

---

## STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO MOST FM (MEDAN) DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DIKALANGAN PENDENGAR

Oleh

Wibi Al-Fiqri Rispi Sitompul

Jurusan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: [wibialfiqri@gmail.com](mailto:wibialfiqri@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 22-02-2023

Revised: 19-03-2023

Accepted: 23-03-2023

### Keywords:

Strategi komunikasi,  
Penyiar radio, Eksistensi

**Abstract:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan penyiar Radio Most FM Medan dalam mempertahankan eksistensinya dalam mempertahankan eksistensinya dikalangan Pendengar Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data-data sesuai dengan masalah yang akan diteleti. Dan objek penelitiannya adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dijalankan oleh radio Most FM (Medan) dalam mempertahankan eksistensinya di kalangan pendengar. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data meliputi metode tes, metode wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat 4 strategi yang dilakukan penyiar untuk mempertahankan eksistensinya dikalangan pendengar yaitu : 1)mengenalni sasaran komunikasi, 2)pemilihan media komunikasi, 3) pengkajian tujuan pesan, dan 4)peranan komunikator dalam komunikasi. Hambatan-hambatan penyiar dalam menjaga eksistensi Radio Most FM adalah Persaingan antar radio yang semakin ketat, selera komunikan yang ingin mendengar lagu barat, kpop atau lainnya, dan komunikan yang tidak paham segmen Radio Most FM yang hanya memutarakan lagu-lagu Indonesia saja. Solusi dari hambatan-hambatan yang dihadapi oleh penyiar dalam menjaga eksistensi Radio Most FM adalah terus update lagu-lagu terbaru dan terus berinovasi, dan berkreasi serta menghadirkan program-program yang menarik dan berbeda dari radio lainnya tetapi tetap sesuai dengan tagline mereka "Paling Ter Indonesia".)

---

## PENDAHULUAN

Radio sebagai media massa yang memiliki ciri khas tersendiri sebab hanya menyiarkan suara saja. Radio memperoleh lambang- lambang komunikasi yang berbunyi dan hanya dapat ditangkap oleh telinga (bersifat audial), jadi Radio masuk pada jenis media berbentuk ucapan atau bunyi (the Spoken words), Arifin (1994.27). Rahanatha dalam Romli menjelaskan pengertian radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Dengan

demikian, yang di maksud dengan istilah radio bukan hanya bentuk fisiknya, tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio adalah saling berhubungan dan tidak dapat di pisahkan satu sama lain. (Romli 2016:77). Radio siaran sebagai salah satu media massa juga dapat melakukan fungsi kontrol sosial, diantara empat fungsi lainnya yakni memberi informasi, menghibur, mendidik dan melakukan persuasi.

Berkembangnya radio-radio di Indonesia juga karena pengaruh dari kemajuan teknologi, tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi radio-radio untuk tetap mempertahankan eksistensinya dikalangan masyarakat, seperti pengelompokkan target pendengar dan yang paling utama adalah strategi komunikasi yang baik untuk menarik perhatian dikalangan masyarakat. Eksistensi yang dimaksud disini adalah dimana radio-radio dapat mempertahankan diri di kalangan pendengar dan tentunya memiliki pendengar setia. Eksistensi itu sendiri juga akan berimbang pada umur yang panjang bagi radio itu sendiri karena memiliki pendengar setia dan nantinya juga akan berimbang pada banyaknya iklan yang masuk dan yang pasti akan mampu bersaing dengan radio-radio komersil yang lain. Seiring berkembangnya radio di masyarakat luas, sudah menjadi kewajiban bagi pengelola radio untuk menjalankan fungsi radio yang benar-benar bermanfaat bagi kepentingan orang banyak Untuk lebih mempertahankan jumlah pendengar tentunya perlu perbaikan dalam berbagai hal, salah satu hal yang harus mendapat perhatian khusus diantaranya adalah strategi penyiar, seorang penyiar harus memiliki pengetahuan dan memahami karakteristik radio. Pemahaman terhadap karakteristik media radio merupakan pengetahuan awal bagi praktisi penyiaran radio yang sangat diperlukan untuk mendukung kemampuan dalam menyampaikan pesan-pesan kepada pendengar sesuai dengan kaidah-kaidah siaran di media tersebut.

Berangkat dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa strategi dan keterampilan penyiar radio dalam menyampaikan sebuah siaran sangat diperlukan karena dengan kualitas yang baik maka program siaran yang disampaikan juga lebih menarik, begitu juga pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik oleh pendengar. Seperti halnya dalam Al Quran disampaikan dalam surah an-Nisa' ayat 8:

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينُ فَأَرْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ۝٨

"Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu sekedar yang mereka perlukan dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik."

Ayat ini menjelaskan tentang perlunya memilih qaulan ma'ru>fan, yakni kalimat-kalimat yang baik sesuai dengan kebiasaan dalam masing-masing masyarakat. Ayat ini mengamanahkan agar pesan hendaknya disampaikan dalam bahasa yang sesuai dengan adat kebiasaan yang baik dalam masyarakat.

Perkembangan radio di Provinsi Sumatera Utara Khususnya Kota Medan saat ini bisa di katakan tergolong aktif dan sangat berpengaruh, antusias pendengar khususnya masyarakat Kota Medan dan sekitarnya tergolong cukup banyak, itu tidak lepas dari strategi penyiar dalam mengolah konten yang kemudian di sampaikan dengan cara yang komunikatif dan lebih bersahabat seperti halnya salah satu radio Most FM (Medan) yang berlatarkan Jl. Hoky, Ps. Merah Bar., Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20216.

Berdasarkan dari beberapa penelitian maka strategi komunikasi radio Most FM (Medan) perlu adanya perencanaan strategi komunikasi dan inovasi-inovasi baru untuk

mempertahankan minat pendengar radio Most FM (Medan). Dengan semakin majunya teknologi informasi sekarang ini tentulah radio Most FM (Medan) perlu memiliki strategi komunikasi khusus untuk mempertahankan eksistensinya dikalangan pendengar.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dengan ini penulis tertarik untuk meneliti "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Most FM (Medan) Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Kalangan Pendengar".

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung yang intensif, terinci dan mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif, metode kualitatif adalah metode penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada, dalam penelitian kualitatif metode yang biasa di manfaatkan adalah wawancara, catatan, foto, dokumen pribadi dan pengamatan. Partisipan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat langsung dalam kegiatan yang ada di radio Most FM (Medan) yang diantaranya adalah penyiar/announcer dari radio Most FM (Medan). Sedangkan objek penelitiannya adalah strategi komunikasi yang dijalankan oleh radio Most FM (Medan) dalam mempertahankan eksistensinya di kalangan pendengar.

Sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Data primer berupa hasil wawancara dan data sekunder Data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah data dari dokumen resmi Radio Most FM (Medan), penelitian terdahulu dan dokumentasi

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Selain itu peneliti juga tertarik dengan eksistensi dari Radio Most 99,0 FM yang masih bertahan sampai sekarang dengan konsep radio paling ter Indonesia-nya bahkan mampu bersaing dengan radio-radio komersil yang lain. Dari hal itulah kenapa peneliti sangat tertarik untuk meneliti strategi komunikasi Radio Most 90,0 FM dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio paling ter Indonesia.

Strategi komunikasi merupakan hal penting yang harus diterapkan dalam sebuah instansi ataupun organisasi yang mana terdapat tujuan tertentu yang ingin dicapai. Selarasnya antara strategi komunikasi, akan menghasilkan perusahaan atau organisasi yang berhasil dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi komunikasi yaitu dengan memadukan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan (Effendy, 2005:32).

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan tiga jenis penelitian data yang terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Most FM. Adapun sebagai penunjang dalam mendapatkan informasi dan data pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa partisipan. Partisipan-partisipan tersebut yakni, sebagai berikut:

1. Direktur Utama dari Radio Most FM yang sekaligus merupakan key partisipan pada

penelitian ini. Dari hasil wawancara dengan beliau data yang diperoleh berupa gambaran secara umum dari Radio Most FM, dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Most FM, dan juga mengetahui bagaimana peranan komunikator (penyiar/announcer) dalam komunikasi.

2. Penyiar/Announcer Radio MostFM. Dari hasil wawancara dengan Budiawan Erianto, peneliti memperoleh data tambahan berupa peranan komunikator (penyiar/announcer) dalam komunikasi dan mempertahankan eksistensi.

Hal tersebut berkaitan bagaimana gambaran yang harus dibangun di Radio Most FM Medan yaitu bagaimana prinsip dakwah seperti yang Rasulullah ajarkan tentang mengajarkan dan belajar ilmu agama yang terdapat dalam Hadist Shohih Rasulullah, diriwayatkan oleh imam Al-Bukhari:

خَيْرُكُمْ مَنْ تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ

“Sebaik-baik kalian adalah orang yang belajar Alqur’an dan mengajarkannya”

Masih dalam hadits riwayat Al-Bukhari dari Utsman bin Affan, tetapi dalam redaksi yang agak berbeda, disebutkan bahwa Nabi Shallallahu Alaihi wa Sallam bersabda,

إِنَّ أَفْضَلَكُمْ مَنْ تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ

“Sesungguhnya orang yang paling utama di antara kalian adalah yang belajar Al-Qur’an dan mengajarkannya.”

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Most FM Medan dalam mempertahankan eksistensi merupakan teori R. Wayne Pace, Peterson, dan Burnett dalam bukunya *Technique for Effective Communication* menyatakan bahwa tujuan sentral dan strategi komunikasi terdiri atas 4 yaitu To secure understanding, To establish acceptance, To motive action, To goals which the communicator sought to achieve (Effendy, 2011: 32)

a. To secure understanding

Memastikan terciptanya saling pengertian dalam berkomunikasi dan untuk memberikan pengaruh kepada komunikan melalui pesan-pesan yang disampaikan untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi. Saling pengertian dapat tercipta ketika para penyiar memahami dengan jelas karakter-karakter para pendengar. Dalam hal ini, para penyiar menyampaikan siarannya dengan bahasa-bahasa yang mudah di mengerti oleh para pendengar. Penyiar memberikan pengaruh kepada pendengar dengan tagline mereka yang “paling ter Indonesia” sehingga para pendengar dapat menerima pesan yang disampaikan yaitu Radio Most FM medan sebagai radio paling ter Indonesia. Tagline Radio Most FM lah yang membuat radio ini cukup dikenal.

b. To establish acceptance

Saling pengertian dan penerimaan tersebut terus dibina dengan. Setelah terciptanya pesan atau tagline radio Most FM Medan yang “paling ter Indonesia”, barulah kita melihat pasar yang berkembang di masyarakat. Radio Most FM mendengarkan lagu-lagu kekinian dan lagu lainnya kepada pendengar dengan memutar hanya lagu Indonesia dan karya orang Indonesia. Radio Most FM menjadi alternatif bagi para pendengar ketika ingin mendengar lagu lagu Indonesia.

c. To reach the goals which the communication

Memberikan gambaran cara bagaimana mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut. Cara yang digunakan oleh Radio Most FM agar mencapai tujuan yang diinginkan yaitu tetap eksis dan menjadi radio no. 1 adalah

membuat program-program menarik, serta menyusun program tersebut sesuai jadwal para pendengar butuhkan. Seperti program “Nonstop Order” dimana pada program ini para pendengar dapat order lagu-lagu Indonesia yang ingin mereka dengar yang disiarkan pada pukul 12.00 – 16.00 dimana pada jam-jam ini orang pada sibuk ngantor, dan sudah memasuki jam-jam lelah yang ingin hiburan yang salah satunya mendengarkan lagu-lagu agar membuat pikirannya lebih segar.

Mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Most FM terdapat 4 komponen strategi komunikasi yakni: mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan, dan peranan komunikator dalam komunikasi. Data yang didapat peneliti terkait dengan 4 komponen strategi komunikasi dari Radio Most FM yakni sebagai berikut:

1. Mengenali Sasaran Komunikasi

Radio Most FM sebagai sebuah organisasi media pada awal pendiriannya tentu sudah memiliki pemikiran dan perencanaan terkait tujuannya kepada target pendengar dan khalayak. Target pendengar dari Radio Most FM sendiri adalah masyarakat umum, akan tetapi usia yang paling banyak mendengarkan adalah diusia remaja. Untuk lebih jelasnya telah dipaparkan dalam tabel seperti berikut.

**Tabel 1. Target Pendengar Berdasarkan Usia**

Usia	Persentase
15 – 19 Tahun	45%
20 – 29 Tahun	40%
30 – 39 Tahun	10%
>40 Tahun	5%

(Sumber: Dokumen Radio MOST FM)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa para pendengar setia Radio Most FM adalah kalangan remaja (15 – 19 Tahun) dan kalangan remaja beranjak dewasa (20 – 29 Tahun) dengan masing-masing persentasenya adalah 45% dan 40%. Sedangkan untuk usia dewasa (30 – 39 Tahun) dan bahkan untuk usia lebih dari 40 tahun jarang mendengar radio Most FM.

Dalam mengenali sasaran komunikasi, Radio Most FM menggunakan cara dengan mengetahui dan mengumpulkan secara langsung siapa saja pendengar setia dari radio tersebut. Cara yang mereka gunakan untuk mengetahui sasaran komunikasi mereka adalah dengan cara live di instagram Radio Most FM ataupun instagram pribadi para penyiar radio. Dengan cara ini mereka mengetahui sasaran komunikasi terbesar mereka adalah para remaja terutama para remaja putri. Hal ini juga dapat dilihat dari followers Instagram mereka yang didominasi oleh remaja putri.

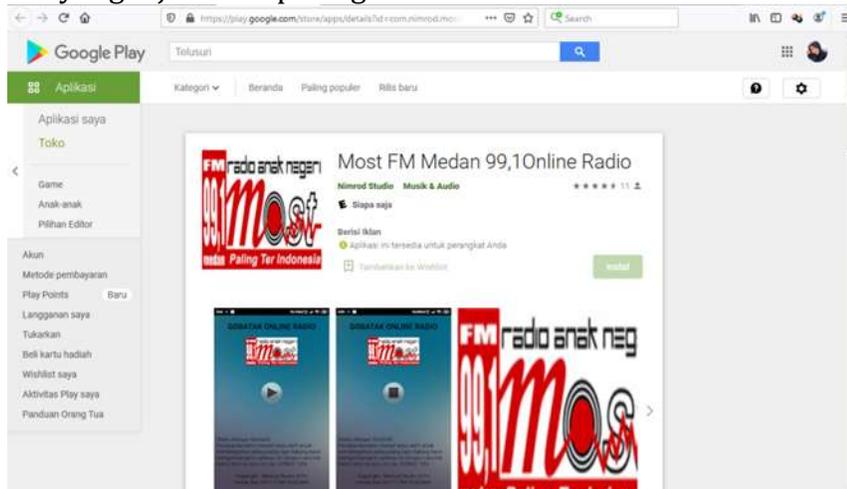
2. Pemilihan Media Komunikasi

Radio Most FM merupakan sebuah organisasi atau perusahaan media massa, yakni media massa radio. Tentu saja dalam berkomunikasi dengan komunikannya (pendengar) Radio Most FM menggunakan media radio itu sendiri sebagai media komunikasinya. Akan tetapi untuk mempermudah pendengar agar bisa berinteraksi dan bisa mendengarkan radio dimana saja, Radio Most FM juga menggunakan media-media lain sebagai media pendukung.

Dalam hal ini, pemilihan media pendukung yang digunakan Radio Most FM adalah media internet yakni streaming, telpon dan sms. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Dirut

Most FM Medan yang mengandalkan sosial media yang sedang berkembang misalkan dengan streaming, dll,

Untuk media telpon dan sms, Radio Most FM memiliki nomor untuk on air yakni pada nomor (061) 739915. Untuk streaming, Radio Most FM sudah memiliki aplikasi tersendiri, seperti yang dijelaskan pada gambar dibawah.



**Gambar 1. Aplikasi Radio MOST FM Medan**

Aplikasi streaming “Most FM Medan 99,1 Online Radio” bisa di unduh (download) pada smartphone melalui Google Play Store. Layanan streaming Radio Most FM juga bisa melalui website di laman <https://radioonline.co.id/most-medan/>. Dan pada setiap layanan streaming yang digunakan oleh Radio Most FM baik melalui aplikasi maupun website.



**Gambar 2. Live Streaming Radio MOST FM Medan**

Selain menggunakan media internet sebagai media pendukung, ataupun media sosial seperti yang dinyatakan oleh Narasumber 6, “Dengan tetap berinovasi dan

mengimbangi perkembangan teknologi itu sendiri, dengan mengikuti update-an media dan menyesuaikan gaya bahasa dan siaran sesuai segmen anak muda.” Sebenarnya Radio Most FM sempat menggunakan media sosial yakni facebook sebagai media untuk berinteraksi dengan para pendengarnya, meskipun di layanan streaming juga terdapat media chatting. Akan tetapi akun facebook Radio Most FM sekarang sudah tidak digunakan lagi dikarenakan semakin berkurangnya pengguna facebook dan banyak beralih ke media sosial lainnya dan terakhir digunakan atau online pada tanggal 30 September 2018.



**Gambar 3. Facebook MOST FM Medan**

Media pendukung lainnya adalah aplikasi Twitter yang dapat diakses dengan mengetik @MOSTFMedan. Di aplikasi ini, para penggemar dapat bercengkrama dan mengetahui updatet terbaru dan juga berita serta jadwal penyiar idola para penggemar.



**Gambar 4. Twitter MOST FM**

### 3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Radio Most FM mempunyai tujuan dalam menyampaikan pesan komunikasi kepada pendengarnya yakni agar para pendengar bisa mendengar lagu-lagu Indonesia dan juga karya-karya musisi lokal yang belum muncul di media televisi. Yang membuat Radio Most FM Medan beda dari yang lain adalah segmennya.

Pesan-pesan komunikasi yang disampaikan oleh Radio Most FM tentu saja ketika siaran yang dilaksanakan setiap kali on air (mengudara) melalui perantara komunikator yakni penyiar atau announcer. Tembang-tembang lawas, lagu daerah, lagu-lagu hits kekinian Indonesia ataupun lagu-lagu musisi lokal yang diperdengarkan kepada para pendengar setianya seperti slogan dari Radio Most FM yaitu "Paling Ter Indonesia" agar para pendengarnya selalu mendengarkan lagu karya anak bangsa sehingga karya anak bangsa tersebut bisa mendapat tempat dihati para pendengarnya bahkan go internasional.

### 4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Komunikator utama pada sebuah radio adalah seorang penyiar yang merupakan garda terdepan dalam menyampaikan pesan terhadap pendengar. Penyiar dibantu oleh Station Manager dan Programmer. Station Manager bertugas untuk membuat program acara, sedangkan Programmer menyusun acara siaran dan jadwal bagi penyiar. Sedangkan penyiar sendiri bertugas sebagai pengirim pesan terhadap pendengar.

Radio Most FM memiliki 12 penyiar, diantaranya Budiawan Erianto, Evranda, Farah Ayasa Medina, Jihan Rinaldi, Dea Vanessa, Mira Adisty dll. Semua penyiar di Radio Most FM Medan berdarah Indonesia dan melalui seleksi yang sangat ketat sehingga para penyiar memiliki kualitas yang baik.

## **B. Analisis Data dan Keabsahan Penelitian**

Setelah melakukan penelitian, dari keseluruhan data yang diperoleh peneliti dalam melakukan penelitian dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi telah menunjukkan cukup banyak informasi yang diperoleh dan penting yang sesuai dengan tujuan dari penelitian ini. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Most FM Medan dalam mempertahankan eksistensi merupakan teori R. Wayne Pace, Peterson, dan Burnett dalam bukunya *Technique for Effective Communication* menyatakan bahwa tujuan sentral dan strategi komunikasi terdiri atas 4 yaitu To secure understanding, To establish acceptance, To motive action, To goals which the communicator sought to achieve (Effendy, 2011: 32)

#### a. Mengenal Sasaran Komunikasi

Mengenal sasaran komunikasi atau audien merupakan langkah awal yang harus dilakukan oleh komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif.

Target audien atau sasaran komunikasi dari Radio Most FM merupakan masyarakat umum. Tetapi, seiring berjalannya waktu, dapat dilihat bahwa pendengar yang paling banyak itu dari kalangan muda/remaja seperti data yang sudah dipaparkan diatas. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Narasumber 4, "Kualifikasi mulai dari 15 tahun ke atas, rata-rata umur 23-25 tahun dan setiap program memiliki target pendengar berbeda-beda"

Radio Most FM juga paham dengan permintaan para pendengar dengan tetap menghadirkan lagu-lagu lawas di waktu tertentu agar Radio Most FM lebih disenangi oleh semua kalangan. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan 2 narasumber yaitu Narasumber 2, "Kalo target pendengar kita lebih ke anak-anak muda, remaja, remaja beranjak ke

dewasa, yang tua juga dengerin kan ada program lagu-lagu lawas.” Narasumber 3, “kalok untuk target pendengarnya sih kami sebenarnya lebih ke anak-anak muda tapi kami tetap menyediakan lagu-lagu lawas untuk di dengar orang tua di hari sabtu dan minggu.” paling utama itu memutarakan lagu-lagu Indonesia yang hits-hits.”



**Gambar 5. Lyodra Idol  
Berkunjung ke Radio Most FM**

b. Peranan Komunikator Dalam Komunikasi

Proses komunikasi massa diawali oleh komunikator. Salah satu karakteristik komunikasi massa adalah komunikator terlembagakan. Itu berarti komunikator dalam media massa berbeda dengan komunikator dalam komunikasi antarpersona. Pengirim pesan dalam komunikasi massa bukan seorang individu melainkan suatu institusi, gabungan dari beberapa pihak (Ardianto, 2009:32).

Komunikator pada sebuah radio adalah seorang penyiar yang merupakan garda terdepan dalam menyampaikan pesan terhadap pendengar, dengan dibantu oleh beberapa pihak seperti Station Manager dan Programmer. Station Manager bertugas untuk membuat program acara, sedangkan Programmer menyusun acara siaran dan jadwal bagi penyiar. Kemudian penyiar menjalankan tugasnya untuk menyampaikan pesan terhadap pendengar ketika on air. Penyiar radio adalah orang yang mampu mengkomunikasikan gagasan, konsep, dan ide, serta bertugas membawakan atau menyiarkan suatu program acara di radio. (Yulia, 2010:17)

Radio Most FM memiliki 12 penyiar yang pastinya sudah melewati proses seleksi sehingga radio most FM menghadirkan penyiar-penyiar yang berkompeten Hal ini sesuai dengan pernyataan Narasumber 6, “Tentunya orang yang mempunyai skill berkomunikasi dan mengolah informasi dengan baik, energik dan berwawasan luas.” Narasumber 4 juga menguatkannya dengan pernyataan, “Kalok kualifikasinya sih kami mencari penyiar yang punya niat belajar tinggi, memiliki pengetahuan yang luas dan berpenampilan menarik.”

**KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di Radio Most FM Medan tentang strategi komunikasi penyiar radio Most FM (Medan) dalam mempertahankan eksistensinya di kalangan pendengar, maka dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan strategi yang digunakan yaitu sebagai berikut

- 1) Strategi yang ditemukan peneliti yang dilakukan oleh Radio Most FM adalah membangun image, karena Radio Most FM sejak awal berdiri membangun image-nya sebagai Radio yang hanya memutar lagu-lagu Indonesia saja sehingga seluruh pendengar mengetahui dan ada hal yang membuat pendengar mengingat sesuatu tentang Radio Most FM.
- 2) Radio Most FM melakukan beberapa strategi komunikasi sesuai dengan teori strategi komunikasi yang dijelaskan oleh R. Wayne, Peterson, dan Burnett. Berikut merupakan kesamaan, keefektifan, kelebihan dan kekurangan dari strategi yang diterapkan.
  - a) Kesamaan strategi yang digunakan dengan faktor pendukung adalah sebagai berikut: (1) Strategitosecureunderstanding dengan faktor pendukung "Mengenal Sasaran Komunikasi" sebanding karena dengan menggabungkan keduanya maka Radio Most FM mampu menetapkan sasaran komunikasi dan menyampaikan lagu-lagu Indonesia yang sedang hits, (2) Strategitoeestablishacceptencedengan faktor pendukung "Pemilihan Media Komunikasi" karena penyiar dapat memberi informasi yang lebih lengkap melalui media lain selain media radio dan ini dapat menangkap sasaran/pendengar yang lebih banyak lagi, (3) Strategitomotiveaction dengan faktor pendukung "Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi" karena setelah diadakan program-program kita tetap harus melihat program tersebut banyak diminati atau tidak, sesuai atau tidaknya dengan tagline Radio Most FM "paling ter Indonesia", dan (4) Strategitogoalswhichthecommunicatorsoughttoachieve dengan faktor pendukung "Peranan Komunikator dalam Komunikasi" karena peran dari penyiar Radio Most FM dalam membawakan siaran bagaimana membawakan siaran.
  - b) Seluruh strategi komunikasi telah dilakukan Radio Most FM dan strategi komunikasi dianggap sudah tepat dan efektif dikarenakan dapat dilihat sampai saat ini Radio Most FM masih mampu mempertahankan eksistensinya di kalangan pendengardan terus berkembang ditengah banyaknya radio-radio komersil baru yang muncul.
- 3) Dalam melaksanakan 4 strategi diatas, Radio Most FM mengalami hambatan-hambatan dalam mempertahankan eksistensi Radio Most FM yaitu:
  - a) Persaingan antar radio yang semakin ketat, selera komunikasi yang ingin mendengar lagu barat, kpop atau lainnya
  - b) Komunikasi yang tidak paham segmen Radio Most FM yang hanya memutar lagu-lagu Indonesia saja.

Solusi dari hambatan-hambatan yang dihadapi oleh penyiar ketika melaksanakan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi Radio Most FM adalah terus update lagu-lagu terbaru dan terus berinovasi, dan berkreasi serta menghadirkan program-

program yang menarik dan berbeda dari radio lainnya tetapi tetap sesuai dengan tagline mereka “Paling Ter Indonesia”.

#### **SARAN**

1. Supaya terus meningkatkan kualitas siaran agar bisa terus dinikmati oleh pendengarnya.
2. Tetap pada prinsipnya dengan memberikan siaran-siaran yang bermanfaat dan memajukan karya anak bangsa
3. Berharap eksistensi Radio MOST FM Medan terus dijaga.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Abidin, Yusuf Zainal.2015. Manajemen Komunikasi: filosofi,konsep dan aplikasi. Bandung:Pustaka Setia.
- [2] Agustinova, Danu eko. 2015.Memahami Metode Penelitian Kualitatif : Teori &praktis. Yogyakarta : Calpulis
- [3] Ardianto, Elvinaro. 2009. Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- [4] Arifin, Anwar. 1994. Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas. Bandung : CV. ARMICO.
- [5] Arifin, Eva. 2010. Broadcasting – To be Broadcaster, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [6] David, Fred R. 2002. Manajemen Strategi dan Konsep. Jakarta: Perhelalindo.
- [7] Effendy, Onong Uchyana. 1993.Ilmu, Teori dan Filsafat.Bandung: Citra Aditya Bakti.
- [8] Effendy, Onong Uchjana. 2005.Ilmu Komunikasi Teori danPraktek.Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [9] Fanani . Burhan. 2013. Buku Pintar Menjadi MC, Pidato, Penyiar Radio DanTelevisi. Yogyakarta : Araska.
- [10] Fred, Wibowo. 2012. Teknik Produksi Program Radio Siaran. Yogyakarta : Grasia Book Publisher
- [11] Kriyantono, Rahmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : PT.Kencana Perdana.
- [12] Masduki. 2004. Menjadi Broadcaster Profesional. Yogyakarta : LkiS Yogyakarta
- [13] Moeleong Lexy J. 2001. Metodologi Penelitian Kualitatif, PT Remaja Rosda Karya:Bandung
- [14] Moeloeng, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [15] Moeloeng, Lexy J. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [16] Mufid, Muhamad.2010. KomunikasidanRegulasiPenyiaran. Jakarta :Kencan. p.33-41.
- [17] Romli . Asep Syamsul M. 2012. Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online. Bandung. : Nuansa Cendikia
- [18] Romli, Asep Syamsul M. 2009. Dasar-Dasar Siaran Radio Basic Announcing. Cetakan Pertama. Bandung: Penerbit Nuansa.
- [19] Sugiono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : Alfabeta
- [20] Suprpto. 2013. Metodologi Penelitian Ilmu Pendidikan dan Ilmu-Ilmu PengetahuanSosial. Buku Seru. Jakarta.
- [21] Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- [22] Wardana. Ega. 2009. Sukses Menjadi Penyiar Radio Profesional. Yogyakarta :ANDI.
- [23] Widjaja, A.W. 2000. Ilmu Komunikasi Pengantar Studi. Jakarta: Rineka Cipta.
- [24] Yulia, Wanda. (2010). Andai Aku Jadi Penyiar. Yogyakarta: Andi Yogyakarta