobrol pendengar.

Sedangkan kedua informan lainnya cenderung memiliki gaya siaran yang tidak monoton atau fleksibel. Kedua informan ini menyesuaikan gaya siaran mereka dengan program acara yang dibawakan, sesuai dengan waktu dan segmentasi pendengar pada program acara tersebut.

Informan kedua, Ervin Tegar, menyampaikan jawabannya

“kalau persoalan menghibur, pastinya dengan smiling voice dan sense of humor yang sesuai dengan segmentasi pendengar, waktu siaran, sesuai dengan program juga, dan selebihnya kembali ke personal branding. Nah, biar lebih menarik, bisa dari materi atau pembahasan yang ingin kita sampaikan termasuk memenuhi salam atau request lagu.”

Lalu informan ketiga, Deta Brina Azka, menyampaikan strateginya

“biasanya saya akan menyesuaikan program dengan segmen usia pendengar, menyesuaikan dengan hal-hal yang relevan bagi pendengar seusianya sambil mengaitkan dengan hal-hal yang relevan dengan era masa kini serta memberikan lagu-lagu yang sesuai dengan tema yang sedang saya bawakan.”

Gaya siaran yang familier, aktif berkomunikasi dengan melibatkan pendengar pada setiap siaran, juga tidak lupa untuk menyesuaikan gaya siaran yang sesuai dengan segmentasi acara mampu memperkuat dan mempertahankan personalitas radio. Strategi-stretegi ini mampu membedakan Radio Swara Semarang dengan media komunikasi lainnya. Menjadikan ciri khas tersendiri.

3.3.2 Penerapan Nilai Etika Pada Program Acara

Nilai etika dalam bersiaran merupakan salah satu kunci untuk mempengaruhi kepercayaan dan sebagai bentuk penghormatan terhadap pendengar. Penerapan nilai etika pada program setiap program acara sangat berperan penting untuk memastikan bahwa konten atau topik yang disajikan kepada para pendengar memiliki integritas serta akurasi.

Tentunya penerapan nilai etika ini juga merupakan komponen yang wajib diterapkan oleh setiap penyiar Radio Swara Semarang selama bersiaran. Penyiar Radio Swara Semarang memiliki strateginya sendiri-sendiri dalam mengintegrasikan nilai-nilai etika dalam program acara yang dibawakannya.

Informan pertama, Barra Adilaga, menyampaikan

“lebih banyak menggunakan bahasa yang santun, menghormati semua pendengar, menghindari hal-hal yang bisa membuat pendengar tersinggung.”

Informan kedua, Ervin Tegar, memperhatikan penerapan etika secara lebih rinci

”kalau bahas soal etika, kembali lagi sama standar radio yang sudah ditetapkan dan juga segmentasi pendengar dan golongan SES yang mana. Apakah kita dalam acara anak-anak, remaja, dewasa, atau orang tua. Hal ini penting buat kita ketahui karena akan berkaitan dengan etika. Etika tidak hanya sikap, tapi juga kata-kata, suara, bahkan materi pembahasan.”

Informan ketiga, Deta Brina Azka, menyampaikan jawabannya *“dengan memiliki awareness (kesadaran) untuk memilih menggunakan kata-kata positif daripada menggunakan "bahasa gaul" namun memiliki konotasi yang negatif.”*

Informan keempat, Alea Kinan, cenderung menyampaikan pesan-pesan yang positif

“pastinya aku menggunakan kesempatan dalam siaran untuk menyampaikan pesan positif seperti empati, tanggungjawab sosial, dan juga toleransi. Aku juga waktu menyampaikan informasi pasti selalu dengan kejujuran. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan pendengar. Oleh karena itu penyampaian informasi harus diberikan secara akurat berdasarkan sumber terpercaya.”

Lalu informan kelima, Rayya Prasaja, mengatakan

“memiliki boundary-boundary (batasan-batasan) akan norma norma yang ada baik tertulis maupun tidak yang berlaku dimasyarakat sekitar.”

Dapat disimpulkan bahwa para informan menerapkan nilai-nilai etika pada setiap siaran mereka dengan tidak melampaui batasan-batasan yang ada. Informan menggunakan kalimat yang sopan dan tidak menyinggung serta memberikan pesan positif kepada pendengar.

3.3.3 Penyampaian Informasi Kepada Pendengar

Topik siaran yang dibawakan oleh penyiar pasti mengandung informasi di dalamnya. Tugas penyiar tidak hanya menyampaikan informasi saja, melainkan juga harus memastikan informasi tersebut dapat disampaikan secara terstruktur dengan baik agar mudah dipahami oleh pendengar.

Informan pertama, Barra Adilaga, memaparkan jawabannya, yaitu

“saya buat script siarannya terlebih dahulu. Bila ada yang kurang pas ya dirubah sesuai kelayakan dalam berkomunikasi media.”

Informan kedua, Ervin Tegar, menjelaskan bahwa

“yang pertama tentunya ada persiapan, riset yang mendalam, atau research hunting, collecting, gathering kemudian di tuangkan dalam naskah sesuai dengan gaya penyampaian kita dengan struktur 5W+1H atau piramida terbalik.”

Informan kelima, Rayya Prasaja, juga memiliki jawaban yang hampir sama

“biasanya kalau aku bawain suatu informasi yang berbobot dan dengan urgensi tertentu, maka ada baiknya aku buat script siaran biar lebih pas saat menyampaikannya.”

Ketiga informan, yaitu informan satu, dua, dan lima mempersiapkan *script* atau naskah sebelum siaran sesuai dengan unsur 5W+1H. Selain menentukan topik dan melakukan *research* mengenai topiknya, kedua informan tersebut juga membuat naskah siaran agar dapat sekaligus memastikan kalimat atau kata yang digunakan nantinya mudah dipahami oleh para pendengar. Selain agar dapat mudah dicerna oleh pendengar, naskah juga berguna bagi penyiar agar siarannya lebih luwes.

Informan ketiga, Deta Brina Azka, tidak menyusun keseluruhan naskah, namun hanya menentukan poin-poin pentingnya saja.

“Sebelum bersiaran, saya akan mencari berbagai informasi mengenai tema yang akan saya bawakan, dan membuat list point-point penting secara singkat, dengan bahasa yang sudah disederhanakan supaya mudah dipahami oleh pendengar.”

Lalu informan keempat, Alea Kinan, menjelaskan

“biasanya aku ngebagi informasi menjadi point-point penting berdasarkan topik utama. Ini dapat membantu pendengar untuk mengikuti alur cerita atau topik pembahasan. Aku ceritain point tersebut

dengan mengurutkan informasi secara kronologis untuk memudahkan pendengar memahami. biasanya ditambahkan contoh atau ilustrasi untuk membantu memperjelas makna pembahasan. Kadang-kadang aku juga ngulang-ngulang beberapa point itu di announce pertengahan. Yang terpenting adalah ngatur intonasi waktu memberikan informasi.”

Kedua informan lainnya memastikan segala informasi yang mereka sampaikan terstruktur dengan baik dan dapat dipahami dengan mudah oleh para pendengar dengan menentukan *point-point* penting. Meskipun tidak membuat naskah, keduanya tetap melakukan *research*, lalu mencatat *point-point* penting, serta menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dengan intonasi yang santai tidak terburu-buru.

3.3.4 Membangun Hubungan Emosional Dengan Pendengar

Pendengar berperan penting dalam kesuksesan sebuah radio, termasuk Radio Swara Semarang. Maka dari itu penyiar perlu membangun hubungan emosional dengan para pendengarnya. Hubungan emosional yang kuat dapat meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan dan menciptakan ikatan yang lebih dalam antara penyiar dan pendengar.

Membangun hubungan emosional dengan pendengar tentu dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Mulai dari topik yang *relative* dan bermakna, menggunakan variasi nada dan intonasi, interaksi aktif dengan pendengar, memberikan empati dan simpati, atau bahkan kejujuran.

Informan pertama, Barra Adilaga, menjelaskan bahwa

“membangun hubungan emosional dengan pendengar bisa dilakukan dengan menjadikan pendengar sebagai teman curhat terbaik. Memberikan saran, masukan, solusi, bahkan nasehat yang sangat dibutuhkan pendengar saat itu. Disamping memenuhi keinginan pendengar seperti request lagu, yang tidak menyimpang dari format siaran.”

Informan ketiga, Deta Brina Azka, menjelaskan

“dengan memberikan perhatian-perhatian kecil berupa chat personal melalui media sosial radio. Misalnya ya seperti memberikan do'a, ucapan selamat, atau sekedar menunjukkan empati pada pendengar-pendengar yang memang membutuhkannya.”

Informan keempat, Alea Kinan, memaparkan

”tentunya dengan kejujuran dan konsisten untuk menyampaikan nilai atau pesan dalam tema. Ngajak interaksi dengan melemparkan beberapa pertanyaan atau umpan balik dan berusaha ngajak pendengar untuk responsif.”

Informan kelima, Rayya Prasaja, menyebutkan bahwa

“menjadi peneman pendengar dan mengayomi serta memanusiakan pendengar layaknya manusia.”

Keempat informan tersebut menyatakan bahwa membangun hubungan emosional dengan para pendengar dapat dilakukan dengan cara memberikan empati atau simpati berupa ucapan selamat, do'a, semangat,

serta nasehat. Selain berempati dengan pendengar, dibutuhkan juga interaksi-interaksi dengan pendengar atau sekedar memberikan umpan balik. Hal-hal seperti ini tentu akan mempengaruhi hubungan antara penyiar dan pendengar. Pendengar lebih merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga menganggap penyiar sebagai teman ngobrol atau teman curhat.

Informan kedua, Ervin Tegar, memiliki strategi sebagai berikut

“membangun emosional dengan pendengar terbilang susah-susah gampang. Terkadang susah ditebak. Yang pasti membangun emosional pertama yaitu emosional sosiologis juga tergantung dari waktu bersiaran dan membayangkan aktivitas apa yang sedang biasa mereka lakukan di jam tersebut atau melihat dari emosional geografis, Hal ini menentukan apakah kegiatan mereka dilakukan di kota atau di desa. Ketiga emosional psikologis, tentu yang mendengarkan bukan cuma umur yang seumuran sama aku aja, tapi beragam usia dan perlakuan ini juga menentukan sehingga kita tidak bisa menyamaratakan hal tersebut. tentu hal pertama membangun semua itu adalah friendly atau ramah tapi tetap memberikan jarak.”

Informan kedua memperhatikan aspek-aspek yang lebih rinci dalam membangun hubungan emosional dengan pendengar namun tetap memperhatikan batasan. Strategi-strategi yang dilakukan oleh para informan dapat membantu pendengar menjadi lebih loyal dengan radio karena merasa diperhatikan dan dihargai keberadaannya.

3.3.5 Mengikuti Perkembangan Era Digital

Era digital menyebabkan terciptanya media-media baru. Hal ini tentunya menimbulkan persaingan antara media yang sudah ada jauh dari sebelum era digital, seperti radio, dengan media-media baru yang tercipta karena adanya digitalisasi, seperti *podcast* dan *streaming*. Era digital membuat perubahan besar dalam media penyiaran konvensional. Media konvensional seperti radio berbondong-bondong melakukan digitalisasi.

Mau tidak mau, radio perlu mengikuti perkembangan. Mulai dari digitalisasi, hingga konten atau topik yang relevan dengan tren-tren terkini atau segala hal yang sedang viral untuk menarik perhatian pendengar. Penyiar Swara Semarang tentunya perlu ikut andil dalam mempertahankan relevansi Radio Swara Semarang agar tetap menjadi media hiburan bagi masyarakat.

Informan pertama, Barra Adilaga, menyebutkan bahwa

“saya harus mengikuti perkembangan zaman yang kompleks. Mau tidak mau harus bisa mengikuti apa saja yang sedang viral di media sosial dan berusaha tidak gaptek alias gagap teknologi.”

Informan ketiga, Deta Brina Azka, menjawab

“dengan rajin mengunggah momen pada saat bersiaran, serta membagikan kepada orang-orang terdekat untuk mendengarkan kembali radio dan mengingat era-era kejayaan radio, bagaimana serunya beraktivitas sambil ditemenin radio.”

Informan keempat, Alea Kinan, menjelaskan bahwa

“kalo aku sih mendorong interaksi melalui panggilan telfon dan nerima umpan balik dari apa yang aku bahas selama siaran. Aku juga nerima permintaan dari pendengar. Ya, permintaan kayak request lagu. Engga cuma itu, aku juga menyiarkan topik yang relate sama hal-hal yang lagi viral biar engga ketinggalan zaman. Kalau ngikutin hal yang lagi viral, pendengar jadi engga bosan deh buat dengerin radio. Malah makin nyaman karena vibesnya beda daripada dengerin podcast atau aplikasi streaming musik lainnya. Kalau dengerin radio, pendengar bisa request lagu yang mereka sukain, bisa juga interaksi sama penyiarinya atau bahkan nambah kenalan sama pendengar lainnya.”

Sedangkan informan kelima, Rayya Prasadja, memaparkan

“era media digital zaman sekarang emang bikin eksistensi radio kemakan atau tergerus seiring berjalannya waktu. Tindakan yang semestinya dilakukan adalah mengikuti perkembangan zaman yang ada sama menjaga keaktualan dan relevansi topik dengan mayoritas pasar pendengar. Jadi itu yang aku lakuin biar relevansi Swara Semarang tetap terjaga dan bisa tetap jadi media hiburan masyarakat. Syukur-syukur kalau digitalisasi ini malah dapetin pendengar lebih banyak karena Swara Semarang bisa distreaming dimanapun dan kapanpun.”

Keempat informan selaku penyiar Radio Swara Semarang ikut andil dalam menjaga relevansi Radio Swara Semarang di era gempuran dunia digital agar tetap menjadi media hiburan bagi masyarakat. Keempat informan tersebut mengangkat hal-hal yang sedang trend atau viral

menjadi topik siaran mereka. Hal tersebut membuat pendengar menjadi tertarik untuk berinteraksi dan menjadikan Radio Swara Semarang menjadi media hiburan.

Informan kedua, Ervin Tegar, memaparkan

“tentunya menurutku di era digital ini perlu melakukan konvergensi media. Platform digital tentu menjadi modal awal dalam bersaing di era yang serba digital ini, sehingga secara langsung ataupun engga langsung, penyiar juga dituntut untuk paham berbagai platform. Tapi tentunya yang lebih utama, selaku penyiar Swara Semarang, aku memberikan edukasi atau materi sesuai dengan format dari Radio Swara Semarang, apa yang masyarakat minati saat ini sesuai dengan segmentasi, seperti memberikan edukasi kosakata jawa, konten-konten daerah, mengajak masyarakat untuk memberi umpan balik terkait situasi di daerahnya ini akan menarik masyarakat yang lain untuk berpartisipasi di platform SS manapun.”

Perusahaan media penyiaran radio telah melakukan konvergensi media agar radio tetap dapat didengarkan oleh para pendengarnya, termasuk Radio Swara Semarang. Tidak hanya melakukan konvergensi media demi mengikuti perkembangan teknologi saja, melainkan agar dapat menjangkau lebih banyak pendengar dimanapun mereka berada tanpa ada batasan ruang waktu dan tempat. Meskipun sudah melakukan konvergensi media atau digitalisasi, informan kedua mengangkat topik

yang diminati oleh masyarakat dan juga tetap mempertahankan gaya siaran sesuai format Radio Swara Semarang.

Informan kedua memanfaatkan era digital untuk memperkenalkan budaya Jawa yang menjadi ciri khas dari Radio Swara Semarang yang menjadikannya berbeda dengan radio lainnya. Mulai dari mengedukasi seputar konten-konten daerah, lagu-lagu Jawa, bahkan kosakata Jawa.

3.3.6 Melakukan Siaran *Live* TikTok

Digitalisasi yang dilakukan oleh Radio Swara Semarang sudah berlangsung sejak lama. Tidak hanya dapat didengarkan melalui radio saja, namun Radio Swara Semarang sudah bisa didengarkan secara streaming melalui website dan aplikasi yang sudah disediakan. Melihat platform TikTok yang cukup ramai, para Penyiar Radio Swara Semarang pun memanfaatkan kesempatan tersebut untuk melakukan uji coba siaran langsung melalui platform TikTok.

Sebelumnya tidak ada peraturan atau ketentuan yang diterapkan oleh pihak manajemen untuk melakukan siaran langsung di platform TikTok. Penyiar Radio Swara Semarang kemudian melakukan rapat untuk berdiskusi menentukan ketentuan dan aturan live TikTok. Kemudian para Penyiar Radio Swara Semarang menentukan durasi *live*, yaitu selama satu jam dan menentukan jadwal *live*. Namun untuk persiapan sebelum live dan format ketentuan selama live berlangsung, para penyiar memiliki strategi yang berbeda-beda.

Informan pertama, Barra Adilaga menyampaikan

“Saya jadwal live TikTok di siang hari, di acara Campursari. Saya tidak pernah melakukan siaran langsung sebelumnya, jadi di awal live saya hanya seadanya saja dan cukup kaku. Namun seiring berjalannya waktu saya mencoba untuk membuat nyaman diri saya terlebih dahulu, setelah saya nyaman, saya bisa aktif mengobrol ketika live di TikTok. Saya menggunakan pakaian yang rapih dan aktif menyapa para penonton dan pendengar.”

Informan pertama cenderung fokus untuk mempersiapkan diri dengan menggunakan baju yang rapi dan juga melakukan hal-hal yang membuat nyaman. Persiapan diri ini akan menentukan kelancaran live selama berlangsung.

Informan kedua, Ervin Tegar juga menjelaskan

“Saya siarannya kadang di Campursari, kadang di acara Musasi. Waktu siaran live di TikTok, saya mempersiapkan diri semaksimal mungkin. Mulai dari mempersiapkan topik, baterai handphone, pencahayaan, dan juga mengenakan pakaian yang rapih. Saya juga selalu menyapa para pendengar yang menonton saya di TikTok. Tidak lupa juga berbasa-basi dengan menanyakan kabar.”

Informan ketiga, Deta Brina Azka memiliki strategi yang hampir sama

“karena siaranku di pagi hari, di program acara Gopass atau Pelangi, hal wajib yang harus aku siapkan tentunya minum kopi dulu

biar bisa fresh. Setelah itu setting handphone dan lighting supaya kelihatan jelas dan bagus. Kalau aku biasanya setting handphone di tripod, aku taruh di atas meja, dan pakai latar belakang tulisan Radio Swara Semarang. Selama live berlangsung aku selalu sapa-sapa penonton. Aku jawab semua pertanyaan yang mereka kasih.”

Informan keempat, Alea Kinan, memiliki strategi yang berbeda

“Aku biasanya siaran di acara Pelangi. Buat persiapan sebelum live pastinya aku udah ngatur format siaran di pc dulu biar nanti waktu live ngga ke-disctract buat setting-setting format siaran di pc. Ngga lupa aku umumin ke pendengar kalo aku mau live di jam aku live dan suruh mereka buat gabung dan ngobrol bareng di TikTok. Aku kadang juga ajak temen-temen aku buat nonton, kadang ada yang iseng kasih gift juga. Karena aku memperhatikan kualitas video, jadi lighting itu penting banget buat pencahayaan. Sama aku juga ajak pendengar buat ngobrol dan kenalan. Biar pada aktif menanggapi.”

Informan kelima, Rayya Prasadja, mengungkapkan

“Aku livenya malem sih, di acara Selerama. Malem kan lebih gelap ya, biasanya aku pake lighting biar penerangan cukup. Selama live aku aktif kasih topik ke pendengar atau basa basi biar penonton aktif nanggapi. Karena aku siaran di acara anak muda, ada beberapa pendengar baru yang usianya seumuran aku atau anak muda yang join. Jadi aku kasih topik yang lagi anget dibicarakan sama anak muda biar pada relate dan bisa ngobrol bareng.”

Informan dua, tiga, empat, dan lima memperhatikan kualitas video siaran *live* TikTok. Kualitas video siaran ini didukung dengan adanya pencahayaan yang cukup, menentukan angle dan background yang sesuai, serta menggunakan tripod agar angle tidak berubah-ubah. Selain itu, para informan menentukan topik yang relevan sesuai dengan segmentasi acara yang mereka siarkan. Kualitas siaran menjadi kunci penting agar live TikTok Swara Semarang mendapatkan banyak atensi dari para pengguna TikTok dan pendengar Radio Swara Semarang.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

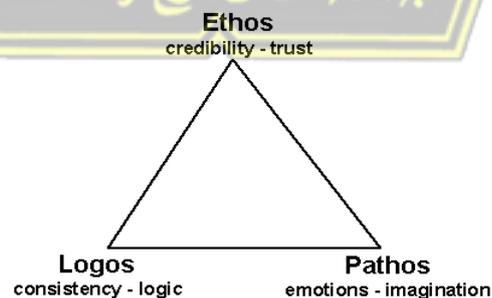
Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Seperti yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya bahwa penelitian kualitatif menurut (Rianto, 2020) berfokus pada suatu fenomena dalam konteks yang spesifik. Penelitian kualitatif melibatkan suatu proses pengumpulan yang data dan analisis yang kompleks dari awal penelitian hingga akhir penelitian.

Data-data penelitian mengenai strategi-strategi yang dilakukan oleh penyiar Radio Swara Semarang dalam mempertahankan eksistensi radionya di era digital dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan teori retorika Aristoteles. Dengan menggunakan teori retorika Aristoteles sebagai dasar dalam mengumpulkan data penelitian, teori ini dapat menjelaskan bagaimana keterampilan berbicara para penyiar Radio Swara Semarang ketika bersiaran. Keterampilan berbicara ini meliputi gaya siaran, tutur kata dan intonasi, etika, serta kredibilitas informasi yang disampaikan kepada para pendengar. Hal-hal yang meliputi kecakapan bicara ini berperan besar sebagai strategi para penyiar Radio Swara Semarang dalam mempertahankan radionya agar tetap menjadi media hiburan di era digital ini.

Retorika didefinisikan sebagai seni membangun argumentasi dan seni berbicara. Aristoteles menganggap bahwa apapun yang dikatakan oleh seseorang perlu disesuaikan dengan audiens yang mendengarkannya. Teori retorika berangkat dari dua asumsi utama, yaitu pembicara yang efektif harus

mempertimbangkan khalayak mereka, serta pembicara harus menampilkan bukti ketika berbicara (Anindita, 2022). Mempertimbangkan khalayak maksudnya sebagai pembicara, tidak boleh menggeneralisikan semua pendengar. Agar menjadi pembicara yang baik, maka harus menganggap bahwa pendengar itu heterogen atau berbeda-beda. Mereka memiliki motivasi, keputusan, serta pilihannya sendiri. Sedangkan menampilkan bukti ketika berbicara penting untuk meyakinkan para pendengar terhadap informasi yang disampaikan.

Retorika Aristoteles memberikan arahan mengenai bagaimana caranya memanfaatkan bahasa dalam kegiatan bertutur kata. Moralitas dianggap yang paling penting di dalam teori retorika. Adanya moralitas, menjadikan aktivitas berkomunikasi jadi bertanggung jawab yang membantu tercapainya efektivitas persuasi. Efektivitas persuasi terdapat tiga metode yang harus dipenuhi, yaitu *phatos* (etika atau kredibilitas), *logos* (logika), dan *ethos* (emosi) (Anindita, 2022). Ketiga kriteria ini dinamakan segitiga retorika. Tanpa adanya segitiga retorika, persuasi tidak akan berjalan dengan lancar.



Gambar 4.1 Segitiga Retorika

Segitiga retorika menjadi fundamental atau komponen dasar seseorang dalam berbicara, berinteraksi, maupun mempengaruhi audiens untuk dapat memahami apa yang telah disampaikan secara mudah dan jelas. Segitiga retorika seringkali digunakan oleh pembicara ketika berpidato, berdakwah, bersiaran, maupun ketika sedang mengobrol. Seiring berjalannya zaman, ketiga metode tersebut semakin berperan kuat karena melibatkan logika, rasa, dan kepandaian dalam berkomunikasi. Seseorang yang menggunakan segitiga retorika dalam aktivitas komunikasinya akan dapat dengan mudah mempengaruhi lawan bicaranya dalam bertindak atau memiliki perspektif baru.

Di sisi lain, segitiga retorika harus diterapkan oleh pembicara atau komunikator yang diikuti dengan lima prinsip yang disebut sebagai *The Five Canon of Rethoric*. (Fikry, 2020) memaparkan mengenai kelima prinsip tersebut yang meliputi *invention* (penemuan) di mana pembicara perlu menggali topik dan menentukan bahan yang sesuai dengan khalayak, lalu prinsip kedua adalah *arrangement* (pengaturan) yang berarti pembicara perlu menyusun pesan yang akan dibagi menjadi beberapa bagian secara logis. Prinsip ketiga adalah *style* (gaya) yang tidak lain adalah pemilihan kata-kata yang tepat dan terstruktur yang sesuai dengan khalayak, selanjutnya adalah prinsip *delivery* (penyampaian) yang berarti cara pesan disampaikan kepada khalayak yang meliputi intonasi suara serta gestur tubuh. Sedangkan prinsip terakhir dari *The Five Canon of Rethoric* adalah *memory* (ingatan) yang bertujuan untuk menemukan cara agar audiens dapat mengingat pesan yang disampaikan oleh pembicara.

4.1 Ethos

4.1.1 Nilai Etika dan Kredibilitas dalam Siaran Radio

Nilai etika dan kredibilitas adalah fondasi penting dalam dunia penyiaran radio. Etika pada teori retorika Aristoteles merujuk pada kriteria persuasi atau segitiga retorika, yaitu *ethos*. Aspek etika dalam *ethos* berhubungan erat dengan karakter moral dan integritas sang pembicara. Hal tersebut menandakan apabila pembicara harus menunjukkan bahwa mereka memiliki nilai-nilai moral dan etika yang baik.

Metode *ethos* tidak hanya terdiri dari aspek etika saja, melainkan terdapat aspek lainnya, yaitu kredibilitas. Kredibilitas merupakan karakter pembicara sebagai sarana untuk meyakinkan audiens atau pendengar. (Parengkuan, 2022) menyebutkan bahwa seseorang yang memiliki *ethos* yang kuat, dapat dengan mudah menyampaikan pesan mereka dengan percaya diri. Artinya, apabila seseorang sudah memiliki kredibilitas atau informasi yang aktual, maka informasi tersebut akan tersampaikan kepada audiens dengan lebih mudah karena disampaikan dengan rasa percaya diri dan tidak ragu-ragu karena pesan yang disampaikan sesuai dengan faktanya.

4.1.2 Penerapan Etika dan Kredibilitas ketika Bersiaran

Penerapan etika dan kredibilitas oleh penyiar radio, terutama penyiar Radio Swara Semarang menunjang keberhasilan radio Swara Semarang dalam mempertahankan eksistensinya di era digital ini. Selain

untuk memberikan informasi yang tepat, membangun kepercayaan pendengar, dan menjaga integritas serta profesionalisme, menerapkan etika dan kredibilitas dapat memberikan edukasi untuk para pendengar dalam berbagai hal.

Dalam menerapkan etika pada siaran berlangsung, penyiar Radio Swara Semarang dapat memberi edukasi kepada pendengar berupa pentingnya kejujuran dan kebenaran serta keadilan. Dengan adanya etika yang diterapkan, pendengar akan merasa dihormati dan dihargai perannya. Sedangkan dalam menerapkan kredibilitas, penyiar Radio Swara Semarang dapat memberikan edukasi seputar informasi yang aktual. Informasi atau pesan tidak dapat sembarangan dipercaya, harus memastikan apakah informasi tersebut sudah kredibel atau belum terbukti kebenarannya. Penyiar Radio Swara Semarang juga secara tidak langsung mengedukasi pendengar untuk tidak mudah percaya dengan berita hoax. Adanya informasi kredibilitas yang disampaikan oleh para informan pada penelitian ini selaku penyiar Radio Swara Semarang, pendengar akan meyakini Radio Swara Semarang menjadi sumber berita atau hiburan yang kredibel dan dapat dipercaya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan sebelumnya, nilai etika menjadi hal yang wajib diimplementasikan oleh penyiar Radio Swara Semarang selama siaran berlangsung. Nilai etika menjadi hal yang wajib diimplementasikan oleh setiap penyiar Radio Swara Semarang karena mempengaruhi kepercayaan dan bentuk

penghormatan kepada para pendengar. Setiap siaran berlangsung, penyiar Radio Swara Semarang juga membawakan topik atau tema siaran yang berbeda-beda setiap harinya. Topik siaran tersebut tidak dibawakan secara sembarangan, namun dibawakan dengan integritas nilai-nilai etika oleh para penyiar.

Kelima informan memiliki strategi yang hampir serupa ketika mengintegrasikan atau mengimplementasikan nilai-nilai etika di dalam siaran yang mereka lakukan. Kelima informan memaparkan bahwa selama siaran berlangsung, perlu memiliki kesadaran terhadap penggunaan bahasa. Bahasa-bahasa yang digunakan harus sopan dan sesuai dengan segmentasi acaranya. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk penerapan nilai etika. Selain itu, penyiar wajib mengikuti standar aturan radio yang sudah ditetapkan.

Selain penggunaan bahasa dan menyesuaikan dengan standar aturan radio yang sudah ditetapkan, menurut informan keempat, Alea Kinan, juga mengimplementasikan nilai etika dengan memberikan pesan-pesan yang positif kepada pendengar. Ia juga memperhatikan kredibilitas pada setiap siarannya karena informan keempat selalu menyampaikan informasi dan pesan-pesan dengan kejujuran untuk menjaga kepercayaan pendengar.

Kredibilitas informasi memegang peranan yang penting dalam menciptakan keyakinan pendengar. Adanya keyakinan atau kepercayaan dari pendengar yang telah terbangun, membuat intensitas loyalitas

pendengar terhadap radio semakin meningkat meskipun di era digital ini terdapat banyak media-media komunikasi lainnya yang lebih bervariasi. Kredibilitas informasi merupakan sejauh mana informasi dapat dipercaya dan akurat. Tentunya kredibilitas bergantung pada berbagai macam faktor. Untuk memastikan sebuah informasi kredibilitas, informan keempat, Alea Kinan memeriksa sumber dan memverifikasi fakta. Setelah itu, ia mulai mencari referensi. Dengan menyampaikan informasi dan pesan yang kredibilitas, informan keempat yakin dapat menjaga loyalitas pendengar Radio Swara Semarang.

Informan kelima, Rayya Prasadja, juga memiliki tambahan strategi selain penggunaan bahasa yang sopan, mengikuti aturan radio, dan menyampaikan pesan-pesan positif. Informan kelima menambahkan bahwa perlu memiliki batasan-batasan akan norma-norma yang ada. Baik yang tertulis, maupun tidak tertulis.

Di era digital dengan pendengar yang semakin bermacam-macam, para informan selaku penyiar Radio Swara Semarang tetap menggunakan kalimat yang sopan dan tidak terpengaruh oleh bahasa-bahasa gaul baru yang konotasinya tidak sopan. Kelima informan memilah-milah kata dan kalimat yang sesuai mengikuti prinsip *arrangement*. Memang mengikuti perkembangan zaman itu perlu, namun apabila konotasinya buruk maka harus dihindari. Prinsip penemuan (*invention*) dalam menerapkan etika kepada pendengar dilakukan dengan menggali topik, menemukan batasan-batasan yang ada, serta menyesuaikan dengan khalayaknya. Hal

ini tentunya membuat pendengar menjadi lebih nyaman untuk tetap menjadikan Radio Swara Semarang sebagai sumber hiburan di era digital.

4.2 Logos

4.2.1 Menyusun Informasi Secara Terstruktur

Topik yang sudah ditentukan perlu digali lebih dalam lagi karena setiap topik mengandung pesan atau informasi. Pesan harus disampaikan secara jelas, terstruktur, serta aktual sesuai dengan fakta. Tidak boleh melebih-lebihkan atau mengurangi. Hal tersebut merujuk kepada kriteria logos. (Parengkuan, 2022) menjelaskan bahwa logos dalam teori retorika Aristoteles yaitu menyampaikan informasi atau pesan dengan struktur yang selaras dengan tujuan komunikasi.

Sesuai dengan prinsip arrangement atau penyusunan, informasi yang sudah ditelusuri perlu disusun dan dibagi menjadi beberapa bagian sebelum disampaikan. Hal ini membuat pesan serta informasi dapat tersampaikan dengan mudah kepada para pendengar. Kelima informan dalam wawancara yang telah dilakukan juga memiliki jawaban yang sama.

Kelima informan menyusun informasi-informasi yang penting setelah melakukan *research* sebelum siaran berlangsung. Dengan menyusun informasi terlebih dahulu, membuat para informan menjadi lebih mudah untuk menyampaikan informasinya secara terstruktur. Terdapat dua informan, yaitu informan ketiga, Deta Brina Azka, dan informan keempat, Alea Kinan, mencari informasi yang sesuai dengan topik yang telah ditentukan kemudian membagi informasi-informasi

tersebut menjadi poin-poin penting. Poin penting tersebut kemudian diurutkan secara kronologis supaya membantu pendengar agar dapat mendengarkan siaran sesuai dengan alur yang telah disiapkan oleh penyiar.

Ketiga informan lainnya menyusun informasi sekaligus membuat naskah siaran sesuai dengan 5W+1H ((*What, Why, Who, When, Where, How*). Hal ini dirasa lebih efisien oleh informan pertama, Barra Adilaga, informan kedua, Ervin Tegar, dan informan kelima, Rayya Prasadja. Menurut mereka, dengan menyusun informasi yang sekaligus langsung memasukkannya ke dalam naskah siaran dapat membantu mereka dalam memastikan pemilihan kata atau kalimat sudah sesuai dan mudah dipahami oleh para pendengar, sesuai dengan prinsip *style* (gaya).

4.2.2 Penyampaian Informasi Kepada Pendengar

Informasi yang telah tersusun secara terstruktur dan sudah terbukti faktanya berarti sudah siap untuk disampaikan sesuai dengan prinsip ketiga dan keempat dari *The Five Canon of Rethoric*, yaitu *style* (gaya) dan *delivery* (penyampaian). Prinsip *style* dan *delivery* ini saling berhubungan. *Style* merujuk pada pemilihan kata, penggunaan kiasan, dan struktur kalimat yang bertujuan untuk membuat pesan lebih menarik, jelas, dan persuasif. Pada teori retorika, *style* sangat penting peranannya karena dapat mempengaruhi cara audiens menerima dan memahami pesan. Sedangkan *delivery* merujuk pada cara menyampaikan pesan agar

lebih mudah dipahami. *Delivery* mencakup pada penggunaan suara dan gestur tubuh.

Penyampaian informasi kepada pendengar atau audiens merupakan keterampilan penting yang memerlukan kejelasan, ketepatan, serta relevansi. Pada proses penyampaian informasi, penyiar Radio Swara Semarang harus memahami audiensnya terlebih dahulu untuk menyesuaikan gaya siarannya agar lebih mudah untuk diterima dan dipahami oleh para pendengar. Struktur informasi yang logis dan sistematis juga berperan penting dalam memastikan informasi tersampaikan secara efektif. Terdapat banyak hal yang telah diperhatikan oleh para penyiar Radio Swara Semarang agar informasi tersebut dapat tersampaikan dengan mudah. Mulai dari intonasi yang jelas dan tidak terburu-buru, keaktualan informasi, serta pemilihan waktu yang tepat.

Setelah wawancara berlangsung, terdapat berbagai tahapan yang dilakukan oleh penyiar Radio Swara Semarang sebelum menyampaikan informasi kepada pendengar. Terdapat beberapa perbedaan gaya siaran yang dilakukan oleh kelima informan. Informan kedua, Ervin Tegar, dan informan ketiga, Deta Brina Azka memiliki gaya siaran yang tidak monoton dan cenderung fleksibel. Kedua informan ini menyesuaikan gaya siaran mereka dengan program acara dan segmen usia pendengar. Tidak hanya gaya siaran saja yang disesuaikan, melainkan topik pembahasan, kalimat, serta lagu-lagunya. Selbihnya kembali ke *personal*

branding, misalnya seperti informan kedua, Ervin Tegar yang memiliki *personal branding* gemar bercanda dan lemah lembut.

Ketiga informan lainnya, yaitu informan pertama, Barra Adilaga, informan keempat, Alea Kinan, dan informan kelima, Rayya Prasadja, cenderung familier, tidak kaku, dan santai. Gaya siaran yang seperti ini cocok untuk diterapkan di semua program acara Radio Swara Semarang. Familier disini memiliki arti yang ramah dan gemar berinteraksi dengan melibatkan pendengar. Tidak hanya aktif menyampaikan pesan saja, namun ketiga informan ini juga aktif berbincang dengan pendengar.

Gaya siaran yang familier, gemar melibatkan pendengar di setiap program acara akan membuat pendengar jadi lebih aktif menjawab dan fokus mendengarkan pesan-pesan atau informasi yang disampaikan oleh para Penyiar Radio Swara Semarang selama bersiaran. Selain itu, hal ini akan menciptakan kedekatan antara penyiar dengan pendengar, serta penyiar dapat dianggap menjadi teman curhat para pendengar. Hal ini tentu akan membuat para pendengar akan merasa lebih nyaman untuk terus mendengarkan Radio Swara Semarang meskipun banyak platform-platform digital lainnya di era digital ini karena radio memiliki sifat yang berbeda dengan media komunikasi lainnya. Ketika media komunikasi atau platform digital lainnya lebih banyak berkomunikasi satu arah saja tanpa melibatkan tanggapan dari pendengar secara langsung di saat itu juga, radio memiliki sifat yang berkebalikan. Radio memiliki sifat komunikasi dua arah, yang membuat pendengarnya jadi bisa ikut

berinteraksi dengan penyiar, memberikan tanggapan, atau bahkan merasa diperhatikan oleh penyiar karena adanya komunikasi dua arah.

Pada akhirnya, kelima informan sama-sama menerapkan prinsip *style* dan *delivery* yang sesuai dengan ciri khas Radio Swara Semarang yang merupakan radio lokal dengan gaya Semarangan. Kelima informan selaku penyiar Radio Swara Semarang perlu menentukan penggunaan kalimat atau olah kata yang dapat menarik pendengar. Style yang dilakukan harus konsisten dari awal siaran hingga akhir siaran. Selain itu, kelima informan perlu pandai-pandai melakukan olah vokal. Memperhatikan intonasi, volume suara, hingga kecepatan dalam berbicara.

4.3 Pathos

4.3.1 Membangun Hubungan Kedekatan dengan Pendengar

Pada mode persuasif dalam teori retorika Aristoteles, selain terdapat *ethos*, *logos*, terdapat juga mode ketiga, yaitu *pathos*. *Pathos* berkaitan dengan emosi yang digunakan oleh komunikator supaya membangkitkan perasaan tertentu para pendengarnya untuk mempengaruhi, pendapat, tindakan, atau sikap mereka. Dengan menggunakan metode *pathos*, pembicara dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pendengar melalui emosi yang sudah dibangkitkan. Emosi seperti rasa takut, khawatir, harapan, simpati, dan kebahagiaan.

Membangun hubungan kedekatan dengan pendengar sangat penting dilakukan oleh para penyiar Radio Swara Semarang. Hal ini merupakan salah satu strategi utama para penyiar Radio Swara Semarang untuk mempertahankan eksistensi radio mereka di era digital ini. Dengan adanya keterlibatan pendengar dan bertambahnya pendengar akan mempertahankan radio di era gempuran platform-platform digital baru yang lebih bervariasi.

Terdapat banyak sekali hal yang dapat dilakukan oleh para penyiar Radio Swara Semarang untuk membangun kedekatannya dengan para pendengar. Sementara itu, Radio Swara Semarang sendiri telah memiliki komunitas khusus pendengar Radio Swara Semarang yang bernama Sedulur Swara Semarang. Radio Swara Semarang rutin mengadakan kegiatan-kegiatan seru secara *offline* di suatu tempat yang telah ditentukan bersama Komunitas Sedulur Swara Semarang atau yang kerap disapa S3. Hal tersebut tentunya semakin meningkatkan loyalitas pendengar kepada Radio Swara Semarang dan terjalin keakraban yang lebih dekat antara pendengar dengan penyiar apabila dibandingkan dengan media komunikasi lainnya.

Di sisi lain, para informan selaku penyiar Radio Swara Semarang yang telah peneliti wawancarai memiliki strateginya sendiri dalam membangun hubungan kedekatan dengan pendengar ketika bersiaran agar pesan yang disampaikan selama bersiaran dapat membangkitkan emosi pendengar dan mudah diingat sesuai dengan prinsip *memory*. Empat

informan, informan pertama, informan ketiga, informan keempat, dan informan kelima membangun hubungan kedekatan dengan para pendengar Radio Swara Semarang dengan menciptakan suasana yang hangat dan ramah. Selain itu, keempat informan tersebut memberikan kepedulian dan empati ke para pendengarnya.

Keempat informan menciptakan suasana hangat dan ramah melalui interaksi dengan pendengar dalam *chat personal*. Menjawab pertanyaan mereka, serta sekedar membalas pesan saja. Informan ketiga, Deta Brina Azka, memaparkan bahwa ia memberikan perhatian-perhatian kecil dan dukungan serta do'a untuk pendengar supaya membangun hubungan kedekatan dengan pendengar. Serupa dengan yang dilakukan oleh informan pertama, Barra Adilaga, beliau juga memberikan saran, masukan, serta solusi yang sangat dibutuhkan pendengar saat itu.

Suasana hangat dan ramah, serta kepedulian dan empati yang diberikan oleh keempat performan berhasil membangun hubungan emosional antara mereka selaku penyiar Radio Swara Semarang dengan pendengar. Keempat informan menempatkan diri mereka tidak hanya sebagai penyiar saja, melainkan juga sebagai teman curhat yang mengayomi para pendengar dan memanusiakan manusia.

Sedangkan informan kedua, Ervin Tegar, memiliki strategi dan memperhatikan aspek-aspek dari sisi yang lebih rinci. Menurutnya, membangun hubungan kedekatan atau hubungan emosional dengan pendengar terbilang hal yang tidak mudah karena setiap pendengar

memiliki sifat dan personalistik yang berbeda-beda dan terkadang sulit ditebak. Maka dari itu, informan kedua membangun hubungan emosional dengan pendengar dengan melihat emosional sosial, emosional geografis, serta emosional psikologis mereka.

Emosional sosial merujuk pada penyiar memperkirakan kegiatan apa yang sedang dilakukan oleh pendengar pada waktu-waktu tertentu. Misalnya pada pagi hari banyak pendengar yang bersiap-siap untuk bekerja. Kemudian di siang hari umumnya pendengar sedang beristirahat dan makan siang. Kemudian di malam hari pendengar sudah pulang kerja dan sedang bersantai atau hendak beristirahat. Selanjutnya, emosional geografis merujuk pada letak wilayah tempat tinggal mereka, seperti di wilayah perkotaan atau pedesaan yang akan menentukan aktivitas mereka. Sedangkan emosional psikologis merupakan perilaku atau personalistik pendengar yang didasari oleh usia. Sehingga, tidak dapat menyamaratakan perilaku atau gaya bahasa penyiar kepada semua pendengar.

Hubungan emosional atau hubungan kedekatan antara pendengar dengan penyiar akan menciptakan suasana yang hangat. Ketika pendengar menjadikan radio sebagai sumber hiburan atau peneman di kala sepi, hubungan emosional inilah yang membuat pendengar nyaman untuk terus menerus mendengarkan radio, terutama Radio Swara Semarang di era digital ini. Meskipun tidak bisa bertemu secara langsung, namun para pendengar tetap merasa diperhatikan kapan saja dan dimanapun.

4.4 Menyesuaikan Siaran dengan Perkembangan di Era Digital

Era digital menyebabkan terciptanya media-media baru yang lebih bervariasi. Hal ini tentu saja menimbulkan adanya persaingan antara media baru dengan media lama. Para industri media berbondong-bondong melakukan inovasi dan mengikuti perkembangan era digital untuk tetap mempertahankan eksistensi perusahaan industri media mereka. Sama halnya seperti Radio Swara Semarang. Mengikuti perkembangan di era digital tidak hanya dilakukan oleh perusahaan industri media saja, namun juga pekerja-pekerjanya, terutama penyiar Radio Swara Semarang.

Penyiar Radio Swara Semarang mau tidak mau harus mengikuti perkembangan era digital demi mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang. Hal ini juga dilakukan agar mempertahankan pendengar dan mendapatkan pendengar baru yang lebih luas jangkauannya. Sisi positif yang didapatkan dengan munculnya era digital ini, radio bisa melakukan digitalisasi dan merambah ke platform-platform baru seperti platform streaming, TikTok, Whatsapp, Instagram, dan sosial media lainnya. Siaran yang dulunya hanya dapat didengarkan di wilayah-wilayah sekitarnya saja karena terbatas hanya melalui frekuensi radio saja, kini dapat didengarkan dimana saja dan kapanpun karena radio sudah bisa didengarkan melalui platform streaming tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Tentunya dengan bantuan penyiar yang harus mengikuti perkembangan zaman sesuai dengan segmentasi pendengar yang kini jangkauannya sudah lebih luas.

Kelima informan dalam wawancara yang sudah dilaksanakan memiliki strategi utama dalam mengikuti perkembangan zaman di era digital ini, yaitu dengan mengikuti atau memahami hal-hal yang sedang trending dan viral. Dengan mengikuti perkembangan dan mengangkat tema siaran yang sedang trending akan membuat pendengar semakin tertarik untuk mendengarkan. Hal-hal yang sedang viral tidak hanya mencakup topik yang sedang hangat saja, melainkan juga mencakup bahasa kekinian yang sedang viral. Dua hal tersebut tentunya dapat membangkitkan emosi pendengar juga, sesuai dengan mode persuasif dalam bidang *pathos*. Pendengar akan mendalami pesan yang disiarkan apabila ikut memahami tema yang dibicarakan.

Selain mengangkat topik siaran dengan topik-topik trending yang sedang hangat dibicarakan, kelima informan juga belajar untuk memahami perkembangan teknologi dan cara bersiaran di platform-platform streaming. Untuk menjangkau pendengar baru, tidak jarang juga kelima informan selaku penyiar Radio Swara Semarang melakukan *live streaming* di sosial media seperti TikTok. Jadi, para penyiar perlu memahami bagaimana sistem dan cara *live streaming* dan harus lebih interaktif dengan para pendengar.

Informan kelima, Ervin Tegar, menambahkan bahwa membangun emosional pendengar tidak hanya dengan mengikuti perkembangan zaman saja. Memang perlu dilakukan konvergensi, namun dalam bersiaran harus tetap mempertahankan ciri khas Radio Swara Semarang yang cukup kental dengan budaya Jawa dan logat Semarang. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan edukasi seperti kosa kata Bahasa Jawa, konten-konten daerah, serta

memberikan umpan balik terkait situasi di daerah pendengar yang tentunya akan lebih membangkitkan emosi pendengar.

Strategi-strategi tersebut dilakukan oleh kelima informan dengan menyesuaikan segmentasi pendengar. Biasanya kosa kata atau bahasa gaul tidak akan digunakan di program acara dengan segmentasi usia pendengar dewasa. Namun siaran sembari *live streaming* di sosial media dapat dilakukan ketika sedang bersiaran di semua program acara tanpa memandang segmentasi usia pendengar. Hal inilah yang tentu akan membantu penyiar Radio Swara Semarang dalam mempertahankan eksistensi radionya di era digital ini.

4.5 Strategi Digitalisasi Media Melalui Siaran *Live* TikTok

Melakukan siaran langsung (*live*) di TikTok merupakan salah satu strategi digitalisasi media oleh penyiar Radio Swara Semarang. Di mana sebelumnya, para penyiar melakukan uji coba siaran *live* TikTok dengan durasi satu jam. Masing-masing penyiar melakukan siaran langsung selama tiga kali seminggu di salah satu program acara yang mereka siarkan. Tidak ada ketentuan atau aturan oleh manajemen, sehingga penyiar Radio Swara Semarang melakukan siaran *live* di TikTok sesuai inisiatif mereka sendiri. Melihat platform TikTok yang ramai, mereka menggunakan kesempatan tersebut untuk dapat menjangkau lebih banyak audiens.

Setelah wawancara dilaksanakan, hasil wawancara antar informan berbeda-beda. Karena tidak ada ketentuan, maka dari itu para informan memiliki persiapan serta format selama siaran berlangsung yang berbeda-beda. Namun kelima informan sama-sama memperhatikan penampilan mereka sebelum siaran

berlangsung. Selain itu, mereka mengatur pencahayaan menggunakan *lighting* dan melakukan siaran melalui *handphone* studio Radio Swara Semarang. Ada juga yang memperhatikan angle dan latar belakang (*background*) supaya penonton mengetahui profil Radio Swara Semarang.

Persiapan-persiapan yang dilakukan oleh para informan sangat mempengaruhi kualitas siaran *live* TikTok mereka. Dengan penampilan yang rapih, pencahayaan yang cukup dan terang, serta background yang mencirikan Radio Swara Semarang mempengaruhi citra Radio Swara Semarang sendiri. Hal-hal ini juga sangat mempengaruhi ketertarikan para audiens untuk menonton siaran live Radio Swara Semarang.

Ketika siaran TikTok berlangsung, para penyiar Swara Semarang interaktif dengan pendengar dan penonton. Penyiar menyampaikan topik yang menarik sesuai segmentasi acaranya. Berbasa-basi hingga menanyakan kabar supaya penonton aktif menanggapi. Dengan penyiar Radio Swara Semarang yang ramah dan topik yang menghibur, penonton-penonton baru menjadi tertarik dan kemudian mengikuti akun TikTok Swara Semarang.

Siaran langsung melalui TikTok yang dilakukan oleh para penyiar Radio Swara Semarang ini dirasa efektif untuk menjangkau pendengar baru dan menambah pengikut akun Swara Semarang. Banyak pengguna TikTok yang baru mengetahui eksistensi Radio Swara Semarang setelah menonton siaran *live* para penyiar. Terdapat penonton lama yang akhirnya bernostalgia dan mendengarkan Radio Swara Semarang. Tentunya hal tersebut mampu mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang dan menjangkau audiens lebih banyak.

BAB V

PENUTUP

Pada bab terakhir dalam penelitian ini, peneliti membahas mengenai strategi penyiar radio dalam mempertahankan eksistensi Radio Swara Semarang di era digital dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan analisis data berdasarkan teori retorika oleh Aristoteles. Sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh penyiar Radio Swara Semarang dalam mempertahankan eksistensi radionya di era digital yang harus bersaing dengan dengan media-media baru lainnya. Berdasarkan masalah yang diteliti dalam kaitannya dengan temuan dan analisis data yang telah dikemukakan, maka peneliti dapat menyimpulkan penelitian ini sebagai berikut.

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini, peneliti berhasil menemukan data mengenai gambaran strategi yang dilakukan oleh penyiar Radio Swara Semarang dalam mempertahankan eksistensi radio mereka di era digital ini. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa kelima informan memiliki beberapa detail strategi yang berbeda menyesuaikan dengan karakteristik mereka masing-masing. Namun secara garis besar, kelima informan memiliki strategi yang sama, yaitu:

1. Penyiar Radio Swara Semarang menerapkan nilai etika serta kredibilitas informasi kepada para pendengar. Penerapan strategi ini dilakukan melalui proses penggalian informasi serta menyusun kalimat dan gaya bahasa yang sesuai dengan khalayak. Menerapkan nilai etika selama bersiaran membuat para pendengar merasa dihormati. Sedangkan

memberikan informasi yang kredibel mampu membangun kepercayaan dan keyakinan pendengar terhadap Radio Swara Semarang sebagai sumber berita di era digital ini.

2. Strategi selanjutnya, penyiar Radio Swara Semarang memilih topik yang relevan dengan segmentasi acara dan khalayak. Setelah menetapkan topik yang sesuai, para penyiar Radio Swara Semarang juga mempersiapkan naskah serta poin-poin penting yang akan disampaikan ketika bersiaran. Hal ini akan membuat para pendengar menjadi tertarik untuk mendengarkan siaran serta, mendapatkan informasi dan pesan yang jelas, serta nyaman mendengarkan Radio Swara Semarang karena penyiar menyampaikan alur informasi dengan urut dan jelas.
3. Membangun hubungan kedekatan dengan pendengar untuk membangkitkan perasaan emosional yang dapat mempengaruhi pendengar dalam menerima dan menanggapi informasi yang disampaikan. Penyiar Radio Swara Semarang selalu melibatkan pendengar di setiap siaran agar tercipta komunikasi dua arah. Penyiar Radio Swara Semarang memposisikan diri mereka sebagai teman dari pendengar agar tercipta keakraban antara penyiar dengan pendengar. Mulai dari memberikan perhatian kecil, seperti ucapan selamat, memberikan saran, membalas pesan mereka, hingga mendengarkan isi hati para pendengar. Hal ini menyebabkan loyalitas pendengar semakin meningkat untuk tetap menjadikan Radio Swara Semarang sebagai sumber hiburan di era digital.

Strategi-strategi tersebut mampu membantu Radio Swara Semarang tetap bisa bertahan di era digital yang penuh persaingan dengan media-media baru. Selain pihak perusahaan yang melakukan konvergensi dan digitalisasi media, penyiar Radio Swara Semarang sebagai citra radio juga berperan penting dalam mempertahankan eksistensi radionya sebagai sumber hiburan para pendengar di era digital ini. Strategi-strategi yang dilakukan Radio Swara Semarang membuat khalayak mendapatkan kesan yang berbeda, dimana pendengar tidak akan mendapatkan kesan yang sama di media-media lainnya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penyusunan penelitian, peneliti menemukan adanya keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan, yaitu teori retorika Aristoteles. Mungkin penelitian ini dapat dianalisis menggunakan teori lainnya, namun peneliti merasa sudah cukup karena penelitian ini membahas seputar strategi penyiar Radio Swara Semarang yang berkaitan dengan penyampaian pesan serta informasi kepada pendengar.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk Gajahmada Group

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan Gajahmada Group selaku manajemen yang menaungi Radio Swara Semarang dapat lebih aktif dalam memperkenalkan Radio Swara Semarang melalui konten-konten yang diunggah di

sosial media. Konten-konten tersebut akan sangat membantu mempromosikan Radio Swara Semarang dan menjangkau pendengar baru yang lebih luas serta menarik perhatian pendengar dengan usia muda. Gajahmada Group juga diharapkan agar mampu menyusun format dan menyusun jadwal untuk siaran *live* TikTok Swara Semarang agar lebih tertata rapi.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dalam lingkup yang lebih luas, tidak hanya strategi dalam mempertahankan radio di era digital saja, bisa juga strategi dalam meningkatkan audiens. Serta diharapkan juga agar dapat mencari atau meneliti strategi yang dilakukan oleh penyiar di stasiun radio lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Adiprasetyo, J., & Wibowo, K. A. (2020). *Konvergensi Jurnalisme: Reorganisasi, Komodifikasi dan Eksploitasi. In Komunikasi Organisasi dalam Era Post-Modern*. Bandung: Unpad Press.
- Alaslan, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research Fifth Edition*. Los Angeles: SAGE.
- Djamil, M. (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hozila, H. D. (2014). *Reportase Radio & Televisi*. Yogyakarta: PT. Indeka.
- Jaya, M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media.
- Rianto, P. (2020). *Modul Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Widina Media Utama.
- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Jurnal :

- Ahmad., & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan Dan Analisis Data Kualitatif. *In Proceedings of Palangka Raya International and National Conference on Islamic Studies (PINCIS)*, 1(1), 173-186.
- Almas, A. F. (2019). Sumbangan Paradigma Thomas S. Kuhn dalam Ilmu Dan Pendidikan (Penerapan Metode Problem Based Learning dan Discovery Learning). *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(1), 89–106.
- Bakiyah, H., Indarsih, M., Yuniani, H., & Astuti, F. D. (2022). Strategi Komunikasi Public Relations PT Cakra Mahkota Dalam Customer Relations. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 3(1), 20–34.
- Brennen, J. S., & Kreiss, D. (2016). Digitalization. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*, 3(1), 1-11.
- Dhamayanti, M. (2019). Pemanfaatan Radio Di Era Digital. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3(2), 82–89.
- Fikry, A. (2020). Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia. *Jurnal Humaniora*, 5(3), 137–145.
- Haqqu, R. (2020). Era Baru Televisi Dalam Pandangan Konvergensi Media. *Jurnal Rekam*, 16(1), 15–20.
- Harliantara, H. (2019). Website pada Industri Penyiaran Radio di Indonesia: Live Streaming dan Podcasting. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(1), 82-100.

- Lathifah, K., & Ismandianto. (2021). Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital Dan Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(1), 130–142.
- Maharani, P., Lestahulu, S., & Alfredo, R. (2022). Transformasi Radio Konvensional di Era Digital (Studi Kasus Pada Radio Duta 90.9 FM Ambon). *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*, 1(2), 1–18.
- Nirwana, P., & Purnamasari, O. (2020). Komunikasi Siaran Radio Di Era Digital Guna Mempertahankan Budaya Betawi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 4(1), 83–91.
- Nuning, I., Rosshita, O. S., Subanda, N., & Paramatha, N. D. (2023). Ekologi Media Oleh Radio Republik Indonesia (RRI) Denpasar Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digitalisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(1), 114–128.
- Habib, A., & Risnawati. (2019). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buah Pepaya Impor Di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Pertanian*, 21(2). 127-135.
- Setiawan, H., & Darmastuti, R. (2021). Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar Di Era Digital (Studi Konvergensi Media Dengan Pendekatan Budaya Lokal). *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(2), 159–174.

Yudono, K. D. A., Rahardi, R. K., Setyaningsih. Y., & Pranowo. (2020). Simulasi Penyiaran Radio Dan Reportase Televisi Dalam Pembelajaran Berbicara Monologika. *Jurnal Pena Indonesia*, 6(2), 55–70.

Skripsi :

Gozali, A. (2020). *Strategi Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia (RRI) di Bandar Lampung*. UIN Raden Intan Lampung.

Surahmanto, H. (2017). *Strategi Penyiaran Radio Songgolangit Fm Ponorogo Dalam Memberikan Informasi Seputar Ponorogo Pada Program Acara Graha Warta*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Novela, P. (2022). *Retorika Jurnalistik Pada Acara Mata Najwa Episode Pilih Al-Quran Atau Pancasila*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Website :

Anindita, K. (2022). *Retorika Aristoteles, Pentingnya Pertimbangkan Khalayak dalam Bicara*. Diakses pada 18 Juli 2024, dari <https://uici.ac.id/retorika-aristoteles-pentingnya-pertimbangkan-khalayak-dalam-bicara/>

APJI. (2018). *Hasil Survey Profil Internet Indonesia 2018 (Issue June)*. Diakses pada 15 Januari 2024, dari <https://survei.apji.or.id/>

Harris, M. (2022). *Era Digital dan Dampak Perkembangan Teknologi yang Pesat*. Diakses pada 6 Juni 2024, dari <https://www.gramedia.com/literasi/era-digital/>

Lestari, A. N. (2024). *Transformasi Gaya Hidup di Era Digital: Dampak dan Perubahan*. Diakses pada 7 Juni 2024, dari

https://unair.ac.id/post_fetcher/fakultas-ilmu-budaya-transformasi-gaya-hidup-di-era-digital-dampak-dan-perubahan/

Parengkuan, E. (2022). *Ethos, Logos & Pathos*. TALK INC. Diakses pada 4 Maret 2024, dari <https://talk-incorporation.com/ethos-logos-pathos/>

Qotrun, A. (2020). *Pengertian Metode Observasi dan Contohnya*. Diakses pada 5 Juni 2024, dari <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-metode-observasi-dan-contohnya/>

