

STRATEGI KOMUNIKASI RADIO VENUS FM MAKASSAR DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK PENDENGARNTYA

Oleh Audra Indah Lestari

Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra Universitas Muslim Indonesia

Amaluddin

Muhammad Ilham

Staff Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra Universitas Muslim Indonesia

ABSTRACT

The aims of this researcher are: (1) To find out how the Venus Fm Radio Communication Strategy Makassar in Increasing Listener Attractiveness. (2) To find out what are the obstacles faced by the Venus Fm Makassar Radio Communication Strategy in increasing the Attractiveness of its Listeners. This research lasted for one month. The type of research used in this thesis is descriptive qualitative method, the data in this study were obtained from primary data and secondary data. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The data analysis technique is using qualitative data analysis. The results of this study indicate that the radio communication strategy of venus fm makassar in increasing the attractiveness of listeners is polite when speaking on the air, conveying relevant information, the language used is easy to understand. the program is made to suit the needs of listeners of radio venus and radio venus packs programs in an attractive manner every day updated according to the needs of listeners and broadcasts news with local content because local content is more popular with listeners. According to the target audience age 15-35 years. The strategy to be used must be considered selected and adapted to the goals of the organization or company. Radio Venus has 9 regular programs that are played from Monday to Saturday and has 12 special programs on Friday-Sunday. Barriers faced by Venus FM radio in Makassar in increasing the attractiveness of listeners From the obstacles above, namely from competition between media, namely good radio competition in programs owned and broadcasters owned. Radio Venus FM requires broadcasters to be able to do story telling, in order to make listeners feel comfortable and want to always listen to Radio Venus FM. Technical barriers are all obstacles, obstacles, and difficulties originating from supporting tools such as electronic devices and the internet and the existence of range limits and blocked networks if the electricity goes out.

Keywords: Communication Strategy, Venus FM Radio, Attractiveness, Listeners

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi telah memunculkan pergeseran, berbagai bentuk media informasi yang mampu memudahkan dalam berinteraksi sosial. Kemajuan teknologi komunikasi tersebut bisa memberikan dampak bagi para penggunaannya berdasarkan sisi positif dan negatif.

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, film, TV, radio. Salah satu media yang menyajikan informasi dengan cepat serta ditunjang dengan teknologi tinggi adalah media radio.

Radio merupakan teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal menggunakan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan juga mampu merambat lewat ruang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium atau pengangkut. Radio juga adalah salah satu bentuk dari komunikasi massa.

Melalui radio suatu komunikasi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada khalayak banyak dapat berlangsung pada waktu yang singkat dan komunikasi akan menerima komunikasi secara bersamaan walaupun ditempat yang berbeda. Radio merupakan salah satu pilihan media hiburan dan informasi ternyata tidak kalah pamor dengan media cetak juga elektronik, info kesehatan, teknologi, gaya hidup, info seni dan budaya, berita politik, ekonomi, kriminalitas, agama bahkan isu artis bisa didengar secara gratis dari subuh sampai tengah malam. (Asep, 2009, h.21).

Kelebihan dari media radio adalah jangkauan yang jauh dan tidak terhalang dengan ruang, dan biaya relatif rendah (dalam artian hardware-nya serta dalam produksi siarannya) dapat diterima oleh masyarakat dan dapat menjangkau daerah cukup luas setiap waktu, setiap tempat, dan melibatkan siapa saja, di mana saja serta praktis. sehingga lebih banyak masyarakat yang dapat mendengarnya.

Perkembangan radio di kota Makassar cukup pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan radio lainnya yang berdiri. Akan tetapi radio venus fm makassar memberikan informasi cerdas, aktual, dan berwawasan khusus dibidang musik dan informasi lainnya. Radio Venus FM Makassar memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan perannya sebagai media informasi.

Di era digital saat ini tentunya membuat Radio venus fm makassar gencar dalam hal menarik perhatian pendengarnya, dan baik itu dalam pengelolaan media social. Radio Venus FM sendiri memiliki sapaan untuk pendengar yaitu pencinta venus dan memiliki ciri khas tersendiri lebih ke musik Indonesia. Dalam radio venus fm memiliki strategi dalam meningkatkan daya tarik pendengar yaitu sopan ketika berbicara, menyampaikan informasi yang relevansi, dan berbahasa yang mudah dimengerti agar pendengar tertarik mendengarkan radio venus dan lebih akrab kependengarnya

Dari survey Ac Nielsen, radio venus fm makassar yang tetap bertahan. Di posisi kedua all segmen dan untuk segmented untuk usia 20-35 tahun itu radio venus yang pertama. Radio Venus memiliki strategi dalam meningkatkan daya tarik pendengar dengan cara mengumpulkan data (survey) diberbagai tempat dan melihat apa saja yang

pendengar butuhkan, untuk mencari tahu kesenangan atau yang lagi terkenal saat ini dikalangan khalayak/pendengar serta melihat informasi apa yang saat ini lagi (happening) dan di update sesuai kebutuhan pendengar agar dapat berpartisipasi sehingga Radio Venus bisa melihat seberapa besar antusias pendengarnya.

Upaya berdirinya suatu usaha yang bergerak dalam bidang broadcasting (penyiaran) yaitu penyajian program yang menarik, hal ini dapat menggunakan dengan salah satu komponen program yang dibawakan oleh seorang penyiar radio yaitu siaran yang variatif. Siaran Radio yang bagus dan bervariasi tentu dapat menarik perhatian konsumen atau pendengar, sehingga dibutuhkan sistem siaran yang lebih baik.

Penulis tertarik mengambil penelitian ini karena ingin mengetahui Bagaimana Strategi yang digunakan oleh Radio Venus FM Makassar sehingga mampu bertahan di tengah banyaknya persaingan diantara perusahaan radio makassar. Radio Venus FM Makassar saat ini memiliki banyak pesaing diataranya tercatat kurang lebih 20 Radio yang ada di kota Makassar.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti tertarik meneliti secara mendalam tentang “*Strategi Komunikasi Radio Venus Fm Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengarnya*”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi komunikasi radio venus FM makassar dalam

meningkatkan daya tarik pendengarnya?

2. Apa hambatan yang dihadapi Strategi Komunikasi Radio Venus Fm Makassar Dalam meningkatkan Daya Tarik Pendengarnya?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Radio Venus Fm Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengarnya.
2. Untuk mengetahui Apa hambatan yang dihadapi Strategi Komunikasi Radio Venus Fm Makassar Dalam meningkatkan Daya Tarik Pendengarnya

Manfaat Penelitian

1. Akademis

Penelitian ini dapat menjadi acuan mahasiswa atau kampus lain, untuk menjadi bahan surat keterangan melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan media massa.

2. Teoritis

Secara teoritis Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang ilmu komunikasi dan mengembangkan ilmu komunikasi khususnya mengenai Strategi Komunikasi Radio Venus Fm Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengarnya.

3. Praktis

Melalui Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi Masyarakat atau khalayak pendengar mengenai Strategi Komunikasi Radio Venus Fm Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengarnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Komunikasi mengandung makna bersama-sama(common). Istilah komunikasi atau communication berasal dari bahasa Latin,yaitu communicatio yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya communis, yang bermakna umum atau bersama-sama. Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing. Ingat bahwa sejarah ilmu komunikasi,ia dikembangkan dari ilmuwan yang berasal dari berbagai disiplin ilmu.

1. Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996: 4) mendefinisikan komunikasi demikian:"*A process by which a source transmits a message to a reciever through some channel.*" (Komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran.)

2. Hoveland (1948: 371) mendefinisikan komunikasi, demikian: "*The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify, the behaviour of otherindividu*". (Komunikasi adalah proses di mana individu mentransmisikan stimulus untuk mengubah perilaku individu yang lain.)

3. Gode (1969: 5) memberi pengertian mengenai komunikasi, sebagai berikut: "*It is a process that makes common to or several what was the monopoly of one or some.*" (Komunikasi adalah suatu proses yang membuat kebersamaan bagi dua atau lebih yang semula monopoli oleh satu atau beberapa orang.)CErey sebagaimana dikutip oleh Anwar Arifin (1995:24) mengatakan bahwa : "*Communication is essentially the*

relationship set up bay the transmission stimuli and the evocation of responsse".

4. Raymond S. Ross (1983: 8) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator.

5. Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid (1981: 18) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam. Menurut Harold D. Lasswell, sebagaimana dikutip oleh Sendjaja (1999:7) cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut: *Who Says what In which Channel To Whom With What Effect?* (Siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana?)

6. Sedangkan Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (1964:527) mendefinisikan komunikasi, sebagai berikut: "*Communi-cation : the transmission of information, ideas, emotions, skills, etc.by the uses of symbol ...*" (Komunikasi adalah transmisi informasi,gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.) Definisi-definisi sebagaimana dikemukakan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun, paling tidak kita telah memperoleh gambaran tentangapa yang dimaksud komunikasi, sebagaimana yang diungkap-kan oleh Shannon dan Weaver (1949), bahwa

komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

Unsur-Unsur Komunikasi

Agar sebuah proses komunikasi menjadi efektif, diperlukan unsur-unsur yang paling mendasar sebagai persyaratan terjadinya komunikasi. Terdapat tiga unsur yang paling mutlak yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi, yaitu:

1. Komunikator, manusia yang menyatakan pesan kepada komunikan yang dapat berupa individu atau kelompok;
2. Komunikan; manusia yang menerima pesan dari komunikator;
3. Saluran/Media; jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator kepada komunikan yang digunakan oleh pengirim pesan.

Fungsi-Fungsi Komunikasi

komunikasi mempunyai empat fungsi utama, yaitu:

1. Kontrol: Fungsi ini menjelaskan bahwa untuk mengontrol perilaku anggota dalam suatu organisasi diperlukan cara-cara dalam bertindak.
2. Motivasi: Komunikasi menjaga motivasi dilakukan dengan cara menjelaskan kepada anggota tentang apa yang harus dilakukan, seberapa baik pekerjaan mereka dan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja sekitarnya yang dinilai kurang baik;
3. Ekspresi emosional: Fungsi komunikasi ini adalah sebagai jalan keluar dari perasaan-perasaan anggotanya dalam memenuhi kebutuhan sosial.

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengaturan yang disusun agar komunikasi berjalan efektif sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Tujuan umum dari komunikasi biasanya adalah membuat komunikan memiliki makna yang sama terhadap pesan yang disampaikan atau membuat komunikan memiliki pemikiran atau sikap seperti yang diinginkan oleh komunikator. Dengan kata lain, tujuan komunikasi biasanya untuk memengaruhi orang lain.

Pengertian strategi komunikasi menurut Effendy adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang. (Effendy 2011)

Radio

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat, dan bisa dibawa atau didengarkan di mana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya.

Radio merupakan media massa elektronik tertua dan masih digunakan sampai saat ini di Indonesia belum semua daerah dapat menerima sinyal yang bersifat digital karena tidak adanya atau kurang efektifnya sinyal internet di daerah mereka, oleh karena itu radio masih banyak digunakan dipelosok Indonesia sehingga membuat masyarakat pedalaman tidak ketinggalan informasi yang beredar di kota.

Kekuatan dan Kelemahan Radio

1. Kekuatan radio

Siaran menurut penulis antara lain bersifat langsung, dimana program yang disampaikan tidak mengalami proses yang kompleks. Berita, informasi, atau pesan yang disampaikan dari para pendengar dapat langsung diutarakan saat itu. Informasi tersiar lebih cepat dan aktual. Laporan langsung para pendengar mempunyai daya tarik karena memiliki sifat yang serba 'hidup' berdasarkan apa yang mereka ketahui, saksikan, dan rasakan. Radio memiliki kedekatan, karena masalah yang dibahas berasal dari masalah keseharian yang dihadapi pendengar. Apalagi dengan dukungan kemajuan teknologi seperti handphone, interaksi di antara publik pendengar radio bisa makin erat.

2. kelemahan radio

Informasi dari para pendengar sifatnya terbatas, sekilas dengar dan tidak bisa detail. Kualitas sinyal telepon selular yang tidak stabil setiap saat sehingga suara tidak jelas dan sambungan mudah putus, tidak semua pendengar bisa berbicara lancar. Ditambahkan oleh Brandt, Sasono, dan Gunawan (2001:142) siaran interaktif selalu ada penelepon 'berlangganan' yang selalu ikut di hampir setiap program interaktif yang komentarnya bisa membosankan, atau disampaikan dengan cara bertele-tele/banyak

bicara sehingga menghabiskan waktu, mereka hanya ingin mendengarkan suaranya sendiri di udara. Tak terkecuali juga pendengar yang sering berkomentar atas sesuatu dengan kata-kata yang kasar atau nylekit.

Karakteristik Radio

Ada beberapa karakteristik radio yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Auditori. Radio adalah “suara”, untuk didengar, karena itu isi siaran bersifat “sepintas lalu” dan tidak dapat diulang. Pendengar tidak mungkin menoleh ke belakang sebagaimana membaca koran yang bisa kembali kepada tulisan yang sudah dibaca atau mengulang bacaan.
2. Transmisi. Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancar (transmisi).
3. Mengandung Gangguan. Seperti timbul-tenggelam (fading) dan gangguan teknis “channel noise factor”.
4. Theatre of Mind. Radio menciptakan gambar (makes picture) dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar, bahkan tentang sosok penyiar sendiri. Identik dengan Musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media untuk mendengarkan musik.

Karakteristik pendengar

Dengan karakteristik serta keunggulan dan kelemahan radio diatas, pendengar radio pun memiliki karakteristik tersendiri, yaitu:

- a. Heterogen
Massa pendengar terdiri dari orang-orang yang berbeda usia, ras, suku, Agama, strata sosial, latar belakang sosial-politik-budaya, dan kepentingan.
- b. Pribadi
Radio is personal Pendengar adalah individu-individu, bukan tim atau

organisasi karenanya, komunikasi yang berlangsung bersifat interpersonal (antar pribadi), yakni penyiar dengan pendengar, dengan gaya “ngobrol”. Penyiar harus membayangkan seolah-olah sedang berbicara kepada satu orang saat siaran.

- c. Aktif
Pendengar radio siaran tidak pasif, tetapi berfikir dapat melakukan interpretasi, dan menilai yang didengarnya.
- d. Selektif
Pendengar dapat memilih gelombang, frekuensi, atau stasiun radio mana saja sesuai selera. Penyiar tidak bisa “memaksa” pendengar stay tune di gelombang yang sama setiap hari.

Jenis-Jenis Radio

Jenis-jenis siaran Radio dapat dibagi ke dalam tiga kategori yaitu ditinjau dari segi frekuensi, gelombang, dan dari penyelenggara (Dalam; Nurhasanah nana 2010).

- 1. Berdasarkan frekuensi Frekuensi adalah ukuran jumlah putaran ulang peristiwa dalam selang waktu yang diberikan. Dalam hasil perhitungan dinyatakan dalam satuan Hertz (hz) yaitu nama pakar fisika Jerman Heinrich Rudolf Hertz, penemu dari fenomena ini. Berdasarkan frekuensi Radio terbagi dalam dua bagian yaitu; Amplitudo Modulasi (AM), dan Frekuensi Modulasi (FM).
- 2. Berdasarkan gelombang
 - a. Gelombang panjang (long wave). Gelombang jenis ini memiliki signal yang panjang sehingga mampu menjangkau range area yang sangat luas.
 - b. Gelombang pendek (short wave). Gelombang yang

menggunakan udara sebagai mediator.

- c. Gelombang medium (medium wave). Gelombang yang menggunakan permukaan bumi sebagai mediator.

3. Berdasarkan penyelenggara

- a. Radio Milik Negara Stasiun Radio yang pelaksanaannya dilakukan oleh lembaga negara dan untuk kepentingan negara. Seperti Radio Republik Indonesia (RRI) sebelum menjadi lembaga penyiaran publik, yang berstatus sebagai perusahaan jawatan (perjan) yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang tidak mencari untung.

- b. Radio Publik

Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI dikembangkan/ dibangun mengacu pada UU No. 32/ 2002 dan PP No. 12/ 2005 sebagai lembaga yang independen, netral dan tidak komersial dan berfungsi melayani kepentingan masyarakat, sebagai corong publik bukan corong pemerintah.

- c. Radio Swasta/ Komersial
Radio siaran swasta FM dan AM yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, penyelenggaraan Radio swasta tentunya lebih memfokuskan pada keuntungan, pengelolaan Radio swasta berdasarkan hasil rating oleh surveyor dan juga selera/ atau kreatifitas pengelola. Kepentingan

Radio swasta diarahkan kepada segmen pasar yang disasar. Dalam siarannya Radio swasta mengikuti keinginan dan selera pasar. Hidup dan matinya Radio swasta terletak pada pemasang iklan.

d. Radio Komunitas

Adalah stasiun siaran Radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, di inisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas. Pelaksanaan penyiaran (seperti Radio) komunitas disebut sebagai lembaga penyiaran komunitas. Radio komunitas juga sering disebut sebagai Radio sosial, Radio pendidikan atau Radio alternatif. Intinya Radio komunitas adalah “dari, oleh, untuk dan tentang komunitas”, (Wikipedia 2011).

e. Radio Asing

Radio luar negeri yang bisa didengar di Indonesia, biasanya menggunakan jaringan satelit.

Teori Pendukung

1. Teori Rencana (Theory Of Planning)

Charles Berger adalah pencetus teori rencana (*theory of planning*) sebagai salah satu teori yang cukup terkenal dalam ilmu komunikasi. Teori rencana menjelaskan proses yang dilalui seseorang dalam merencanakan perilaku komunikasi mereka. Studi mengenai rencana komunikasi sebagai salah satu bidang kognitif manusia ini mendapatkan perhatian besar dari para ahli khususnya para ahli psikologi. Para ahli

sebelumnya tidak terlalu memberikan perhatian pada hubungan antara rencana kognitif manusia dengan perilakunya, dan Berger berharap dapat menjembatani kekosongan ini dengan berbagai riset dan teorinya. Dengan kata lain, rencana adalah gambaran mental (*mental images*) dari sejumlah langkah yang akan ditempuh seseorang untuk mencapai suatu tujuan. Langkah-langkah yang akan dilalui itu bersifat hierarkis atau berjenjang, karena tindakan tertentu dibutuhkan lebih dahulu agar tindakan lainnya dapat dilakukan. Dengan demikian perencanaan (*planning*), adalah proses memikirkan berbagai rencana tindakan.

2. Teori S-O-R

Teori ini pada dasarnya mengatakan bahwa efek merupakan reaksi terhadap situasi tertentu. Seorang dapat mengharapkan sesuatu atau memperkirakan sesuatu dengan sejumlah pesan yang disampaikan melalui penyiaran. Teori ini memiliki tiga elemen, yakni (a) Pesan (stimulus); (b) Penerima (receiver); dan (c) efek (respons).

Prinsip teori stimulus kemudian memunculkan teori turunan yang disebut teori jarum hipodermik, yaitu teori klasik mengenai proses terjadinya efek media massa.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat postpositivisme, karena digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi

(gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2011). Sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini yaitu gambaran deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan Strategi Komunikasi radio Venus FM Makassar dalam meningkatkan daya tarik pendengarnya. Penelitian kualitatif adalah peneliti yang memiliki tingkat kritisisme yang lebih dalam dari semua proses penelitian. Kekuatan kritisisme peneliti menjadi senjata utama menjalankan semua proses penelitian.

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Sumber data ini berupa responden atau subjek riset dari hasil wawancara dan observasi yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil dari sumber kedua atau sumber sekunder, yang sifatnya melengkapi data-data primer seperti buku-buku, data dari perpustakaan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan objek penelitian

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan. Tetapi tidak semua hal – hal perlu diamati oleh peneliti hanya hal – hal yang terkait atau sangat relevan dengan strategi komunikasi radio venus fm Makassar dalam meningkatkan daya tarik pendengarnya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik untuk mengumpulkan data dan informasi. Kegiatan tersebut dilakukan dengan dua alasan, pertama, dengan wawancara peneliti dapat menggali apa yang tersembunyi jauh di dalam diri subjek penelitian. Kedua, apa yang ditanyakan kepada informan biasa mencakup hal – hal yang bersifat lintas waktu. Yang berkaitan dengan masa lampau, masa sekarang, dan juga masa mendatang.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Krisyantono, 2006 : 120). Dokumentasi penting untuk memperkuat informasi yang didukung oleh arsip atau dokumen publik atau dokumentasi privasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Strategi Komunikasi Radio Venus FM Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengar.

Onong Uchjana Effendy (1999: 32) mengatakan strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication manajemen) untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Adanya strategi yang baik akan mempermudah suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Strategi juga dapat diartikan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang harus dijalankan saat ini sesuai dengan situasi dan kondisi untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini berarti bahwa

setiap perusahaan atau organisasi selalu mempunyai strategi.

Berdasarkan hasil penelitian pada Radio Venus, dapat dijelaskan beberapa

strategi komunikasi dalam meningkatkan daya tarik pendengarnya sebagai berikut.

1. Sopan ketika berbicara di udara

Dalam upaya mempertahankan daya tarik pendengar, Radio Venus FM Makassar melakukan strategi yaitu sopan ketika berbicara di udara adalah strategi awal dari radio venus fm untuk mengetahui bahwa pendengar/khalayak yang menjadi sasaran dengan tujuan agar pesan dapat tersampaikan dan diterima oleh pendengar/khalayak dengan baik.

2. Menyampaikan informasi relevansi

Strategi kedua yang dilakukan oleh Radio Venus FM Makassar adalah Menyampaikan informasi yang relevansi kepada khalayak/pendengar yang tepat dalam berbagi informasi yang actual dan disesuaikan oleh keadaan juga situasi khalayak, bila sedang dalam perjalanan para pendengar umumnya mendengarkan Radio Venus melalui radio mobile dan para penyiar juga menyiarkan informasi berupa lalu lintas dan tips-tips supaya terbebas dari kemacetan dan rawan kecelakaan.

3. Bahasa yang digunakan mudah dimengerti.

Strategi kedua yang dilakukan oleh Radio venus fm Makassar yaitu memberikan tutur bahasa yang baik untuk pendengar/khalayak yang bisa mudah dimengerti.

Menurut Asnillah NR Jhonny, Director Radio Venus mengatakan bahwa:

“Radio Venus FM sendiri memiliki sapaan untuk pendengar yaitu pencinta venus dan memiliki ciri

khas tersendiri lebih ke musik Indonesia. Diradio itu kita menggunakan bahasa tutur biar lebih akrab kependengarnya yaitu bahasa sehari-hari”. (Kamis,16 september 2021)

Dalam radio venus fm memiliki strategi dalam meningkatkan daya tarik pendengar yaitu sopan ketika berbicara,menyampaikan informasi yang relevansi,dan berbahasa yang mudah dimengerti agar pendengar tertarik mendengarkan radio venus dan lebih akrab kependengarnya.

“Jumlah pendengar radio venus tersendiri ada 25ribu pendengar” (Jumat,24 september 2021).

Dalam meningkatkan daya tarik pendengar, radio venus memiliki program unggulan Radio Venus memiliki beberapa strategi diantaranya:

1. Menyajikan informasi yang update

Yang dimaksud disini adalah informasi yang terbaru dan yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat yang disajikan bukan hanya dari Makassar tetapi diluar Makassar juga yang sedang happening (kejadian/terjadi).

“Yang pasti programnya itu yang kita buat harus sesuai dengan kebutuhan pendengarnya radio venus yang maunya seperti apa dan kita mengemas program secara menarik setiap hari di update sesuai kembali kebutuhan pendengar dan menyiarkan berita-berita yang bermuatan lokal karena konten lokal lebih digemari sama pendengar” (Kamis,16 september 2021)

2. Tidak keluar dari konsep program

Yang dimaksud tidak keluar dari konsep program itu sendiri adalah tidak melanggar apa yang menjadi konsep program tersebut yang telah ditetapkan. setiap program masing-masing memiliki konsep tersendiri dimana itulah yang menjadi ketetapan dan konsep saat siaran diudara yang disajikan kepada pendengar Radio Venus.

3. Konsisten

Konsisten disini adalah kemampuan untuk terus menerus berusaha sampai suatu pencapaian berhasil diraih untuk kesuksesan program kedepannya menyajikan lewat udara informasi yang aktual, terpercaya dan bukan hoax kepada pendengar setia Radio Venus sehingga mampu mempertahankan pendengarnya.

4. Sering mengupgrade program-program

Dalam hal ini Menguprgrade ialah meningkatkan dan mengembangkan program-program itu sendiri baik dari segi item konten-kontennya atau acara didalam program itu memunculkan hal baru meskipun program dan nama yang sama tapi isi didalam program itu yang dirubah dan di tingkatkan sehingga lebih menarik dan disukai oleh pendengar radio venus.

5. Mengetahui Kebutuhan-Kebutuhan

Para Pecinta Radio Venus

Dalam hal ini radio venus menganalisa apa yang menjadi kebutuhan pendengar radio sehingga mereka tidak bosan mendengarkan dan tidak berpindah frekuensi. Cara yang dilakukan untuk mengetahui apa yang disukai dan yang diinginkan oleh pendengar radio venus adalah dengan bertanya kepada pendengar Radio Venus mengenai apa yang mereka inginkan melalui telepon.

6. Mengadakan Evaluasi

Setiap Seminggu Mengevaluasi disini artinya mengontrol program-program setiap minggunya baik dari segi siaran program, rundown, maupun pendengarnya.

7. Bekerjasama

Dengan Media Dalam hal ini untuk radio Venus bekerjasama dengan media dalam mengyoundingkan (menyampaikan, menyiarkan) program-program Radio Venus termasuk didalamnya program-program unggulan. Diantaranya Bekerja sama dengan fajar dan tribun guna untuk mencapai tujuan yang direncanakan oleh stasiun Radio Venus.

8. Meeting Setiap Bulan

9. Penyiar yang akrab

Yang dimaksud disini adalah lebih hangat dan dekat kepada pendengar seakan-akan pendengar merasa bahwa penyiar hanya menyapa dirinya sendiri.

10. Survey kecil-kecilan

Dimana survei ini biasa dilakukan lewat telepon bertanya kepada pendengar radio venus apa yang mereka suka dan mereka inginkan.

Radio Venus memiliki strategi dalam meningkatkan daya tarik pendengar yaitu dengan cara mengumpulkan data (survey) diberbagai tempat dan melihat apa saja yang pendengar butuhkan, untuk mencari tahu kesenangan atau yang lagi terkenal saat ini dikalangan khalayak/pendengar serta melihat informasi apa yang saat ini lagi

(happening) dan di update sesuai kebutuhan pendengar agar dapat berpartisipasi sehingga Radio Venus bisa melihat seberapa besar antusias pendengar dalam mendegarkan Radio Venus. Untuk mengetahui apa saja yang masyarakat butuhkan.

Program-Program Radio Venus

N O	PROGRAM	WAKTU / TARGET USIA
1.	Halo Makassar Update berita dari koran lokal dan media online.	- 07.00-09.00 (Senin- Jumat) - 18-35 Tahun

	Mengajak Pencinta Venus ngobrol setiap harinya lewat NGOPI “Ngobrol Pagi Ini”. Ada info lalu lintas bekerjasama dengan DISKOMINF O dan berita cuaca dari BMKG Wilayah IV Makassar. Sejarah Hari Ini, membahas peristiwa penting yang pernah terjadi dengan tgl kejadian sama tgl hari ini.	
2.	Venus Aksi Pagi Menyajikan lagu-lagu Indonesia up beat dengan selipan info kesehatan dan tips sehat ringan, info unik, motivasi pagi. Spesial Hari Minggu ada Mitos, Insert (Minggu) Sentuhan Spirit Venus berisi cerita motivasi hidup khususnya untuk umat	- 06:00–07:00 (Setiap Hari) - 18–35 tahun

	Kristiani.	
3.	Sentuhan Imani Pencinta Venus berinteraktif dengan narasumber (Ustad Barlianta) untuk membahas masalah keagamaan mulai dari aqidah, ibadah, keluarga, dan akhlak khususnya untuk pembinaan generasi muda diselingi lagu religi.	- 05:00 – 06:00 (Senin – Sabtu) - 18 – 35 tahun
4.	Masuk Pagi Penyiar membicarakan informasi yang lagi update, topik topik menarik yang menghibur. Setiap hari Rabu ada content From Zero to Hero, tentang pengusaha UMKM yang inspiratif, Kamis tanya dong ustas dan Jumat Tanya Dokter. Dan setiap Senin sampai Jumat,	- 09.00-11.00 (Senin-Jumat) - 18-35 Tahun

	SALTO Salah Telpon Orang, menelpon Pencinta Venus yang ultah atau siapa saja dan mengerjai mereka dengan skenario dari orang –orang terdekat mereka.	
5.	LJDS Menghadirkan Lagu Oldies era 80-an genre cengeng dan mengajak Pencinta Venus bernostalgia lewat telepon, SMS, dan media social. Diselingin Informasi Aku dan Buah hatiku, Bincang Uang, Gizi, Psikologi Keluarga, Ada Apa di Balik dapur, dan info Cantik Lebih Lama.	<ul style="list-style-type: none"> - 11.00-13.00 (Senin-Sabtu) - 20-35 Tahun
6.	Venus Megazine Hadir dengan lagu-lagu hits, terbaru, dan lama. Info Life Style tips, kecantikan, Asmara, Solusi Mode. Insert	<ul style="list-style-type: none"> - 13.00-16.00 (Senin-Sabtu) - 15-35 Tahun

	inspirasi dari Tokoh atau hal-hal yang bisa memberikan inspirasi untuk kehidupan yang lebih baik. Setiap Selasa & Jumat hadir Cerpen Udara "Keyla Story", setiap hari Sabtu, ada tips secara live dari narasumber ahli.	
7	Masuk Sore Menyajikan lagu-lagu terpopuler saat ini dan yang bakal hits dalam format musical show, dilengkapi, info musisi, info populer. Untuk format interaktif, lewat telpon, WA, Fan Page, dan Twitter dihadirkan topic-topik singkat dan mengajak pendengar untuk ikut comment. Setiap hari Kamis Ada Kameo "Kamis Melo" lagu2 Melo,	<ul style="list-style-type: none"> - 16.00-18.00 (Senin-Jumat) - 15-35 Tahun

	Miss Fals, . Setiap Jumat ada Insert PENITY (Pesona Personality), Jutek Jumat Tegang.	
8	Traffic Music Menemani Pencinta Venus dalam perjalanan pulang. Insert Kotak Musik memberi kesempatan Pencinta Venus untuk mengisahkan kenangan dari lagu yang menyertai kisah romantis mereka atau kisah apa aja, via SMS & medsos. Juga Pencinta Venus dipilihkan beberapa lagu untuk dipilih dan dikirim ke siapaapun yang ingin mereka sapa.	- 18.00-20.00 (Senin- Sabtu) - 20-35 Tahun
9	Prime Request Program yang memberi ruang bagi Pencinta Venus yang ingin berkirim salam sekaligus request lagu	- 20.00-22.00 (Senin- Jumat) - 15-35 Tahun

	yang menjadi top request by SMS & medsos. Di hadirkan Hunting Request untuk yang tidak sempat telpon atau SMS. Laper – Lagu Baper pencinta venus disuguhkan lagu pilihan yg sesuai perasannya.	
10	Teman Cerita Menemani Pencinta Venus dalam suasana istirahat malam dengan menghadirkan lagu easy listening. Penyiar membaca ungkapan hati Pencinta Venus yang di posting lewat WA, SMS maupun Fanpage atas apa yang mereka rasakan. Penyiar menyampaikan coach.	- 22.00-24.00 (Sabtu- Minggu) - 20-35 Tahun
11	Male Box Program ini berbicara tentang dunia	- 18.00-20.00 (Setiap Jumat) - 20-35

	laki-laki secara detail yang bagi perempuan masih misteri, interaktif. Berupa topic yang dishare ke Pencinta Venus dan meminta comment mereka, lewat telpon, SMS, Sosial Media	Tahun
12	Flash Back Menghadirkan tema tahun 90an dengan format lagu tahun 90an. Memutar lagu yang diaranamen ulang. Sedikit 80an Akhir dan membicarakan yang hits di tahun itu, yang mengingatkan kita pada tahun 80-an 90an.	- 07.00-09.00 (Setiap Sabtu) - 18-35 Tahun
13	Zona Cinta Dua Jam membahas masalah asmara dengan pasangan dan akan ada TAKAR (Tanya Pakar) Cinta bersama Psikolog.	- 09.00-11.00 (Setiap Sabtu) - 15-35 Tahun
14	Ruang Musik Menyajikan	- 18.00-20.00 (Setiap

	lagu-lagu dari pemusik Indie baik lokal maupun nasional. Program ini juga sebagai ajang promosi band-band baru yang minor label (indie) diselingi info music. Dan meghadirkan tamu band indie dua kali sebulan.	Sabtu) - 15-35 Tahun
15	Obrolan Malam Jomblo Obrolan seputar jomblo, dibawakan tandem oleh 2 penyiar, ada tips seputar jomblo, ada curhat jomblo dan Mak Comblang	- 20.00-22.00 (Setiap Sabtu) - 15-35 Tahun
16	Show Malam Minggu Mengajak Pencinta Venus bercerita dan share tentang apa saja kegiatan mereka di malam minggu, khususnya lifestyle mereka.	- 22.00-24.00 (Setiap Sabtu) - 18-35 Tahun

	Liputan event ataupun tempat nongkrong yang banyak dikunjungi di malam minggu interaktif by phone dan SMS, Sosial Media.	
17	Special Sunday Program Request lagu Live phone atau SMS dan SOSMED dengan format lagu-lagu yang lagi populer saat ini. Dihadirkan juga Miss Kepo.	<ul style="list-style-type: none"> - 07.00-11.00 (Setiap Minggu) - 15-35 Tahun
18	Happy Weekend Program yang menghadirkan lagu-lagu peneman bersantai, topik-topik menarik, dan Komunitas yang dihadirkan secara Taping. Ada informasi unik, spotlight seputar peristiwa unik, dan informasi selebritis yang lagi happening.	<ul style="list-style-type: none"> - 12.00-16.00 (Setiap Minggu) - 15-35 Tahun

19	Venus Hits 40 Memutar 40 lagu-lagu terhits yang merupakan tangga lagu–lagu terpopuler pilihan pendengar selama sepekan, diselingi informasi musisi, penyanyi, dan wawancara artis. Ajang ini menjadi refrensi bagi label-label rekaman yang mensupport program ini.	<ul style="list-style-type: none"> - 16.00-19.00 (Setiap Minggu) - 15-35 Tahun
20	Viesta Venus Indonesia Star. Program yang mengupas tuntas profil-profil musisi dan lagu yang pernah hits dan evergreen, juga gossip-gossip yang sempat menyertai mereka.	<ul style="list-style-type: none"> - 19.00-20.00 (Setiap Minggu) - 18-35 Tahun
21	SABAR (Siaran Bareng Penyiar) Satu jam pertama Pencinta Venus siaran Bareng	<ul style="list-style-type: none"> - 20.00-22.00 (Setiap Minggu) - 15-35 Tahun

	Penyiar. Membahas satu topic dan membacakan requesan Pencinta Venus yang sudah gabung. Satu jam berikutnya sejam bareng requesan. Mengajak Pencinta Venus untuk Request lagu (lagu lama ataupun lagu baru yang populer).	
22	11-12 Program yang menghadirkan lagu-lagu peneman bersantai, topik-topik menarik, dan dihadirkan secara Taping.	- 11..00- 12.00 (Setiap Minggu) - 15-35 Tahun

Gambar 4.2 Profil Intagram Radio Venus
Gambar 4.3 Aplikasi Radio Mobile,Radio Venus

Adapun strategi yang diterapkan saat ini telah berhasil dalam meningkatkan daya tarik pendengar yaitu:

“Dari survey Ac Nielsen kami yang tetap bertahan. Untuk di posisi kedua all segmen dan untuk segmented lagi untuk usia 15-35tahun itu radio venus yang pertama”

Dari Ac Nielsen data yang dikeluarkan menyatakan bahwa radio venus

menduduki urutan nomor dua setelah gamasi untuk all segmen tetapi dalam posisi segmentednya radio venus menduduki urutan pertama.

Target Pendengar

Jenis Kelamin	Perempuan : 60% Pria : 40%
Tingkat Pendidikan	SLTA : 40% Sarjana : 60%
Status Sosial	A : 20% B : 45% C : 35%
Pekerjaan	Ibu Rumah Tangga : 15% Kerja Kantoran : 30% Pelajar : 40% Pengusaha : 15%
Umur	15-19 Tahun : 15% 20-24 Tahun : 35% 25-29 Tahun : 25% 30-35 Tahun : 10% >35 Tahun : 15%

Dari uraiannya diatas, dapat disimpulkan radio venus mampu bertahan dalam meningkatkan daya tarik pendengarnya. Radio Venus merupakan salah satu radio yang memiliki pendengar terbanyak, dengan segmentasi 15 – 35 tahun, 5 (lima) tahun ke depan segmen pendengar ini yang 15 (lima belas) tahun sebagian akan menjadi mahasiswa kaum intelektual dan lainnya menjadi usia produktif. Dan yang bersegmen 35 (tiga puluh lima tahun) akan lebih matang dan mantap di posisinya saat ini, untuk itu dibutuhkan strategi agar segmen tersebut terus menjadi pendengar Radio Venus. Salah satu up grade program.

Radio Venus FM Makassar selalu memberikan informasi daya tarik pendengarnya dan memberikan kenyamanan bagi pencinta venus. Salah satu cara dengan memberikan program yang tidak hanya hiburan tetapi juga harus edukatif, kreatif, dan inovatif agar menjadi bermanfaat bagi sang pendengar nantinya.

Menurut Ibnu Kihajar.A, Pendengar setia Radio Venus FM Makassar:

“Program yang saya suka diradio venus LJDS (Lupakan Jangan Dibuang Sayang) kita bisa dengar lagu-lagu nostalgia mulai tahun 80-an sampai 2000an. Setiap sore saya suka dengar radio venus walaupun sekarang adanya youtube dan media social lainnya.”(Jumat,17 September 2021).

Seperti halnya Nurmachfud Aswal Ashar, pendengar Radio Venus FM Makassar mengungkapkan bahwa:

“Program yang paling saya suka itu program malam minggu Viesta (Venus Indonesia Star) karena radio venus banyak program yang asik,hits,dan menemani kita malam minggunya.” (Kamis,16 september 2021)

Dari hasil wawancara di atas bahwa pendengar memberi tanggapan yang positif mengenai para program Radio Venus. dapat menyesuaikan diri dengan pendengar, cara programnya menyampaikan informasi mudah dipahami dan dimengerti, dapat membuat hati pendengarnya terasa nyaman, ramah tamah dengan pendengar, up to date, dan tidak membosankan saat siaran radio.

Adapun informan ketiga Afdaliani, pendengar Radio Venus FM Makassar,yaitu:

“Iya,program yang saya suka yaitu Masuk Sore alasan saya karena

memberikan informasi yang populer,informasi musik.dan penyiarnya asik” (Jumat,17 September 2021).

Hasil wawancara pendengar ketiga Radio Venus tersebut adalah salah satu juga penggemar Radio Venus yang sangat suka mendengarkan lagu-lagu untuk para anak muda di siaran Radio Venus.

Pendengar yang dimaksud penjelasan disini adalah pendengar sejatinya Radio Venus yakni yang selalu mengikuti perkembangan setiap program siaran maupun pendengar yang hanya membutuhkan informasinya saja.

Pendengar atau khalayak adalah orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul disuatu tempat maupun dalam keadaan terpencar-pencar, tetapi sama-sama terikat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa. (Effendy, 1989:21).

2. Hambatan Radio Venus FM Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengarnya

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu:

1. Persaingan antar Media

Dengan adanya media yang bermunculan baik radio,TV,dan Surat Kabar persaingan antar radio yang tentunya menghadirkan berbagai acara dan program yang menarik pula seperti halo makassar,LDJS,masuk sore,masuk pagi,viesta,dan ada beberapa program lainnya.

“Penyiar harus di tuntut untuk story telling yaitu pintar bercerita dan membuat pendengarnya merasa nyaman dan pendengar dapat memahami ketika diberikan informasi kepada penyiar” (Kamis,16 september 2021)

Dari uraian diatas, bisa disimpulkan bahwa saat ini dengan banyaknya media yang ada dan persaingan antar media serta

radio yang notabeneunya penyiarinya itu adalah artis-artis maka penyiar dan radio venus akan memberikan yang terbaik untuk pendengarnya dengan cara menghadirkan program atau acara yang memang dibutuhkan oleh pendengar radio venus.

2. Segi Teknis

hambatan yang sering terjadi dalam studio dan sangat mempengaruhi terhambatnya proses siaran seperti gangguan jaringan hingga bahkan sampai mati lampu. Gangguan jaringan bisa saja diatasi dengan menggunakan sambungan jaringan dari handphone tetapi pada saat mati lampu maka siaran tidak berlangsung dikarenakan program yang disiarkan secara live dan tidak dapat diulang kembali.

Dari hambatan diatas, yakni dari persaingan antar media bermunculan teknologi yang ada saat ini penyiar dituntut story telling agar pendengar tetap setia mendengarkan radio venus. dan dari segi teknis dapat disimpulkan adanya batasan jangkauan serta jaringan ketika listrik padam.

Pembahasan

1. Strategi Komunikasi Radio Venus FM Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengarnya.

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

Menjawab rumusan masalah yang pertama, strategi komunikasi radio venus fm dalam meningkatkan daya tarik, mempunyai tiga strategi yang dilakukan oleh radio venus FM makassar adalah dalam menarik perhatian para pendengar. Dengan menggunakan tiga senjata andalan mereka. Tiga senjata tersebut yaitu, Sopan ketika berbicara dilakukan oleh penyiar radio venus agar pendengar menikmati, kedua Menyampaikan pesan informasi relevansi dari penyiar untuk kependengarnya bisa menerima informasi yang baik, sedangkan ketiga bahasa yang mudah dimengerti agar pendengar tertarik mendengarkan radio venus dan lebih akrab kependengarnya. Programnya harus sesuai dengan kebutuhan pendengar radio venus yang maunya seperti apa dan radio venus fm makassar mengemas program secara menarik setiap hari di update sesuai kembali kebutuhan pendengar dan menyiarkan berita-berita yang bermuatan lokal karena konten lokal lebih digemari sama pendengar. Sesuai target usia pendengarnya 15-35 Tahun. Strategi yang akan digunakan harus dipertimbangkan dipilih dan disesuaikan dengan tujuan organisasi atau perusahaan. Radio Venus memiliki 9 program acara regular yang diputar mulai hari senin sampai sabtu dan memiliki 12 acara special pada hari Jumat - minggu.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori rencana (*Theory Of Planning*), Peneliti menggunakan teori rencana menurut Berger menyatakan bahwa rencana adalah “*hierarchical cognitive representations of goal-directed action sequences*” (representasi kognitif secara hierarkis dari urutan tindakan yang diarahkan pada tujuan). Dengan kata lain, rencana adalah gambaran mental (*mental images*) dari sejumlah langkah yang akan ditempuh seseorang untuk mencapai suatu tujuan. Langkah-langkah yang akan dilalui itu bersifat hierarkis atau berjenjang, karena

tindakan tertentu dibutuhkan lebih dahulu agar tindakan lainnya dapat dilakukan. Dengan demikian perencanaan (planning), adalah proses memikirkan berbagai rencana tindakan.

Strategi diartikan sebagai suatu perencanaan yang dilakukan dalam menjalankan suatu aktivitas perusahaan guna untuk menjadikan kegiatan tersebut terarah kedepannya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan. Agar komunikasi yang dilakukan dapat berjalan lancar dan efektif, maka diperlukan sebuah strategi yang matang untuk membentuk perencanaan oleh Radio Venus FM Makassar.

Berdasarkan yang ada diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan adalah suatu rangkaian keputusan yang dibuat sebagai pedoman yang menjadi patokan dalam pelaksanaan kegiatan untuk mencapai suatu tujuan dengan sumber daya yang tersedia.

2. Hambatan yang dihadapi Radio Venus FM Makassar dalam meningkatkan daya tarik pendengarnya.

Di Era digital sekarang tidak dapat dipungkiri banyaknya persaingan media seperti halnya media penyiaran yaitu televisi dan radio. Sebelum perkembangan maju seperti sekarang ini penyiaran adalah hal yang penting dalam penyampaian informasi kepada pendengarnya. Radio dimaksudkan untuk berperan serta mengangkat potensi Indonesia. Dengan ini Keterampilan dan hobi adalah perpaduan yang melatarbelakangi pendirian dan terdirinya Radio Venus di era tahun 70-an. Keterampilan yang dimaksud disini adalah terampil memperbaiki alat-alat eletronik termasuk radio.

Dalam menjawab rumusan masalah yang kedua yaitu, hambatan yang dihadapi radio venus fm makassar dalam

meningkatkan daya tarik pendengar, yaitu Radio Venus FM menghadapi beberapa kesulitan baik pada persaingan antar media maupun dari segi teknis. Persaingan antar media yaitu persaingan radio baik dalam program-program yang dimiliki maupun penyiar-penyiar yang dimiliki. Radio venus FM menuntut para penyiar untuk dapat bisa melakukan story telling, agar dapat membuat pendengar merasa nyaman dan ingin selalu mendengarkan Radio Venus FM. Hambatan teknis adalah segala hambatan, rintangan, dan kesulitan yang berasal dari alat-alat penunjang seperti alat elektronik dan internet. Hambatan yang didapatkan oleh Radio Venus FM yaitu adanya Batasan jangkauan serta jaringan yang terhambat jika listrik padam.

Dalam menjawab rumusan masalah penelitian ini menggunakan teori s-o-r, teori ini pada dasarnya mengatakan bahwa efek merupakan reaksi terhadap situasi tertentu. Seorang dapat mengharapkan sesuatu atau memperkirakan sesuatu dengan sejumlah pesan yang disampaikan melalui penyiaran. Teori ini memiliki tiga elemen, yakni (a) Pesan (*stimulus*); (b) Penerima (*receiver*); dan (c) efek (*respons*).

Menurut McQuail, (2010:467) Teori yang melandasi penelitian ini adalah teori SOR (Stimulus, Organism, Respon) yang berkeyakinan bahwa penyebab sikap yang dapat berubah tergantung pada kualitas rangsangyang berkomunikasi dengan organisme. Inti dari teori ini adalah bahwa setiap proses efek media terhadap individu, harus diawali dengan perhatian atau terpaan oleh beberapa pesan media. Hasilnya menjangkau waktu dan membuat suatu perbedaan, seringnya pada orang dalam jumlah banyak.

Teori SOR menjelaskan pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari komunikasi. Besar kecilnya

pengaruh serta dalam bentuk apa pengaruh itu terjadi, tergantung pada isi penyajian stimulus. Dalam teori ini terdapat tiga elemen penting (Effendi, 2003 : 254), yaitu :

- a. Pesan (Stimuli, S) adalah pesan yang disampaikan.
- b. Penerima (Organisme, O), adalah komunikan yang diterpa pesan .
- c. Efek (Respons, R), adalah efek dari pesan tersebut.

Dalam penelitian ini pesan (stimuli, S) yang dimaksud adalah isi program Radio Venus FM Makassar berupa informasi dan pengetahuan, kemudian penerima (organisme , O) adalah Pendengar/Khalayak sebagai komunikan yang diterpa oleh pesan. Kemudian efek (Respon, R) adalah sebagai bentuk dari reaksi atas pesan yang telah diterima oleh komunikan

Hubungan antara teori S-O-R ini dengan penelitian adalah meningkatkan daya tarik pendengar radio venus sebagai stimulus yang memberikan rangsangan kepada Pendengar merupakan organisme. Dengan rangsangan yang diberikan melalui program kita melihat pengaruh atau efek (response) atas stimulus yang diberikan melalui program tersebut.

Radio Venus FM Makassar sebagai media siaran. Dengan hambatan yang dihadapi, Radio Venus FM Makassar mencoba untuk berusaha membuat program sesuai dengan kebutuhan pendengarnya agar tidak memilih media lain.

KESIMPULAN

Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Strategi komunikasi yang diterapkan radio venus FM makassar dalam meningkatkan daya tarik pendengarnya adalah Sopan ketika berbicara di udara Menyampaikan informasi relevansi, bahasa yang digunakan mudah dimengerti agar pendengar tertarik mendengarkan radio venus dan lebih akrab

kependengarnya. Radio Venus FM Makassar selalu memberikan informasi daya tarik pendengarnya, memberikan kenyamanan bagi pencinta venus, untuk mencari tahu yang lagi terkenal saat ini dikalangan khalayak/pendengar serta melihat informasi apa yang saat ini lagi (happening) dan di update sesuai kebutuhan pendengar.

2. Hambatan yang dihadapi radio venus FM makassar dalam meningkatkan daya tarik pendengar Dari hambatan diatas, yakni: Persaingan antar media yaitu persaingan radio baik dalam program-program yang dimiliki maupun penyiar-penyiar yang dimiliki. Radio venus FM menuntut para penyiar untuk dapat bisa melakukan story telling, agar dapat membuat pendengar merasa nyaman dan ingin selalu mendengarkan Radio Venus FM. Hambatan teknis adalah segala hambatan, rintangan, dan kesulitan yang berasal dari alat-alat penunjang seperti alat elektronik dan internet. Hambatan yang didapatkan oleh Radio Venus FM yaitu adanya Batasan jangkauan serta jaringan yang terhambat jika listrik padam.

DAFTAR PUSTAKA

- Albi Anggito, Johan Setiawan. 2018, *Metodologi penelitian kualitatif*, Sukabumi, Jawa barat : CV jejak
- Alwasilah, Chaedar.A. 2002. *Pokoknya Kualitatif (Dasar-dasar Merancang dan melakukan Penelitian Kualitatif)*. Dunia Pustaka Jaya: Jakarta.
- Bonaraja Purba, Sherly Gaspersz, Muhammad Bisyr, Angelia Putriana, Puji Hastuti, Efendi Sianturi,

Diki Retno Yuliani, Anita Widiastuti, Ibnul Qayyim, Nur Alim Djalil, Sukarman Purba, Yusmanizar, Mariesa Giswandhani. 2020, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*, Yayasan Kita Menulis.

<http://eprints.ums.ac.id/68422/> (diakses pada jumat, 17 september 2021, 20:18)

Hadi Prijana Ido. 2020, *Radio Siaran Interaktif Dan Layanan Publik*, Pasuruan. Jawa Timur

Mufid Muhammad. 2005, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Jakarta. Kencana

Masduki. 2001, *Jurnalistik Radio*, Yogyakarta

Morissan, 2021, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa Ed Revisi*, Jakarta. Kencana

Nadie Lahyanto, 2018, *Media Massa dan Pasar Modal*, Jakarta Selatan: Pustaka Kaji

Wiryanto. 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta

Sumber Lain:

[https://www.academia.edu/44467292/STRA TEGI_KOMUNIKASI](https://www.academia.edu/44467292/STRA_TEGI_KOMUNIKASI)

<file:///C:/Users/ACER/Downloads/16944-1-32035-1-10-20151214.pdf>

<http://103.88.229.8/index.php/alummah/article/view/577> (diakses pada Rabu, 23 juni 2021, 15:00)

jurnal.utu.ac.id/jsourc/article/download/740/595 (diakses pada Selasa, 06 juli 2021, 16:52)

<https://core.ac.uk/reader/326751260> (diakses pada Rabu, 07 juli 2021, 16:54)

<http://journal-uim-makassar.ac.id/index.php/JCoS/article/view/444> (diakses pada Rabu, 07 juli 2021, 17:02)