



## STRATEGI PENYIAR RADIO MEGASWARA FM SUKRA INDRAMAYU DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR

Edy Muzamil<sup>1✉</sup>, Imang Maulana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia  
E-mail: [edymuzammil@gmail.com](mailto:edymuzammil@gmail.com)<sup>1✉</sup>, [imang@iai-alzaytun.ac.id](mailto:imang@iai-alzaytun.ac.id)<sup>2</sup>

---

### Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai upaya yang dilakukan oleh penyiar Radio Megaswara FM Sukra Indramayu dalam meningkatkan minat pendengar melalui penerapan strategi. Peran penyiar dianggap sebagai elemen kunci dalam radio, karena kontribusinya yang besar sebagai penggerak acara dan penentu gaya bahasa dalam berinteraksi dengan pendengar. Penelitian bertujuan untuk memahami strategi penyiar Radio Megaswara Indramayu, terutama dalam penggunaan gaya bahasa saat berkomunikasi dengan pendengar, serta untuk mengevaluasi strategi yang digunakan dalam meningkatkan minat pendengar. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dan data diperoleh melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi dari lima informan yang terlibat dalam konteks penyiaran radio tersebut. Hasil penelitian ini mengenai bagaimana gaya bahasa penyiar menyapa pendengar dengan kalimat pembuka yang selalu menanyakan bagaimana keadaan dan kabarnya dengan menyapa pendengar akan terbangun keakraban kedekatan kekeluargaan antara penyiar, pendengar merasa di perhatikan, gaya bahasa penyiar dengan menyapa pendengar setiap kali acara dimulai seperti memberikan ucapan salam, menanyakan keadaan pendengar dengan gaya bahasa yang familier di saat on air dan bagaimana strategi penyiar Radio Megaswara yaitu dengan menulis status di media sosial Facebook Megaswara yang aktif maka strategi penyiar Radio megaswara yaitu penyiar akan menuliskan semua program acara di beranda seperti Kamera maka pendengar akan membalas status di Facebook.

**Kata Kunci:** *Strategi, Penyiar, Gaya, Bahasa*

### Abstract

This research explains the Strategy of Megaswara FM Radio Broadcaster Sukra Indramayu in Increasing Listener Interest. Broadcaster strategy is an important part of radio. The contribution of a broadcaster is very large as a radio host. The aim of the research is to find out what the strategies of Radio Megaswara Indramayu announcers are in terms of their language style when greeting listeners and to find out what strategies the broadcasters of Radio Megaswara Indramayu have in increasing listener interest. This research uses qualitative research methods, data obtained by observation, interviews and documentation from 5 informants. The results of this research are about how the announcer's language style greets the listener with an opening sentence that always asks how things are and how they are. By greeting the listener, a family closeness will be built between the announcer, the listener feels cared for, the announcer's language style is by greeting the listener every time the program starts, such as giving a greeting, asking about the condition of the listeners using a familiar language style while on air and what is the Megaswara Radio broadcaster's strategy, namely by writing a status on Megaswara's active Facebook social media, then the Megaswara Radio broadcaster's strategy is that the announcer will write all the programs on the homepage like Camera so the listener will reply status on Facebook.

**Keywords:** *Strategy, Broadcaster, Style, Language*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang cepat memengaruhi perkembangan media komunikasi massa. Semakin majunya teknologi, semakin pesat pula kemajuan media massa, yang merupakan hasil dari keterkaitan yang kompleks antara keduanya. Ahmad (2015) menyatakan bahwa media massa terus berkembang dan maju dari tahun ke tahun sejalan dengan kemajuan teknologi komunikasi. Radio tetap menjadi sarana informasi dan komunikasi yang populer di kalangan masyarakat hingga saat ini. Hal ini disebabkan oleh perannya yang krusial dalam menyebarkan informasi secara seimbang dan merata di masyarakat. Radio memiliki tanggung jawab dan kebebasan untuk menjalankan fungsinya sebagai media, mencakup penyampaian informasi, pendidikan, hiburan, kontrol, dan sebagai perekat sosial. Oleh karena itu, radio sering dijuluki sebagai "kekuatan kelima" atau "the fifth estate" (Elvinaro, 2007).

Ketergantungan masyarakat pada informasi sangat penting. Menurut Masduki (2006), kebutuhan manusia terhadap informasi mencakup kriteria kecepatan, keaktualan, dan kepercayaan. Keterkaitan ini erat dengan media massa, baik cetak maupun elektronik. Radio, sebagai salah satu media yang menyediakan informasi dengan cepat dan didukung oleh teknologi, menjadi elemen penting dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Radio berperan sebagai wadah ekspresi, komunikasi, penyampaian informasi, pendidikan, dan hiburan. Kekuatan utama radio terletak pada kemampuannya sebagai media imajinatif. Sebagai medium tanpa visual, radio mampu merangsang beragam suara dan berusaha menggambarkan dengan kata-kata dan suara penyiar atau informasi faktual, menciptakan pengalaman teater pikiran, yang disebut sebagai theatre of mind (Masduki, 2006).

Media Radio dianggap memiliki kekuatan yang sangat besar, dan hal ini dapat dijelaskan oleh tiga faktor. Pertama, sifat siaran radio adalah langsung, sehingga pesan atau program yang akan disampaikan kepada pendengar dapat mencapai tujuannya tanpa melalui proses yang rumit. Kedua, radio siaran tidak terbatas oleh jarak dan waktu. Selain aspek waktu, keberadaan ruang tidak menjadi hambatan bagi media radio siaran. Tidak peduli seberapa jauh jarak ke target yang akan dicapai, media radio mampu mencapainya dengan mudah. Faktor ketiga adalah daya tarik kuat yang dimiliki oleh radio siaran, yang berasal dari sifatnya yang penuh kehidupan. Hal ini dapat dijelaskan melalui tiga elemen yang terdapat dalam media radio, yaitu musik, kata-kata (terutama yang disampaikan oleh penyiar), dan efek suara (Effendy, 1981).

Banyaknya keunggulan yang dimiliki oleh radio membuatnya menjadi media yang populer di kalangan masyarakat dan menarik untuk dinikmati. Selain itu, kekuatan utama radio sebagai media imajinatif juga menjadi daya tariknya. Sebagai medium tanpa visual, radio merangsang berbagai suara dan berusaha menggambarkan ruang penyiar atau informasi penyiar melalui medium suara. Radio merupakan salah satu media komunikasi penyiaran tertua dan paling bersejarah.

Pada tahun 1887, J.C. Maxwell dan Helmholtz Hertz berhasil menciptakan gelombang radio, yang kemudian mengalami perkembangan dan menjadi salah satu media massa yang

tetap diandalkan oleh masyarakat hingga saat ini (Morissan, 2008). Peran radio sebagai media massa dalam menyediakan informasi dapat dijelaskan sebagai berikut: "Radio, sebagai teknologi telekomunikasi, memegang peran penting dalam proses komunikasi. Fungsinya melibatkan penyediaan informasi yang mencakup berbagai aspek, termasuk peristiwa sekitar, urusan pemerintahan, ekonomi, sosial, dan hiburan. Selain memberikan informasi, radio juga memiliki peran signifikan dalam memberikan pendidikan kepada masyarakat. Melalui penyampaian informasi-informasi melalui radio, masyarakat dapat memahami dan mengerti tentang berbagai informasi" (Thirsyad, 2004).

Seperti yang dijelaskan dalam kutipan sebelumnya, radio merupakan sebuah teknologi dalam bidang komunikasi dengan peran utama yang melibatkan tiga aspek. Pertama, radio berfungsi sebagai penyedia informasi yang mencakup berbagai pesan terkait dengan aspek-aspek seperti pemerintahan, ekonomi, dan sosial. Kedua, radio juga memberikan hiburan, baik melalui pemutaran lagu-lagu, kehadiran penyiar yang seru, dan program siaran yang mengundang interaksi langsung dengan pendengar. Ketiga, radio memiliki peran dalam memberikan edukasi.

Radio juga dapat memainkan peran penting sebagai alat pendidikan, sebagai bagian dari usaha meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia. Hal ini dapat dilakukan dengan menyampaikan informasi-informasi yang bersifat pengetahuan. Saat membahas komunikasi massa, peranan radio masih relevan dan diperlukan. Seperti yang kita ketahui, komunikasi melalui media radio adalah bentuk komunikasi massa yang menggunakan media audio. Perbedaan antara media audio dan media visual terletak pada bentuknya. Media audio hanya dapat diakses melalui indra pendengaran (telinga), sementara media visual dapat dipersepsi melalui indra penglihatan (mata). Media audio visual, pada dasarnya, merupakan gabungan dari kedua elemen tersebut, yakni dapat didengar dan dilihat secara simultan (Ahmad, 2015).

Peran penyiar adalah elemen krusial dalam dunia radio. Dalam konteks media massa yang berfokus pada audio, yang memiliki pengaruh signifikan terhadap audiens adalah komunikator atau penyiar (Severin, 2005). Penyiar memanfaatkan keterampilan dan keahliannya untuk menciptakan atmosfer yang hidup selama siaran. Keahlian tersebut sering kali menjadi ciri khas pada program siaran dan bahkan menjadi identitas merek dari stasiun radio, seperti yang diungkapkan dalam buku *Profil Radio Megaswara* yang dikutip dari situs web (Megaswara, 2017). Seiring dengan kemajuan zaman menuju modernitas, mungkin semakin kompleks pula tantangan yang dihadapi oleh manusia. Hal ini disebabkan oleh sulitnya manusia mengantisipasi dampak kemajuan teknologi yang dapat menyebabkan perubahan-perubahan sosial (Puteh, 2006).

Kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengakibatkan perubahan yang signifikan, mempengaruhi pola pikir, perilaku, dan sikap individu. Meskipun demikian, perlu diakui bahwa peran penyiar sangat besar dalam konteks radio. Seperti halnya dalam sebuah film, penyiar memiliki peran utama. Meskipun produksi radio melibatkan kerja tim, tetapi penyiarlah yang tampil di garis depan. Oleh karena itu, kontribusi seorang penyiar memiliki dampak yang besar sebagai pendorong daya tarik

radio dan menarik banyak pendengar setia. Inilah kunci utama bagi kelangsungan eksistensi sebuah radio di tengah persaingan media yang semakin sengit saat ini.

Dalam penelitian ini, penulis mengevaluasi data penelitian sebelumnya untuk membandingkan kelebihan dan kekurangan penelitian guna memberikan dasar epistemologis pada pengetahuan teoritis yang telah ada mengenai topik penelitian tersebut. Salah satu penelitian terdahulu yang diulas adalah yang dilakukan oleh Dwi Propitasari (2016) dari Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan membahas faktor pendukung serta penghambat pemasaran dalam radio dengan tujuan meningkatkan jumlah pemasang iklan. Meskipun fokusnya berbeda, yaitu bagaimana menjaga eksistensi radio dengan memperoleh iklan dan pendengar, tujuan dari faktor-faktor yang telah dipaparkan dalam penelitian ini tetap sejalan (Propitasari, 2016). Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Woro Purdiningtiyas (2018) dari Fakultas Dakwah Universitas Negeri Raden Intan Lamping. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Di dalam penelitian ini, radio tidak hanya melakukan siaran dakwah, tetapi juga menyampaikan kata-kata yang telah disiapkan selama siaran, yang dikemas dengan pesan yang bermanfaat bagi pendengar radio. Meskipun terdapat persamaan dalam landasan teori dan konsep berpikir antara penelitian yang telah dilakukan ini dengan penelitian yang akan datang, perbedaan utamanya terletak pada lokasi yang menjadi fokus penelitian (Purdiningtiyas, 2018).

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh M Rizki Majistra Abadi (2016) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan penekanan yang kuat pada pengendalian arus pendengar. Perbedaan utama terletak pada fokus penelitian; penelitian M Rizki Majistra Abadi lebih menitikberatkan pada audiens masyarakat, sementara penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti lebih menekankan pada strategi penyiar dalam gaya bahasa dan bentuk komunikasinya untuk lebih menarik minat pendengar (Abadi, 2016). Penelitian lain yang dilakukan oleh Ulya Afifiyah (2019) dari Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Fokus penelitian mencakup gaya penyiar dalam berinteraksi dengan pendengar selama siaran, promosi melalui media sosial, serta konsistensi dalam menyajikan dakwah. Meskipun tujuannya mirip, yaitu meningkatkan jumlah pendengar, perbedaan terletak pada objek penelitian yang difokuskan oleh peneliti, yakni gaya bahasa dan strategi komunikasi penyiar, serta tempat atau stasiun radio yang menjadi fokus penelitian (Afifiyah, 2019).

## METODE

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengamati perilaku yang terjadi pada subjek penelitian, dan hasil observasi tersebut diungkapkan melalui kata-kata dan bahasa (Trinoviana, 2017). Untuk menentukan ukuran sampel, digunakan teknik Purposive Sampling. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa Purposive Sampling merupakan teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang secara langsung terkait

dengan subjek penelitian. Karena fokus penelitian ini adalah Radio Megaswara Indramayu dan melibatkan Station Manager dan Penyiar sebagai subjek penelitian, peneliti akan melakukan wawancara dengan informan yang memiliki keterkaitan langsung dengan penelitian ini hingga diperoleh hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, informan utama yang menjadi sumber data adalah para penyiar dari Radio Megaswara Indramayu. Sebagai tambahan untuk memperkuat deskripsi data, informan tambahan yang berada dalam lingkup Radio Megaswara Indramayu, seperti pengurus, juga dilibatkan. Dalam proses pengumpulan data dan perolehan informasi, peneliti menggunakan beberapa teknik, termasuk Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Untuk memastikan validitas data, peneliti menerapkan Teknik Triangulasi (Fuad dan Nugraha, 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Komunikasi

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), sebagaimana diambil dari kutipan Ehta Setiawan (2019), strategi diartikan sebagai suatu rencana yang teliti terkait dengan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi mencakup arah dan cakupan jangka panjang suatu organisasi dalam upaya mencapai keuntungan melalui penataan sumber daya dalam konteks lingkungan yang penuh tantangan. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan para pemangku kepentingan (Johnson, 2016). Strategi merupakan langkah-langkah yang diputuskan oleh pemimpin puncak, yang difokuskan pada mencapai tujuan jangka panjang organisasi. Proses ini melibatkan perancangan metode dan usaha yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Stephanie, 2003). Strategi adalah rangkaian keputusan atau langkah esensial yang dirancang oleh manajemen tingkat atas dan dijalankan oleh semua bagian dari suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi (Siagian, 2004). Definisi ini menegaskan bahwa strategi adalah instrumen utama dalam merencanakan pencapaian tujuan, termasuk formulasi tujuan tersebut, alokasi sumber daya, dan pemilihan serta pertimbangan strategi yang sesuai dengan tujuan organisasi.

Dalam bukunya "Komunikasi Serba Ada Serba Makna" (2011), Alo Liliweri menyatakan bahwa strategi komunikasi merujuk pada rencana yang menjelaskan, mempromosikan, dan mengartikulasikan visi serta tujuan komunikasi secara efektif. Strategi ini bertujuan untuk menciptakan konsistensi dalam komunikasi, diimplementasikan melalui satu pilihan atau keputusan yang dipilih dari berbagai opsi komunikasi. Perlu dicatat bahwa strategi komunikasi berbeda dengan teknik, karena strategi komunikasi merinci tahapan konkret dalam rangkaian kegiatan komunikasi yang berasaskan pada teknik implementasi tujuan komunikasi. Dalam rangka mencapai suatu tujuan, diperlukan suatu Strategi Komunikasi yang melibatkan gabungan perencanaan dan manajemen komunikasi. Strategi tersebut tidak hanya berperan sebagai peta jalan, melainkan juga harus mampu menggambarkan cara operasional taktiknya (Effendy, 1994). Rencana ini sebelumnya telah disusun dengan teliti untuk mencapai hasil yang diinginkan.

### Strategi Komunikasi Penyiar Radio

Strategi komunikasi penyiar radio menurut Ben G. Henneke, yang diperoleh dari kutipan Romli (2004), mencakup dua aspek utama. Pertama, "komunikasi Gagasan" mengacu pada penyampaian ide, pemikiran, dan opini dari penyiar kepada pendengar. Dalam proses penyiaran, penyiar menyampaikan gagasannya dengan variasi dan bentuk yang berbeda setiap harinya. Hal ini dianggap penting bukan hanya sebagai tanggung jawab penyiar, tetapi juga sebagai upaya untuk menghindari rasa bosan dan kejenuhan di antara pendengar, sehingga mereka tetap tertarik dengan siaran. Kedua, "komunikasi Kepribadian" diartikan sebagai pemahaman terhadap tingkah laku, pikiran, perasaan, dan kegiatan manusia. Ada lima kriteria yang harus dimiliki oleh seorang newscaster, yang melibatkan (a) memiliki kepribadian yang hangat dan dapat diterima oleh semua orang; (b) dapat beradaptasi dalam berbagai situasi; (c) memiliki kemampuan menulis dan mengomunikasikan naskah; (d) idealnya memiliki sedikit pengalaman dalam industri penyiaran; (e) familiar dengan teknologi penyiaran. Selanjutnya, aspek "proyeksi kepribadian" mencakup kualitas suara yang dikeluarkan oleh penyiar selama siaran, termasuk keaslian suara, kelincahan berbicara, keramahtamahan, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri. Terdapat juga kriteria "pengucapan" yang menekankan kemampuan berbicara dan menghindari penggunaan kata-kata yang sulit dimengerti agar pendengar tidak mengalami kesalahpahaman. Yang terakhir, "kontrol suara" mencakup cara penyiar mengendalikan suara, termasuk tempo, kekerasan suara, pola intonasi, dan kualitas suara secara keseluruhan.

Menurut definisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), gaya bahasa adalah penggunaan kekayaan bahasa oleh seseorang dalam berbicara dan menulis. Gaya bahasa, atau style, dapat diartikan sebagai cara khas seseorang dalam menyampaikan pikiran melalui bahasa, yang mencerminkan jiwa dan kepribadian pengguna bahasa (Keraf, 2009). Menurut pandangan Sudjiman (1990), ahli sastra, gaya bahasa merujuk pada cara menyampaikan pemikiran dan perasaan menggunakan kata-kata, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan. Definisi luas dari istilah gaya bahasa mencakup beberapa aspek. Pertama, gaya bahasa melibatkan pemanfaatan kekayaan bahasa oleh seseorang saat berbicara atau menulis. Kedua, melibatkan penggunaan ragam tertentu untuk mencapai efek-efek tertentu. Ketiga, mencakup seluruh ciri-ciri bahasa yang menjadi karakteristik kelompok penulis sastra. Berdasarkan beberapa pendapat yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa gaya bahasa adalah cara mengekspresikan pemikiran dan perasaan batin secara unik melalui penggunaan bahasa saat berbicara, dengan tujuan mencapai efek tertentu agar apa yang diungkapkan menjadi jelas dan memiliki makna yang sesuai (Kridalaksana, 2001).

Setiap penyiar diharapkan untuk menentukan gaya komunikasinya yang paling cocok dan khas. Sebagai tanggung jawab tambahan, seorang penyiar radio perlu mengembangkan berbagai gaya dan pendekatan yang sesuai dengan acara yang sedang dijelankannya. Pendekatan lain melibatkan penyiar yang menyampaikan simpati secara profesional dan dengan kelembutan, serta menggunakan gaya yang sederhana dan naif. Walaupun gaya-gaya tersebut dapat diperluas dan dikembangkan, namun penting bagi seorang penyiar

untuk mempresentasikan dirinya sebagai sosok yang dapat diterima oleh pendengar (Sumadiria, 2006).

Seorang penyiar radio, yang juga dikenal sebagai presenter radio atau radio jockey, adalah individu yang bertugas menyampaikan suaranya melalui siaran radio. Tugas seorang penyiar radio mencakup pengenalan dan pembahasan berbagai topik, seperti musik, pelaksanaan wawancara yang melibatkan partisipasi pendengar melalui panggilan, penyampaian berita, perkiraan cuaca, perkembangan olahraga, atau informasi lalu lintas (Simbolon, 2019). Dalam dunia profesi penyiar, dibutuhkan kecakapan, kemampuan beradaptasi, kelincahan berpikir, dan daya tahan yang tinggi. Kualitas vokal penyiar juga harus unggul dan bervariasi, menuntut penyiar memiliki keterampilan dan keahlian khusus dalam menyampaikan kata-kata selama penyiaran. Hal ini bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat dengan efektif dipahami oleh pendengar, menghindari kesalahpahaman persepsi terkait informasi yang disampaikan. Selain itu, penyiar juga diharapkan mampu menyajikan program dengan lancar, memastikan bahwa masyarakat dapat dengan mudah menikmati siaran yang disampaikan. Agar dapat menghindari kesalahan tersebut, seorang penyiar perlu memiliki pemahaman mendalam terhadap teknik siaran, terutama dalam keahlian berbicara, guna menarik perhatian pendengar. Sebagai medium yang sepenuhnya bergantung pada suara dalam proses penyiarannya, radio tidak hanya memerlukan program siaran yang berkualitas dan menarik di udara, melainkan juga harus menguasai teknik penyiaran yang baik dan berkualitas agar mampu tetap eksis dan bersaing efektif dengan radio-rasio lainnya.

Dari kutipan tersebut, dapat disimpulkan bahwa seorang penyiar memiliki peran sebagai pemandu acara dari awal hingga akhir. Tugas utama penyiar melibatkan penyampaian materi yang relevan bagi pendengar, mengelola pemutaran iklan atau jeda, dan memilih serta memutar lagu-lagu. Program radio umumnya mencakup momen penyampaian materi yang diisi dengan pemutaran lagu, yang dipilih berdasarkan tema atau permintaan pendengar. Secara keseluruhan, peran penyiar melibatkan komunikasi antar manusia. Sebagai seorang komunikator, penyiar bertanggung jawab memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh banyak orang atau pendengar. Kemampuan berkomunikasi secara efektif dan efisien menjadi keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang penyiar (Wardana, 2009).

### **Minat Pendengar**

Minat, seperti yang diartikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), merujuk pada kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu hal (KBBI). Dalam konteks psikologis, minat mencerminkan gejala bahwa seorang individu memiliki ketertarikan yang signifikan terhadap suatu objek. Hal ini terjadi karena objek tersebut menarik perhatian dan memberikan pengalaman yang menyenangkan, sehingga individu cenderung tertarik pada objek tersebut. Minat atau keinginan memiliki keterkaitan erat dengan tingkat perhatian seseorang. Minat adalah dorongan dan ketertarikan terhadap suatu kegiatan tanpa adanya

pengaruh dari luar (Djaali, 2007). Ruhimat, dalam pandangan Mamat (2011), mendefinisikan minat sebagai kecenderungan hati terhadap sesuatu yang diinginkan.

Shaleh (2004) mengemukakan bahwa minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap seseorang saat dalam keadaan senang. Minat memiliki beberapa aspek kunci yang perlu diperhatikan, antara lain (1) timbulnya perasaan kebahagiaan terhadap suatu objek tertentu; (2) adanya ketertarikan dan kesukaan; (3) terlibat dalam kegiatan yang melibatkan objek tersebut; (4) cenderung untuk bersikap lebih aktif; (5) objek memiliki fungsi dalam kehidupan; (6) kecenderungan yang dapat memengaruhi perilaku individu. Walgito (1997) dalam bukunya menguraikan karakteristik minat, yang melibatkan (1) munculnya sikap positif terhadap suatu objek; (2) keberadaan elemen kesenangan yang timbul dari objek tersebut; (3) mengandung harapan yang memicu keinginan atau antusiasme untuk memperoleh hal yang menjadi minatnya.

Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan atau keinginan yang dimiliki oleh setiap individu untuk memenuhi kebutuhan yang muncul dari dorongan internal, yang memengaruhi pikiran dan kehendak terhadap suatu hal dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Kata "pendengar" menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti sebagai alat untuk mendengar atau mendengarkan. Definisi lain dari "pendengar" adalah individu yang melakukan aktivitas mendengarkan, baik itu pidato, musik, dan sebagainya (KBBI Daring, 2016). Oleh karena itu, pendengar dapat dianggap sebagai elemen yang sangat krusial dalam konteks komunikasi siaran. Deskripsi mengenai berbagai jenis pendengar radio berdasarkan kategorinya dapat diuraikan sebagai berikut: (1) dari segi kelas ekonomi, pendengar dapat dianggap sebagai konsumen siaran yang menggunakan produk siaran berdasarkan waktu dan kemudahan akses untuk mendengarkan radio; (2) dari perspektif kelas sosial, terbagi menjadi dua kelompok, yakni menengah ke atas dan menengah ke bawah. Pendengar menengah atas cenderung memiliki wawasan yang luas, berpikir rasional, dan memiliki ciri urban kota dengan preferensi yang beragam. Sebaliknya, pendengar menengah ke bawah lebih cenderung memiliki karakteristik perdesaan, berpikir yang belum sepenuhnya rasional, dan selera yang terbatas; (3) dari sisi interaktivitas dan partisipasi, terdapat tiga jenis pendengar, yaitu pendengar yang spontan, pendengar yang pasif namun selektif, dan pendengar yang sering menjadikan siaran radio sebagai teman akrab dalam mengisi waktu luang (Ningrum, F. 2007).

Dalam rangka meningkatkan minat pendengar, upaya dilakukan dengan mengambil langkah ke arah menciptakan kecenderungan yang dapat menghasilkan perasaan senang pada saat mendengarkan radio. Hal ini disebabkan radio dianggap sebagai media yang mudah diakses dan terjangkau secara ekonomis oleh para pendengar, sehingga menjadi pilihan yang menarik bagi audiens.

### **Strategi Penyiar Radio Megaswara Fm Sukra Indramayu Dalam Meningkatkan Minat Pendengar**

Gaya bahasa penyiar Radio Megaswara dalam menyapa pendengarnya yaitu dengan selalu menanyakan kepada pendengar bagaimana keadaannya contoh di saat penyiar menanyakan bagaimana keadaan saudara pendengar, "sehat ya" itu merupakan gaya bahasa untuk mengakrapkan dengan pendengar karena sudah merasa di perhatikan dengan ucapan dari penyiar untuk lebih mengakrabkan kita sebagai penyiar dalam menyapa pendengar, kita menggunakan kata anda atau sahabat megaswara disaat menyampaikan materi, dengan penggunaan bahasa yang sopan dan santai sehingga mudah di terima oleh pendengar serta salah satu penekanan kepada penyiar setiap ada penelepon masuk terlebih dahulu untuk menanyakan kabar, secara tidak langsung kita memberikan perhatian kepada pendengar dengan menanyakan kabar merupakan bentuk perhatian kepada pendengar dan Menurut penelitian Sudjiman (1990) dalam bidang sastra, gaya bahasa merujuk pada cara seseorang menyampaikan ide, pemikiran, dan perasaan menggunakan kata-kata, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan untuk setiap penyiar akan selalu menanyakan keadaannya setiap pendengar telepon interaktif di program acara dan ini merupakan bagian dari strategi.

Dengan ini penyiar Radio Megaswara telah melakukan strategi penyiar kepada pendengar sehingga terjadi peningkatan minat pendengar di Radio megaswara maka yang mempunyai peran penting dalam hal ini adalah penyiar dengan strateginya, sehingga terjadinya minat pendengar karena strategi penyiar Radio dalam berkomunikasi dan gaya bahasa penyiarnya serta program acaranya, dalam hal ini megaswara menggunakan komunikasi satu arah, dalam komunikasi searah, komunikasi hanya berperan sebagai penerima pesan tanpa memberikan umpan balik kepada komunikator, sehingga komunikasi tersebut bersifat pasif. Acara wakaji show juga banyak diminati oleh pendengar yang mana penyiarnya dalam acara ini bisa membawakan dua suara dengan dua karakter yaitu antara penyiar Rio dengan Wakaji Daryo seorang petani sesuai dengan nama acaranya membicarakan tentang kehidupan sekarang dan isue yang berkembang dalam hal ini peneliti mengamati komunikasi dua arah antara penyiar dan Wakaji Daryo meskipun satu orang dua karakter suara karena menciptakan suasana komunikasi yang lebih pasif.

Strategi penyiar Radio Megaswara Indramayu dalam meningkatkan minat pendengar bahwasanya seorang penyiar harus inovatif komunikatif dan lebih banyak promosi di media sosial dengan acaranya sebagai contoh di media sosial saat kita mengisi acara kita membuat status nama acaranya di media sosial seperti di Facebook Megaswara sendiri dengan menulis acaranya dari jam berapa sampai jam berapa dan genre lagunya selama ini audience baik kalo dilihat dari media sosial Facebook Megaswara Indramayu paling banyak pendengarnya. Strategi komunikasi untuk media seperti radio adalah komunikasi massa karena informasi yang di sampaikan untuk orang banyak. Menurut Walgito (1997) dalam melakukan aktifitas komunikasi yang di lakukan antara komunikator dan komunikasi terdapat dua jenis komunikasi komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah dan selama peneliti di lokasi mengamati siaran dan program acara yang ada di Radio Megaswara menemukan bentuk komunikasi yang terjadi kepada pendengar salah satunya dengan menuliskan status di media sosial Facebook di beranda milik Radio Megaswara seperti

contoh gambar di temuan penelitian dengan demikian pendengar aktif akan menelpon kepada penyiar sebagai contoh pada saat acara Kamera (Karaoke Megaswara) setiap pagi hari jam 09.00 sampai 11,00 hari senin sampai hari sabtu dalam hal ini peneliti melihat bentuk komunikasi massa dan jenis komunikasinya berdasarkan penyampaian informasi yaitu verbal secara tidak langsung karena melalui media telepon karena di batasi oleh jarak pendengar yang jauh.

Radio Megaswara setiap hari minggu mengadakan acara Kamera live (karaoke megaswara) untuk acara ini pendengar akan ikut hadir di studio Radio megaswara pukul 14,00 sampai pukul 17.00 di acara Kamera pada saat penyiar yang membawakan acara Kamera mempunyai bentuk komunikasi massa dan jenis komunikasinya verbal berdasarkan penyampaiannya secara langsung bisa bertatap muka kepada pendengar sehingga mudah di respon oleh pendengar untuk setiap acara yang akan disiarkan penyiar akan menuliskan statusnya di beranda Facebook Radio megaswara, dalam hal ini peneliti menangkap adanya komunikasi dua arah mengimplikasikan adanya interaksi timbal balik antara komunikator dan komunikan, di mana keduanya secara aktif terlibat dalam memberikan umpan balik terhadap pesan yang disampaikan. Dengan demikian, dalam jenis komunikasi ini, komunikan tidak hanya berperan sebagai penerima pesan dari komunikator, tetapi juga secara aktif menganalisis serta memberikan tanggapan terhadap pesan yang diterima dari komunikator.

Peneliti melihat pada aktifitas komunikasi acara Kopayu dan Kamera ini yaitu Radio Megaswara menggunakan komunikasi massa dengan menuliskan status di beranda Facebook Radio megaswara seperti contoh gambar di atas pada program siaran pagi yaitu Kopayu dalam penyampaian kepada pendengar jenis komunikasinya verbal secara langsung live pada program akhir pekan acara Kamera live setiap hari minggu, untuk program acara Kamera pada hari senen sampai sabtu pukul 09.00 sampai 11.00 dimana antara komunikator dan komunikan, maka komunikasi dua arah bersifat aktif. Dengan strategi komunikasi penyiar maka maksud dan tujuannya tercapai yaitu terjadinya peningkatan minat pendengar dan iklan juga dengan ini maka program acara yang di sajikan oleh Radio Megaswara akan di terima oleh pendengar

## KESIMPULAN

Pada penelitian ini telah menjelaskan tentang bagaimana strategi penyiar Radio Megaswara FM Sukra Indramayu dalam meningkatkan minat pendengar dan peneliti sudah mendapatkan jawabannya dari penelitiannya ini tentang bagaimana gaya bahasa penyiar dalam menyapa pendengarnya yaitu dengan sebuah kalimat pembuka yaitu "Selamat pagi sahabat Megaswara bagaimana kabar anda di pagi hari ini " inilah gaya bahasa yang selalu di ucapkan saat siaran dimulai dengan menanyakan bagaimana keadaan dan kabarnya pendengar, karena dengan menyapa pendengar maka akan terbangun keakraban kedekatan kekeluargaan antara penyiar, dan si pendengar merasa di perhatikan oleh penyiar Radio Megaswara.

Pertanyaan penelitian yang kedua ini peneliti telah menemukan jawaban mengenai bentuk komunikasi Radio Megaswara. Setelah peneliti mengadakan observasi dan wawancara kepada beberapa penyiar Radio Megaswara maka peneliti menemukan jawabannya mengenai strategi penyiar Radio Megaswara yaitu strategi komunikasinya antara penyiar dan pendengar? Penyiar Radio megaswara akan menulis status di media sosial Facebook Radio Megaswara saat on air dan selalu aktif di media Facebook Radio Megaswara dan penyiar akan menulis program acara diberandanya seperti acara Kopayu (Kopi Pagi Indramayu) dan Kamera (Karaoke Megaswara) setelah penyiar menuliskan program acara tersebut maka pendengar akan menjawab atau membalas status di Facebook Radio Megaswara.

Dengan penelitian yang sudah dilakukan ini maka peneliti sudah mendapatkan manfaat ilmu secara tertulis dengan melakukan metode penelitian dengan observasi dan wawancara serta dilengkapi juga dokumentasi semoga penelitian ini berguna bagi perkembangan Radio Megaswara khususnya, serta Radio Megaswara lainnya serta manfaat secara teori telah membuat laporan penelitian ini bisa untuk koreksi saya dan sebagai bahan bagi peneliti selanjutnya dengan metode yang berdeda pula, serta judul yang lain yang belum ditemukan oleh peneliti jika ada kekurangan dalam penelitian untuk bisa menjadi pembelajaran khususnya bagi peneliti.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M Rizki Majistra (2016) "Strategi Komunikasi Radio Dakwah Dalam memperoleh Pendengar". (Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu sosial dan Humaniaora Universitas Sunan kalijaga Yogyakarta).
- Ahmad, Nur. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran*. Kudus.3(2):233-255
- Alo Liliweri (2011), *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. (Jakarta: Kencanapranada Media, 210.
- Djaali, (2007) *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: PT. Gramedia., hlm 121.
- Ebta Setiawan, (2019) <https://kbbi.web.id/strategi>). Diakses pada 15 September 2020
- Elvinaro, Ardianto, dan Lukiati, (2007) *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media,), hlm.7.
- Fuad, Anis dan Kadung Sapto Nugraha. (2014). *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Haris, Sumadiria. (2006). "Bahasa Jurnalistik." Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Johnson, G. and Scholes, K. (2016). *Exploring Corporate Strategy-Text and Cases*.Hemel Hempstead Prentice-Hall.
- Masduki (2006), *Jurnalistik Radio* (Yogyakarta LkiS,), hlm.12.
- Megaswara Net. (2022). <http://www.megaswara.co.id/about.php>

- Morissan (2015), *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta Prenadamedia Group,), Cetakan Kelima, h. 144
- Ningrum, F. (2007). *Sukses Menjadi Penyiar, Scripwriter dan Reporter Radio*. Niaga Swadaya.
- Novia, D. H., & Simbolon, B. R. (2019). Strategi Komunikasi Penyiar Radio Fm 105.6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Sla Meningkatkan Minat Pendengar. *Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1-13.
- Onong Uchjana Effendy, (1994), *Pengantar Ilmu Komunikasi Jakarta: Grasindo Rosdakarya*, 305.
- Onong U Effendy (1981), *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, (Bandung: Alumni,),140141
- Propitasari, Dwi (2016). "Strategi Pemasaran Radio Utari FM Cilacap dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan" (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah Institut agama Islam Negeri.
- Purdiningtiyas Woro (2018) "Strategi Komunikasi Penyiar dalam Menyampaikan Pesan-pesan Dakwah di Radio Lampung" (Skripsi sarjana Fakultas Dakwah Universitas Negeri Raden Intan Lampung,
- Puteh Ja'far (2006). *Dakwah Di Era Globalisasi (Strategi Menghadapi Perubahan Sosial)* Yogyakarta AK Grup
- Romli, Asep Syamsul M. (2007). *Broadcast For Teen Jadi Penyiar Itu Asyik Lho!* Bandung: Nuansa Cendekia.
- Ruhimat Mamat (2011) *Ilmu Pengetahuan Sosial*, Jakarta: Grafindo Media Pratama, hlm. 363
- Severin, J. Werner dan Jemes W Tankard. (2005). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Shaleh, Abdul Rahman, dkk (2004) *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana, hlm.
- Shaleh, Abdul Rahman, dkk (2004) *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana, hlm.
- Siagian P. Sondang. (2004) *Managemen Strategi* (bumi aksara, Jakarta, hal.20
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Administratif*. Bandung Alvabeta
- Trinoviana, A. (2017). *Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm)*,
- Ulya Afifiyah, (2019) "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar", (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga,), t.d.
- Walgito, Bimo. (1997) *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset,
- Wardana Ega. (2009). *Sukses Menjadi Penyiar Radio Professional (Panduan Praktis Untuk Profesi Dunia Radio)*. Yogyakarta: CV. Andi offset