
STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR RADIO MNC TRIJAYA FM MEDAN DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR

Oleh

Annisa Safitri¹, Jufri Naldo², Nasihudin Ali³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : ¹Annisasafitri2204@gmail.com

Article History:

Received: 02-06-2023

Revised: 20-06-2023

Accepted: 14-07-2023

Keywords:

Komunikasi, Radio, MNC
Trijaya FM

Abstract: *Artikel ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh penyiar radio MNC Trijaya FM. Penelitian yang dilakukan pada artikel ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan menggambarkan narasi dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dalam penelitian. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa strategi komunikasi penyiar radio adalah dengan pendekatan persuasif dari sosial media, dengan menghadirkan tri-trik seperti menyebarkan flyer di instagram story atau feed instagram, kemudian sosial media lainnya. Kemudian menghadirkan program jam request di hari rabu dan jum'at dimana pendengar bisa bebas request lagu mulai dari lagu jadul 80-90an dan lagu terbaru 2000an*

PENDAHULUAN

Perkembangan inovasi informasi dan surat menyurat yang terus berkembang pesat mempengaruhi eksistensi penduduk di Indonesia khususnya dalam bisnis telekomunikasi, hal ini dikarenakan persaingan bisnis telekomunikasi yang tajam dengan media siaran temu, akibatnya memerlukan pemanfaatan yang baik dan benar. mengkomunikasikan para eksekutif untuk membuat kemajuan dari media yang sebenarnya. . Dari perkembangan pesat inovasi masa kini, khususnya di bidang penyiaran dan latihan program, dipercaya dapat membantu penghuni dan memudahkan penghuni untuk mencari dan mendapatkan informasi yang tepat, cepat, dan tepat (Revinka, 2020, hal. 1).

Seiring dengan berkembangnya media elektronik tanpa metodologi korespondensi yang baik, media tersebut juga tidak dapat menyaingi media lain. Selanjutnya, sistem penanganan yang layak dapat membawa kemajuan media. Terbukti, meskipun media cetak masih berkembang, media elektronik masih mendominasi karena lebih muda dan lebih mampu untuk digunakan oleh daerah yang lebih luas, dan informasi yang disampaikan lebih cepat. seperti radio media elektronik (Morissan, 2008, hal. 2).

Radio yang terdapat di Indonesia salah satunya merupakan Radio MNC Trijaya FM. Radio ini berdiri semenjak tahun 90- an dan mempunyai jejak sejarah serta jadi salah satu media terbanyak di Indonesia. Perihal ini diakibatkan sebab MNC Media mempunyai sebagian stasiun tv yang pula mendominasi di Indonesia dan sebagian Jaringan radio yang lain di Jakarta serta kota besar yang lain. Hingga dikala ini MNC Trijaya FM mempunyai jaringan yang luas di Indonesia dengan total 15 kota, Salah satu nya ialah Kota Medan. Yang di beri nama Radio MNC Trijaya FM Medan, dengan frekuensi 95. 1 FM(Frequency Modulation).

Radio MNC Trijaya FM Medan berdiri dibawah naungan MNC Radio Networks serta Tubuh Usaha ialah PT. Radio Prapanca Buana Suara, yang berlokasi di Jalan. Sei Bahorok Nomor. 74- 76 Medan. Sejak awal perkembangannya radio ini menetapkan *positioning*-nya sebagai media yang menyajikan informasi terkini dalam berbagai bentuk program acara seperti talk show, feature, news information, vox pop dan musik. Karakteristik pendengar Radio MNC Trijaya FM Medan adalah mereka para pendengar profesional muda yang memiliki pandangan, berpendirian dan kehidupan yang kuat, para pecinta berita, musik dan film. sesuai dengan tagline yang diusungnya, yaitu “ The Real News and Information” serta memiliki sapaan khusus untuk pendengar yaitu “ Pendengar Trijaya”. Dengan cara ini, Radio MNC Trijaya FM Medan secara umum berupaya menyajikan data tentang berita-berita terkini, baik yang terdekat, publik maupun global, serta berita tentang jagad pengalihan (hiburan) (Yulia, 2010, hal. 316-317)..

Oleh karena itu, Radio MNC Trijaya FM Medan terus mencoba mengasah informasi berita-berita segar mulai lokal, nasional, hingga internasional, dan juga kabar dari kancah hiburan (*entertainment*).

Berdasarkan pada latar belakang sebelumnya maka perumusan masalahnya ialah: Bagaimana strategi komunikasi penyiar Radio MNC Trijaya FM Medan dalam menarik minat pendengar?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif yang dalam pengumpulan datanya menggunakan metode deskriptif, Studi ini menggunakan pertemuan terbuka untuk memahami perspektif, perspektif, sentimen dan cara berperilaku orang atau pertemuan (Sugiyono, 2018). Berdasarkan pengertian di atas, maka cenderung beralasan bahwa eksplorasi subjektif adalah penelitian yang berencana untuk memahami kekhasan apa yang mampu dilakukan oleh subjek penelitian seperti cara berperilaku, kearifan, inspirasi, kegiatan dan lain-lain melalui penggambaran sebagai kata-kata dan bahasa, dalam suatu keadaan tertentu. alam dan dengan menggunakan strategi logis yang berbeda (Lexy J. Moelong, n.d.).

Penelitian ini dilakukan langsung turun lapangan, lokasi penelitian diambil di Radio MNC Trijaya FM Medan di Jl. Sei Bahorok No. 74-76, Kel. Babura, Kec. Medan Baru, Kota Medan. Yang dimana peneliti mudah untuk mendapatkan data dan informasi, selain itu lokasi penelitian juga merupakan dekat dengan domisili peneliti. Proses penelitian ini dalam waktu 3 bulan. dari tanggal 23 Juli 2022 sampai 20 Oktober 2022.

Menurut Lofland dalam Lexy J. Moleong adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain . Dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber informasi primer ialah sumber informasi yang diperoleh langsung dari observasi serta wawancara mendalam dengan informan di lapangan. Dalam riset ini sumber informasi primer yang didapatkan pada hasil wawancara periset dengan responden. Responden yang diartikan yakni Penyiar Radio MNC Trijaya FM Medan. Pada penelitian ini sumber data sekunder yang digunakan ialah berupa dokumentasi seperti Foto-foto yang berkaitan dengan penelitian, Jurnal, Buku, dan Dokumen-dokumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Radio MNC Trijaya FM



Gambar 1. Logo Radio MNC Trijaya FM Medan

(Sumber: Mnctrijaya.com)

MNC Trijaya FM (sebelumnya dikenal sebagai Trijaya Shakti AM, Trijaya FM, Sindo Radio dan Sindo Trijaya FM) adalah jaringan radio Indonesia yang menyiarkan berita 24/7 tanpa gangguan. Jaringan ini resmi diluncurkan pada 1 Desember 1970 dan berada di bawah payung MNC Radio Networks. Slogannya adalah Berita dan Informasi Nyata. MNC Radio Networks adalah jaringan radio multimedia yang merupakan bagian dari perusahaan media terbesar di Asia Tenggara, MNC Group. Selain MNC Trijaya FM, MNC Radio Networks juga memiliki beberapa stasiun radio, antara lain Radio Dangdut Indonesia, Global Radio dan V Radio serta menjadikan MNC Radio Networks sebagai grup radio terbesar di Indonesia. MNC sendiri memiliki 33 jaringan dan 100 stasiun radio di seluruh Indonesia, salah satunya Medan di Sumatera Utara.

Radio MNC Trijaya FM selalu ingin selangkah lebih maju dari radio lain dengan menawarkan berbagai program seperti talk show tentang keuangan, seni, motivasi dan sebagainya, MNC Trijaya juga menggunakan media sosial untuk menginformasikan untuk menyiarkan perkembangan berita terbaru dan tindakan apa yang untuk datang dilakukan. . Radio MNC Trijaya FM juga memiliki website sendiri yang menampilkan berbagai berita menarik dan nyata dari dalam dan luar negeri. Dapat juga dikatakan bahwa MNC Trijaya merupakan salah satu radio yang relatif mandiri karena memiliki beberapa media sosial dan website yang siap memberikan informasi kepada masyarakat. Lokasi perusahaan radio MNC Trijaya FM di Medan juga sangat strategis karena berada di pusat kota yaitu Jalan Sei Bahorok n. 74-76 Medan, Kecamatan Medan Baru, Kota Babura, Kota Medan.

Radio MNC Trijaya FM telah bertukar nama sebelum ia dikenali sehingga kini. Pada September 2011, radio ini diberi nama Radio Sindo, maka pada September 2017 bertukar kembali kepada MNC Trijaya FM sehingga sekarang. MNC Trijaya FM Radio merupakan transformasi dari Trijaya FM Radio yang telah bersiaran sejak tahun 90-an di pelbagai tempat di Indonesia. Pada mulanya, Radio Trijaya disiarkan pada 1 Desember 1970 oleh sekumpulan anak muda yang mempunyai hobi dengan dunia radio. Ketika itu Trijaya secara perlahan-lahan, sebuah stesen radio yang asalnya hanya hobi yang kemudiannya menjadi radio komersial.

Setelah melalui proses yang panjang, akhirnya pada tahun 2005, MNC Group berjaya mengambil 100 peratus saham Trijaya FM dan secara rasminya membeli Radio Trijaya FM. Format yang digunakan oleh MNC Trijaya FM ketika itu terdiri daripada muzik, berita dan rancangan bual bicara yang cukup dominan. Pada tahun 2008, MNC Trijaya FM menukar format radio kepada radio maklumat, muzik dan gaya hidup dengan segmen tetap iaitu

golongan profesional muda. Perubahan ini dilakukan kerana diharapkan MNC Trijaya FM dapat membangunkan kandungan dan programnya sendiri serta bersaing dengan radio lain secara kompetitif. <http://mnctrijaya.com/profile> (diakses pada tanggal 30 September 2022 pukul 17.30 WIB).

Temuan dan Analisis Data

Dalam pembahasan kali ini peneliti akan membahas bagaimana strategi yang dilakukan penyiar Radio MNC Trijaya FM Medan sebelum melakukan proses penyiaran, ini merupakan hal yang sangat penting untuk dipersiapkan sebelum siaran berlangsung.

“strategi yang kami lakukan sebelum proses penyiaran yaitu kami melakukan pendekatan persuasif kepada para pendengar dari sosial media yaitu menyebarkan flyer di instastory atau feed instagram, serta melakukan aktivitas siaran langsung di instagram bahkan sosial media lainnya”(hasil wawancara dengan penyiar Muhammad Iqbal Mahali pukul 10.38 tanggal 04 Oktober 2022).

Sebelum melakukan penyiaran, biasanya penyiar harus memerhatikan hal-hal teknis, seperti artikulasi bahasa yang jelas, mood yang baik, wawasan yang luas, Visualisasi, dan *Smile*. ini sangat penting dilakukan sebelum melakukan proses siaran agar dapat menghasilkan siaran yang berkualitas dan enak didengar.

a. Artikulasi

Dalam penyiaran radio 100% diterima melalui suara. Untuk itu, artikulasi atau kejelasan dalam pengucapan kata haruslah jelas. Tidak harus cepat, yang penting artikulasinya jelas. Karena dengan artikulasi yang jelas dapat membuat pesan tersampaikan dengan baik kepada pendengar.

b. Suasana Hati yang baik

Sebagai seorang penyiar yang profesional tidak boleh terdengar murung atau tidak bersemangat. Karena Suasana Hati yang buruk akan mengakibatkan siaran menjadi tidak optimal. Suasana Hati yang bagus terkadang susah didapat. Untuk itu penyiar radio harus belajar untuk tidak membawa masalah pribadi saat siaran. Suasana Hati yang baik bisa diekspresikan dengan menggunakan Vocal expression.

c. Wawasan yang luas

Penyiar radio harus memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas. Sebisa mungkin penyiar radio bisa sedikit tahu tentang banyak hal. Terutama dengan berita-berita terbaru dan terkini yang Informatif. <https://swaragamatc.com/2018/12/20/5-hal-teknis-yang-harus-diperhatikan-untuk-menjadi-penyiar/> (dikutip pada tanggal 11 Oktober 2022 pukul 18.04 WIB)

d. Visualisasi

artinya membayangkan atau menggambarkan dalam khayalan bahwa penyiar sedang berbicara dengan seorang pendengar yang ada di depannya. Karenanya, ia harus berbicara seperti sedang ngobrol dengan pendengar tersebut. Membayangkan satu pendengar dan ada di depan akan berdampak pada gaya

- bicara serta akrab, hangat, dan tidak teriak-teriak.
e. Smile/Senyum

Kaidah siaran ini berbunyi:” senyumlah! Meskipun anda tidak bisa melihat orangnya, akan tetapi dari suaranya anda akan bisa menduga apakah ia sedang tersenyum atau tidak. Sebab berbicara sambil tersenyum melahirkan”*smiling voice*”, yaitu mendengarkan suara dengan ramah, bersahabat, ceria, menyenangkan dan bersahabat. <https://romeltea.com/teknik-siaran-radio/> (dikutip pada tanggal 11 Oktober 2022 pukul 17.54 WIB).

“sebagai insan radio, saya merasa sedikit pesimis karena radio udah tergerus dimakan zaman, tetapi media yang benar-benar dipercaya hanya media massa televisi dan radio dan tak dipungkiri itu, untuk kedepan selanjutnya masih tetap dipercaya sebagai informasi terkini, teraktual dipercaya oleh publik.” (hasil wawancara dengan penyiar Muhammad Iqbal Mahali pukul 11.38 tanggal 04 Oktober 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi penelitian mengenai “Strategi Komunikasi Penyiar Radio MNC Trijaya FM Medan dalam Menarik Minat Pendengar”, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa strategi yang dilakukan penyiar dalam menarik minat pendengar salah satunya dengan melakukan pendekatan persuasif dari sosial media, dengan menghadirkan tri-trik seperti menyebarkan flyer di instagram story atau feed instagram, kemudian sosial media lainnya. Kemudian menghadirkan program jam request di hari rabu dan jum’at dimana pendengar bisa bebas request lagu mulai dari lagu jadul 80-90an dan lagu terbaru 2000an.

Kemudian dari penjabaran diatas dampak strategi yang dialami radio MNC Trijaya FM Medan berdasarkan dari wawancara kepada penyiar dampak yang dirasakan yaitu penambahan followers atau adjustment, dan berdasarkan dari respon pendengar strategi yang diterapkan berhasil menarik minat para pendengar dan cara pembawaan penyiar serta informasi yang disampaikan pun dapat disampaikan dan diterima dengan baik ke pendengar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Lexy J. Moelong. (n.d.). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>
- [2] Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [3] Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran Edisi Pertama. Cet 3*. Jakarta: Kencana.
- [4] Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- [5] Revinka, P. S. (2020). *Manajemen Penyiaran Program Acara "Morning Zone" dalam Upaya Mempertahankan Minat Pendengar Pada Radio Trax FM Palembang*. Palembang: Universitas Sriwijaya.
- [6] Yulia, W. (2010). *Andai Aku Jadi Penyiar*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [7] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN