

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman modern saat ini, masyarakat sangat bergantung pada informasi. Hal itu tidak bisa dipungkiri baik informasi mengenai pendidikan, hiburan, bahkan kontrol sosial sekalipun. Masyarakat sangat membutuhkan beragam informasi dalam keseharian mereka. Informasi yang dibutuhkan haruslah aktual dan terpercaya kebenarannya. Terkait hal tersebut tentu berkaitan dengan media massa, baik media cetak maupun elektronik. Salah satu media elektronik yang menyajikan informasi yang cepat adalah radio.

Ada beberapa tingkatan peran sosial yang diemban radio dalam kapasitasnya sebagai media publik yaitu *pertama*, radio sebagai tingkatan media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. *Kedua*, radio sebagai sarana mobilisasi pendapat publik, untuk mempengaruhi kebijakan. *Ketiga*, radio sebagai sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda atau diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan. *Keempat*, radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran.¹

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar). Masyarakat sebagai pendengar radio tidak sama kondisinya seperti menonton televisi atau membaca koran, sebab mereka tidak harus berada di depan pesawat radionya.

¹Masduki, *Jurnalistik Radio*, (Yogyakarta: LKiS, 2001), hlm. 3.

Selain itu, para pendengar radio tidak hanya sekedar mendengarkan program acara yang ada di radio tersebut, tetapi mereka terkadang menggunakan nalar pikirnya sehingga membuat mereka mampu bersikap kritis.

Berkembangnya radio swasta saat ini digemari oleh masyarakat karena dapat menyesuaikan dengan sasaran umur para pendengarnya. Radio juga menyajikan lagu-lagu serta beragam informasi yang berguna untuk para pendengar. Kebanyakan orang mempunyai stasiun radio favorit, yang mereka dengarkan lebih sering dibandingkan dengan stasiun radio lain. Mereka tahu kemana menemukannya, dan mereka mengetahui dengan tepat program-program yang ditawarkan, dan disiarkan pada jam berapa.²

Tidak menutup kemungkinan sebagian dari para pendengar mempunyai stasiun favorit. Adapun radio merupakan media informasi yang dapat dijangkau oleh hampir setiap elemen masyarakat dan melibatkan siapapun. Setiap stasiun radio berlomba-lomba dalam menarik minat pendengar dan pengiklan melalui strategi pemasaran karena hal tersebut merupakan faktor penentu bertahannya stasiun radio itu sendiri. Setiap perusahaan akan berlomba-lomba dan berusaha membuat iklan untuk menarik minat konsumen.

Dengan adanya periklanan berarti memperkenalkan produk dan jasa yang ditawarkan sehingga dapat berdampak positif bagi perusahaan yang akan memperoleh keuntungan. Periklanan adalah salah satu bentuk komunikasi

²Dennis List, *Pemasaran Partisipatif Untuk Radio Lokal*, (Jakarta: PT Sembrani Aksara Nusantara, 2004), hlm. 47.

pemasaran. Komunikasi merupakan proses pertukaran informasi, biasanya melalui sistem simbol yang berlaku umum, dengan kualitas bervariasi.³ Adapun iklan itu sendiri biasanya dibuat oleh sebuah agen atau biro iklan atas pesanan si pemasang iklan, atau bisa saja bagian humas (*Public Relations*) lembaga pemasang iklan tersebut.⁴

Radio EL JOHN Indonesia adalah sebuah radio berbasis Streaming Internasional yang berfokus pada topik *Tourism, Business, Lifestyle*. El John Group didirikan pada tahun 1974, sedangkan Radio Eljohn Enes ini berdiri sesuai Akte Notaris Darbi, SH, No.02, Tanggal 04 Juli 2005. Secara Operasional, El John memutuskan untuk menetapkan Hari Lahirnya di Tgl 10 Mei 2004. Seiring dengan perkembangan usaha, maka El John juga berkembang terus dan memfokuskan diri dibidang pariwisata. Yang didirikan oleh Dr. Johnnie Sugiarto, M.M , dan memiliki beberapa *Radio Networking* yakni Radio El John FM 95,9 Palembang, Radio El John FM 96,8 Jambi, Radio El John FM 88,8 Teluk Gelam, OKI Sumatera Selatan, selanjutnya Radio El John FM 88,5 Pangkal Pinang – Bangka, dan Radio Cendana FM 102,6 Pekanbaru, serta Radio DD FM 98,8 Sungailiat, Bangka.

Adapun dengan dukungan perangkat siar yang berteknologi modern dan daya pemancar 3 KW siaran Radio El John FM dapat diterima dengan baik hingga 100 KM. Hasil Monitoring dan laporan dari pendengar Radio El John FM,

³Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 55.

⁴Kustadi Suhandang, *Manajemen, Kiat dan Strategi Periklanan*, (Bandung: Penerbit Nuansa, 2016), hlm.13.

jangkauan siar dapat mencapai wilayah kabupaten Banyuasin, Ogan Komering Ilir, dan Prabumulih.

Radio El John merupakan radio swasta yang sebagian program mereka hidup dari pemasangan iklan. Apalagi El John berfokus pada topik *Tourism, Business, Lifestyle*. Setiap harinya mereka harus kreatif dalam mempromosikan program-program acara mereka.

Mengenai profil pendengar radio El John yang terdiri dari kelompok usia 25–50 tahun baik pria maupun wanita. Kebanyakan pendengar radio El John ialah *executive* muda, wirausaha, dan karyawan. Walaupun demikian masih banyak masyarakat di kota Palembang yang bertanya-tanya tentang radio El John, ditambah pada saat *on air* El John kebanyakan memutar lagu-lagu lawas yang tidak banyak disukai sebagian masyarakat zaman sekarang khususnya remaja.

Kemudian dari pada itu, pada umumnya permasalahan yang kerap terjadi di radio yakni pada alat pemancar, mixer, dan lain-lain. Selain itu, dalam mencari materi siaran radio El John menggunakan saluran internet yang kadang kala mengalami gangguan koneksi, dan juga menggunakan koran, majalah dan media lainnya. Perihal tersebut dapat mengganggu sistem operasional dalam radio itu sendiri.

Radio El John merupakan satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang. El John tidak hanya menginformasikan berita pariwisata di Palembang saja melainkan di seluruh Indonesia bahkan di Manca Negera

sekalipun. Pengembangan pariwisata sering sekali berkaitan dengan beberapa beberapa perusahaan seperti halnya radio. Baik itu radio pemerintah atau non pemerintah memiliki konsentrasi satu sama lain. Kata “pariwisata” sesungguhnya baru populer di Indonesia setelah di selenggarakannya Musyawarah Nasional Tourisme ke II di Tretes, Jawa Timur, pada tanggal 12-14 Juni 1958.⁵ Sebelumnya sebagai ganti kata “pariwisata” digunakan kata “*tourism*” yang berasal dari bahasa Belanda.

Dari uraian diatas penulis tertarik mengadakan penelitian lapangan yang bertemakan “STRATEGI RADIO EL JOHN DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KOTA PALEMBANG”.

B. Batasan Masalah

Supaya penulisan tidak terlalu luas dan menyimpang yang pada akhirnya akan keluar dari aspek pembahasan maka penulis memberikan batasan masalah. Dalam pembahasan ini penulis meneliti tentang bagaimana strategi radio El John dalam mempromosikan pariwisata di kota Palembang, serta masalah perihal operasional dan *maintenance* di radio El John 95.5 FM.

⁵Oka A Yoety, *Komersialisasi Seni Budaya dalam Pariwisata*, (Bandung: CV Angkasa, 2013), hlm. 1.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimana strategi Radio El John dalam mempromosikan pariwisata di kota Palembang ?
2. Apa saja faktor pendukung dan p
3. enghambat Radio El John dalam mempromosikan Pariwisata di Kota Palembang ?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi Radio El John dalam mempromosikan pariwisata di kota Palembang.
- b. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat Radio El John dalam mempromosikan Pariwisata di Kota Palembang.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, secara praktis dan teoretis:

1. Secara Praktis

- a. Memberikan kontribusi ilmiah pada para pengelola Radio El John mengenai strategi promosi atau pemasaran radio dalam bidang pariwisata di Kota Palembang

- b. Memberikan kontribusi pada stasiun radio lain dalam penerapan strategi promosi atau pemasaran radio.

2. Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu pengetahuan tentang strategi promosi atau pemasaran radio, baik untuk radio pemerintah dan radio swasta dalam mewujudkan visi dan misi atau menambah khazanah ilmiah.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah mengembangkan pemahaman dan wawasan serta mengkaji penelitian-penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti. Namun tetap terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Adapun penelitian yang memiliki tema sama dengan penelitian yang sedang peneliti tulis berjudul “Strategi Pemasaran Radio Utari FM Cilacap dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan”. Dalam penelitian tersebut dibahas bahwasannya setiap media masa seperti radio memiliki strategi marketing atau pemasaran dengan dilakukannya promosi tidak lain untuk menarik pemasang iklan. Selain itu, persamaan lainnya adalah sama-sama menggunakan media radio sebagai objek penelitian.

Penelitian yang kedua adalah berjudul, “Strategi *Marketing* Radio Komersial (Studi terhadap Unisi FM Yogyakarta)”, dibuat oleh Muhammad Imron. Permasalahan dalam penelitian ini adalah masih membahas mengenai

strategi *Promotion* dalam radio tersebut. Sedangkan metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang merupakan penelitian lapangan.

Berikutnya Riski Amaliah, “Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Fajar FM Makassar dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan”. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Teknik-teknik pengumpulan data seperti peneliti langsung terjun ke lapangan. Hal itu ditujukan untuk memastikan jumlah pengiklan pada daerah tertentu.

Wulan Rahmadhita, menulis penelitian yang bertemakan “Strategi Komunikasi Program Musik dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar”. Pada penelitian ini hampir sama namun objek dan subjek yang berbeda. Sedangkan metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang merupakan penelitian lapangan. Selain itu, menggunakan radio sebagai objek penelitian dan strategi sebagai pokok permasalahan

F. Kerangka Teori

Sebagai acuan landasan berfikir dalam penelitian ini, maka untuk itu penulis membuat bahasan yang lebih spesifik untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, yang meliputi :

Strategi bagi sebagian organisasi merupakan cara untuk mengatasi dan mengantisipasi setiap masalah yang timbul serta kesempatan-kesempatan untuk masa yang akan datang.⁶ Dengan demikian strategi harus dapat memberikan

⁶Amirullah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 4.

gambaran yang jelas dan terarah apa yang perlu dan akan dilaksanakan oleh suatu organisasi.

Sedangkan yang dimaksud pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan sekaligus konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan.⁷ Sedangkan kata marketing juga diterjemahkan dengan istilah pemasaran tidak hanya menetapkan harga dan menentukan proses produk dan jasa. Perusahaan swasta seperti radio harus berkomunikasi dengan pelanggan. Selain itu, diperlukan adanya strategi komunikasi didalamnya.

Strategi komunikasi memungkinkan suatu tindakan komunikasi dilakukan untuk target-target komunikasi yang dirancang sebagai target perubahan.⁸ Strategi komunikasi yang dikemukakan Middelton adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.⁹

Sedangkan menurut pakar komunikasi Indonesia Onong Uchjana Effendy, Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication*

5. ⁷Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm.

⁸Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 62.

⁹Hafied cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm 61.

planning) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi komunikasi memerlukan adanya unsur-unsur dalam komunikasi seperti komunikator, pesan, media, penerima dan efek. Tanpa itu semua strategi komunikasi tidak dapat berlangsung, bahkan perencanaan program-program yang ada akan terhambat. Adapun di dalam strategi komunikasi pemasaran terdapat beberapa komponen diantara, penjelasan mengenai suatu usaha yang merupakan kegiatan dari rencana yang menegaskan suatu usaha.

Selain itu, produk dan jasa yaitu memperkenalkan suatu produk dan jasa yang akan mendatangkan keuntungan dari usaha yang sekarang dan dari usaha pada masa mendatang. Bagi perusahaan dan konsumen keuntungan tersebut sama-sama akan didapatkan. Sebagai konsumen yang sudah mengetahui informasi mengenai destinasi pariwisata yang menarik sehingga konsumen melakukan tindakan memilih hal tersebut.

Adapun di dalam menjalankan strategi komunikasi maka seluruh komunikasi harus dipahami oleh karena itu, strategi komunikasi dilakukan dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti sehingga adanya timbal balik (*feedback*) agar tujuan dari komunikasi tercapai.

Salah satu bentuk dari komunikasi massa adalah radio. Melalui radio, proses intra-komunikasi (penghayatan pesan dalam diri komunikan) akan

berlangsung lancar, karena orang bebas menggunakan fantasi sendiri.¹⁰ Selain itu, komunikasi yang akan disampaikan oleh komunikator dalam radio kepada pendengar dapat berlangsung dalam waktu yang singkat.

Transisi dari radio hiburan (musik) ke radio informasi (berita) membuat radio harus melakukan adaptasi bertahap (*gradual*), sambil mempersiapkan SDM, peralatan, dan investasi dana untuk membangun institusi pemberitaan.

Adapun radio memiliki keunggulan yaitu lebih merakyat dan dapat menembus ke seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan stratifikasi sosial, format sangat fleksibel, sangat menarik perhatian dan kemampuannya yang kuat untuk mempengaruhi persepsi khalayak. Acara-acara yang dikemas banyak digemari masyarakat menjadikan sasaran perusahaan untuk mengiklankan produknya sebagai selingan dalam penayangan acara tersebut, dengan harapan agar iklan yang ditayangkan dapat menyedot perhatian publik.¹¹

Kekuatan radio sebagai media promosi sudah tidak bisa dipungkiri lagi. Sebelum televisi lahir dan media cetak menerbitkan sebuah pesan layanan, radio lebih awal menyampaikannya kepada publik. Walaupun beriklan di radio hanya dapat mendengar suara namun informasi yang disampaikan mampu menarik minat pendengar. Adanya *sound effect* yang menciptakan suasana visual, sehingga membuat pendengar berimajinasi dengan iklan yang diputar. Selain itu,

¹⁰Astrid S Susanto, *Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: BinaCIPTA, 1982), hlm. 64.

¹¹ eprints.ums.ac.id/28383/2/BAB_I.pdf, diakses pada 16 Januari 2017 Pukul 09.10 WIB.

informasinya menggunakan bahasa yang mudah dipahami yang tidak asing ditelinga yang mendengarkannya.

Iklan artinya promosi atau sarana komunikasi yang menyampaikan pesan produsen kepada konsumen. Dalam pemasaran iklan berfungsi untuk meningkatkan minat konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan dan bertujuan agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

Mempertahakan eksistensi suatu radio merupakan upaya dari setiap radio swasta. Semua itu dilakukan untuk menambah jumlah pendengar serta untuk menambah jumlah pengiklan di radio tersebut. Untuk itu, sangat dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dan perencanaan strategi didalamnya.

Perencanaan strategi adalah proses pembuatan dan pemeliharaan suatu strategi yang menyesuaikan antara tujuan organisasi, kemampuan dan kesempatan pemasaran yang berubah.¹² Dalam penelitian ini, teori Middleton diartikan sebagai strategi komunikasi yang menyangkut semua elemen komunikasi dari komunikator, dan komunikator akan menyampaikan pesan, pesan yang dikemas dalam bentuk program-program acara pariwisata di Radio El John, yang mana akan disalurkan melalui stasiun Radio El John itu sendiri, dan terakhir sampai pada pengaruhnya bagi masyarakat sehingga tercapailah tujuan komunikasi yang optimal.

¹²Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV Yrama Widya, 2012), hlm. 283.

Adapun fokus dalam penelitian ini adalah Pariwisata di kota Palembang. Apabila ditinjau secara etimologi istilah pariwisata sendiri berasal dari bahasa sanksekerta yang memiliki persamaan dengan makna *tour*, yang berarti berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa kata “pariwisata” terdiri dari dua suku kata, yaitu “Pari” dan “Wisata”. Pari, berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Sedangkan Wisata, berarti perjalanan, bepergian.¹³

Organisasi pariwisata dunia, UNWTO, mendefinisikan pariwisata sebagai aktivitas perjalanan dan tinggal seseorang di luar tempat tinggal dan lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berurutan untuk berwisata, bisnis, atau tujuan lain dengan tidak untuk berkerja ditempat yang dikunjungi tersebut.¹⁴

Kota Palembang adalah salah satu kota besar sekaligus merupakan ibukota dari Provinsi Sumatra Selatan kota terbesar kedua di Sumatera setelah Medan. Selain terkenal dengan pempeknya, Palembang juga mempunyai potensi wisata yang tidak kalah dengan kota lain di Sumatera diantaranya Museum Sultan Mahmud Badaruddin II, Monpera, Masjid Agung Palembang, Benteng Kuto Besak, Bukit Siguntang, dan lain-lain.¹⁵

¹³M. Liga Suryadana Vanny Octavia, *Pemasaran Pariwisata*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 30.

¹⁴*Ibid*, hlm. 30.

¹⁵e-journal.uajy.ac.id/5094/2/1TA13280.pdf, diakses pada 13 Januari 2017 Pukul 15:30 WIB.

Keberadaan radio sebagai media komunikasi massa sangat diandalkan masyarakat dalam memperoleh informasi. Pasalnya seperti yang dikatakan sebelumnya informasi yang di dapatkan saat mendengar radio sangatlah cepat.

G. Metodologi Penelitian

Metode ialah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Sedangkan metodologi ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan suatu metode. Jadi, metodologi penelitian ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian.¹⁶

Dengan merujuk pada pengertian tersebut, maka diperoleh metodologi penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini dilakukan dengan *field research* (penelitian lapangan) yakni penelitian dengan mengamati langsung ke lokasi penelitian.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang berupaya untuk menjelaskan atau mencatat situasi dan kondisi saat ini terkait dengan topik tertentu.¹⁷

Deskriptif kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dan orang-

¹⁶Husaini Usman, Purnomo Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 41.

¹⁷Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 166.

orang dan pelaku yang dapat diamati. Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama.

Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan. *Pertama*, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah jika berhadapan dengan kenyataan. *Kedua*, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden. Di samping itu pendekatan ini juga bertujuan untuk memperoleh pemahaman dan penafsiran secara mendalam dan natural tentang makna dari problema yang ada di lapangan sehingga data yang diperoleh bersifat *fenomenologis naturalistic* (data sesuai dengan fakta yang ada di lapangan).

Sesuai dengan metode penelitian yang dipilih, penelitian ini tidak berangkat dari suatu hipotesis untuk diuji keberlakuannya atau kecocokannya di lapangan. Tetapi yang dilakukan justru peneliti terlibat langsung ke lapangan dan berusaha mengumpulkan data dengan lengkap mungkin sesuai dengan pokok permasalahan yang akan diteliti.

Dalam penelitian kualitatif, tentu saja tidak harus mencerminkan permasalahan dan variabel yang diteliti, tetapi lebih pada usaha untuk mengungkapkan fenomena dalam situasi dan kondisi secara luas dan mendalam, serta menemukan hipotesis dan teori.¹⁸ Oleh karena itu, peneliti

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 212.

harus terlibat secara langsung ke lapangan, aktif mendengar, mengamati, bertanya, mencatat, berfikir dan menarik kesimpulan dari apa yang diperoleh di lapangan.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks atau suatu pengamatan yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik pengumpulan data dengan observasi merupakan kegiatan mengamati secara langsung mengenai suatu objek yang akan dicatat datanya dalam hal ini mengadakan pengamatan secara langsung pada lokasi penelitian di Radio El John 95,9 FM Palembang.¹⁹

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai.²⁰ Dalam hal ini peneliti mengadakan wawancara kepada redaksi dan semua rekan kerja Radio El John 95,9 FM Palembang.

c. Dokumentasi

¹⁹Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LKIS, 2007), hlm. 111.

²⁰Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.

Dokumentasi bisa berupa tulisan atau gambar-gambar. Metode dokumentasi dipakai dalam mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen yang ada di Radio El John 95.9 FM Palembang yang dapat membantu penelitian ini.

4. Sumber Data

a. Sumber Data

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian ini adalah informasi dari mana sehingga data dapat diperoleh. Data penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

1. Sumber data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama dilapangan.²¹ Sumber diperoleh dari hasil wawancara dilapangan yang terdiri dari redaksi dan semua rekan kerja radio El John 95.9 FM
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui catatan, buku-buku, dan literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Analisis Data

Analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa model interaktif.²² Analisa data model interaktif berlangsung tiga tahap, sebagai berikut:

²¹*Op.Cit*, hlm. 128.

²²Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LKIS, 2007), hlm. 204.

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses penyederhanaan data “kasar” yang didapatkan dari catatan tertulis di lapangan.

b. Penyajian data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang telah tersusun sehingga memungkinkan adanya peneliti menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Hal itu dilakukan untuk meningkatkan pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Pada tahap ini, peneliti mencoba mencari makna dari data yang disimpulkan. Verifikasi dilakukan terus-menerus sepanjang proses penelitian berlangsung sejak awal memasuki lokasi penelitian selama proses pengumpulan data. Kesimpulan yang dihasilkan akan menjawab pertanyaan, bagaimana strategi radio El John dalam mempromosikan pariwisata di kota Palembang serta masalah perihal operasional dan *maintenance* di radio El John 95.5 FM.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahsn terdiri dari bab-bab yang akan dibahas lebih cermat dan mendalam:

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI. Bab ini berisi mengenai konsep dan teori yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

BAB III GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN. Bab ini membahas sejarah Radio El John Palembang, visi dan misi Radio El John Palembang dan fokus penelitian pada program-program acara Radio El John Palembang.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN. Bab ini berisi tentang jawaban dari permasalahan penelitian berupa strategi Radio El John dalam mempromosikan pariwisata di kota Palembang

BAB V PENUTUP. Bab ini berisi kesimpulan akhir dari proses penelitian, saran-saran yang menyatakan masukan ilmiah positif terhadap masalah yang diteliti dan juga sebagai penyempurnaan penelitian yang dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi

Kata “strategi” mempunyai pengertian yang berkaitan dengan hal-hal seperti kemenangan, kehidupan, atau daya juang. Artinya, berkaitan dengan mampu atau tidaknya suatu lembaga instansi atau organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam maupun luar.²³

Menurut kamus lengkap Bahasa Indonesia Modern, Strategi adalah ilmu siasat perang, akal atau tipu muslihat untuk mencapai sesuatu maksud tujuan yang telah direncanakan.²⁴ Strategi bagi sebagian organisasi merupakan cara untuk mengatasi dan mengantisipasi setiap masalah yang timbul serta kesempatan-kesempatan untuk masa yang akan datang.²⁵

Strategi merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal itu dilakukan tidak lain untuk menghadapi tantangan yang muncul dalam rangka mencapai tujuan tersebut.

Adapun dengan melihat beberapa definisi tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui menuju

²³Zainal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 221.

²⁴Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Moderen*, (Jakarta: Pustaka Amani, 1979), hlm. 462.

²⁵Amirullah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 4.

target yang di inginkan. Karena pada dasarnya, strategi yang baik akan memberikan gambaran tindakan dan keputusan yang akan dipilih untuk mewujudkan tujuan organisasi. Strategi juga sebagai perumusan visi dan misi suatu organisasi dan perusahaan.

Selanjutnya., visi dan misi termasuk dalam prinsip strategis perusahaan. Visi (*vision*) adalah tujuan yang hendak dicapai oleh para pendiri perusahaan atau organisasi dimasa yang akan datang. Visi dapat dipahami sebagai cara pandang seseorang pendiri atau pemilik terhadap suatu objek jauh ke depan.²⁶ Sedangkan misi (*mission*) adalah pernyataan umum (*mission statement*) dari perusahaan atau organisasi. Misi yang dinyatakan dengan baik akan lebih mudah untuk mengevaluasinya.²⁷

Adapun yang menjadi visi radio El John yakni, yang pertama dan satu-satunya radio Pariwisata di Indonesia. Lalu, yang menjadi misi radio El John yakni, sebagai media massa yang memberikan pengetahuan umum dan informasi Pariwisata bagi masyarakat serta bermitra dengan Pemerintah daerah yang berfokus pada industri “Pariwisata” guna mendorong pertumbuhan kepariwisataan yang lebih besar bagi republik Indonesia.²⁸

²⁶Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 10.

²⁷*Ibid*, hlm. 10.

²⁸Iwan Sugiarto, *Standard Operational Procedure*, (Jakarta: El John Radio Network, 2006).

Selain itu, adanya tujuan (*goals*) adalah sasaran akhir perjalanan dari perusahaan atau organisasi melalui eksistensi dan operasinya. Perusahaan penting merumuskan tujuannya dikarenakan, antara lain:

- a. Tujuan membantu mendefinisikan organisasi dan lingkungannya.
- b. Tujuan membantu mengkoordinasikan keputusan dan pengambilan keputusan.
- c. Tujuan merupakan sasaran yang lebih nyata daripada pernyataan misi.²⁹

Adapun dari beberapa tujuan perusahaan diatas, peneliti berpendapat bahwa tujuan adalah sebuah keadaan yang ingin dicapai di masa yang akan datang.

Radio El John merupakan stasiun swasta yang bersifat komersial yang berarti didirikan dengan tujuan mengejar keuntungan yang sebagian besar berasal dari penayangan iklan.³⁰

Selain itu, stasiun swasta dapat pula melaksanakan siaran dengan menggunakan saluran multipleksing yang berarti penyiaran dengan menggunakan satu *channel*, namun menampilkan lebih dari satu program pada saat yang bersamaan.³¹

Persaingan media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian audien dan untuk dapat merebut perhatian audien, maka pengelola stasiun penyiaran harus memahami siapa audien mereka dan apa kebutuhan

²⁹*Op.Cit*, hlm. 11.

³⁰Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 88.

³¹*Ibid*, hlm, 89.

mereka. Di era persaingan dewasa ini setiap media penyiaran harus memiliki strategi yang jelas.

Strategi merebut audien adalah sama dengan strategi pemasaran (*marketing*) dalam arti luas. Audien adalah pasar, dan program yang disajikan adalah produk yang ditawarkan, misalnya dalam menyusun program yang akan disiarkan setiap harinya.³²

Satu stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis, yaitu merancang acara sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan pendengarnya (radio). Mereka biasanya menyajikan program yang diminati oleh audiensi berdasarkan fakta dan data yang ada.³³

B. Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi (*promotion*) adalah aktivitas yang mengkomunikasikan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.³⁴ Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk atas perusahaan dan produknya agar pelanggan bersedia menerima, membeli pada produk yang ditawarkan. Tiga tujuan utama dari promosi yakni, menginformasikan (*informing*), membujuk pelanggan sasaran (*persuading*), dan mengingatkan (*reminding*).

³²*Ibid*, hlm. 173.

³³Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 127.

³⁴M. Liga Suryadana Vanny Octavia, *Pemasaran Pariwisata*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 11.

2. Bentuk-bentuk Promosi

Meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu sering disebut bauran promosi (*promotion mix*)³⁵, adalah sebagai berikut:

- a. Periklanan (*advertising*). Secara harfiah, istilah iklan dikenal dalam bahasa Melayu berasal dari bahasa Arab, *i'lan* atau *i'lanun* yang berarti informasi.³⁶ Jelasnya, periklanan merupakan salah satu jenis teknik komunikasi massa untuk menyiarkan informasi tentang barang atau jasa yang ditawarkan oleh si pemasang iklan (produsen atau penjual barang maupun jasa) dengan membayar ruang atau waktu yang disediakan media massa tersebut.
- b. Promosi Penjualan (*sales promotion*), adalah kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang akan ditawarkan sehingga memudahkan konsumen melihat produk atau jasa tersebut agar mereka tertarik untuk melakukan pembelian. Contohnya pemberian kupon, potongan harga dan lain-lain.
- c. Hubungan masyarakat (*public relation*), adalah dimana perusahaan tidak harus berhubungan hanya dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur, tetapi ia juga harus berhubungan dengan kumpulan

³⁵*Ibid*, hlm. 13.

³⁶Kustadi Suhandang, *Manajemen, Kiat dan Strategi Periklanan*, (Bandung: Penerbit Nuansa, 2016), hlm. 13.

kepentingan publik yang lebih besar. Contohnya seminar, sponsor, dan lain-lain.

- d. Penjualan Tatap Muka (*personal selling*), adalah pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli potensial dengan tujuan melakukan penjualan, contohnya pameran dagang.
- e. Pemasaran langsung (*direct marketing*), adalah komunikasi secara langsung yang digunakan melalui telepon, *e-mail*, atau internet untuk mendapatkan tanggapan langsung dari konsumen secara jelas.³⁷

Stasiun radio secara tetap perlu publikasi atau promosi. Tanpa usaha publikasi dari stasiun radio, maka pendengarnya perlahan-lahan berkurang.³⁸ Salah satu prioritas utama setiap stasiun radio terutama adalah menjadikan orang mengetahui keberadaan radio itu sendiri.

3. Keunggulan Beriklan di Radio

Selain itu, terdapat beberapa faktor penting dalam merencanakan iklan untuk radio agar dapat mencapai sasaran sesuai dengan keinginan pemasang iklan. Beberapa faktor penting itu antara lain terkait dengan waktu penayangan iklan, medium yang digunakan, penempatan iklan, peringkat atau rating program, dan lain-lain.³⁹

³⁷M. Liga Suryadana, *Op.Cit*, hlm. 14.

³⁸Dennis List, *Pemasaran Parrisipatif untuk radio local*, (Jakarta: Sembrani Aksara Nusantara, 2004), hlm. 81.

³⁹Morrisan, *Periklan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kecana, 2012), hlm. 236.

Radio sebagai salah satu media untuk beriklan memiliki sejumlah keunggulan mencakup: biaya iklan yang murah, fleksibel dan peluang pemasaran terpadu.

Berikut beberapa keunggulan beriklan dalam radio antara lain:

- a. **Biaya Iklan Murah.** Salah satu kekuatan utama radio sebagai media untuk beriklan adalah biayanya yang murah karena produksi iklan radio sangat mudah dilakukan dan dapat diselesaikan dalam waktu yang sangat cepat. Adapun di dalam iklan radio hanya membutuhkan satu naskah (skrip) yang dibacakan penyiar di studio atau pesan iklan direkam sebelumnya dan siap disiarkan stasiun radio.
- b. **Fleksibilitas.** Radio merupakan media untuk beriklan yang paling fleksibel karena pemasang iklan dapat mengajukan materi iklan atau melakukan perubahan terhadap materi iklan hanya dalam periode beberapa menit sebelum ditayangkan. Iklan radio dapat dibuat dan dijadwalkan siarannya dalam waktu yang sangat singkat. Dengan demikian, pemasang iklan dapat dengan mudah menyesuaikan isi iklannya dengan situasi pasar setempat.
- c. **Promosi Terpadu.** Pemasang iklan juga dapat melibakan stasiun radio dalam kegiatan promosi penjualan dimana stasiun radio melaksanakan siaran langsung dari lokasi penjualan dalam upaya untuk menarik konsumen untuk datang. Pemasang iklan juga dapat menjadi sponsor dari liputan secara langsung yang dilaksanakan stasiun radio atas berbagai kegiatan, seperti olahraga, festival, atau peristiwa menarik lainnya.⁴⁰

Adapun berikut ini 10 alasan daya saing pemasang iklan di Radio El John

95,9 FM:

1. Peralatan pendukung berstandar broadcasting
2. Pemasangan slot iklan yang ideal
3. Tidak ada competitor dalam slot iklan
4. *Segmented, Image*, dan sesuai dengan target
5. Format lagu yang berbeda
6. Format musik disesuaikan dengan program acara
7. Selektif untuk penerimaan produk sponsor

⁴⁰*Ibid*, hlm. 252.

8. Inovatif dalam mengerjakan produksi materi iklan
9. Kreatif dalam mengolah sajian acara
10. Kompetitif harga yang ditawarkan.⁴¹

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa radio dapat digunakan sebagai media promosi. El John sebagai satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang juga menyediakan waktu dan ruang bagi pemasang iklan yang berminat.

C. Radio

1. Sejarah Radio

Ada beberapa macam media yang digunakan dalam menyebarkan informasi salah satunya radio. Keberadaan radio sebagai media komunikasi massa sangat diandalnya masyarakat dalam memperoleh informasi.

Perkembangan radio dimulai dari penemuan *Phonograph* (gramafon), yang juga bisa digunakan memainkan rekaman, oleh Edison tahun 1877.⁴² Perkembangan penyiaran radio sendiri dilanjutkan dengan penayangan iklan pada tahun 1922 oleh stasiun AT dan T di Amerika Serikat. Mereka memakai sistem operasi telepon, yakni semua pengiklan dikenai sejumlah tarif siaran disebut *Toll Broadcasting*.⁴³

Di samping menjadi pionir penyiaran radio komersial, AT dan T juga mengembangkan sayap bisnis penyiaran radio secara berjangkauan (*networking*)

⁴¹Dokumentasi Radio El John, *Company Profile PT. Enes John Komunikasi*.

⁴²Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.25.

⁴³*Ibid*, hlm. 26 .

dengan menggunakan saluran telepon. Sistem berjaringan selain memberikan keuntungan pada pembuatan program berkualitas dengan biaya murah (karena ditanggung tiap stasiun dalam jaringan) seperti musik dan drama, juga menciptakan pasar pengiklan yang lebih luas.

Pada awal tahun 1960, siaran radio memasuki masa penting dengan dikembangkan teknologi siaran menggunakan frekuensi FM. Teknologi FM sebenarnya telah ditemukan pada tahun 1930-an, namun ketika itu baru sedikit saja pesawat radio bisa menerima siaran FM. Karena siaran FM sendiri dapat menghasilkan suara yang jernih dengan efek suara stereo.⁴⁴

Adapun perkembangan sejarah radio pada tabel berikut ini:

Tahun	Perkembangan Sejarah Radio
1888	Heinrich Hertz mendeteksi dan memproduksi gelombang radio
1894	Marchese Guglielmo Marconi membangun perlengkapan radio yang berhasil menyembunyikan bel dari jarak sekitar 40 m.
1899	Marconi membuat jaringan radio antara Inggris dan Perancis.
1900	Ilmuawan Amerika. R. A. Fessenden, mentransmisikan suara manusia melalui gelombang radio.
1901	Marconi mentransmisikan pesan telegraf melalui radio.
1903	Valdemar Poulsen mendaftarkan hak paten atas perangkat yang mampu mentransmisikan gelombang radio secara kontinu pada frekuensi 100 kHz dan mampu mencapai 240 km.
1904	Transmisi radio pertama yang berisi musik di Graz, Austria.
Tahun	Perkembangan Sejarah Radio
1905	Marconi menemukan antenna radio.
1906	Program radio pertama yang berisi suara dan musik yang disiarkan di AS oleh R. A Fessenden.
1907	Fessenden menemukan generator elektrik yang menghasilkan gelombang radio dengan frekuensi 100 kHz.
1908	General Elektrik mengembangkan radio alternative.
1910	Komunikasi publik melalui radio dilakukan oleh Kapten

⁴⁴*Ibid*, hlm. 27.

	Montrose dari kepolisian Skotlandia ketika seorang gembong kriminal melarikan diri.
1914	Edwin Amstrong mematenkan sirkuit penerima gelombang radio dengan kualitas suara jernih.
1919	Gelombang pendek radio dikembangkan. Tahun yang sama didirikan RCA (Radio Commercial Association).
1921	RCA melalui <i>Radio Central</i> di Long Island. Tahun yang sama didirikan Liga Radio Amerika.
1922	Didirikan stasiun AM di University of Michigan, AS, yang menyiarkan perkuliahan tambahan.
1928	Sebuah stasiun radio di New York menyiarkan acara televisi.
1938	FCC melakukan siaran pendidikan di gelombang FM.
1953	Siaran iklan di AS semakin se marak.
1961	FCC menyetujui siaran FM stereo.
1992	Siaran FM mulai dilakukan di Paris

Sumber: Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2010)

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa radio berkembang sangat pesat. Perkembangan tersebut membuat lebih banyak stasiun radio pada saat ini.

2. Pengertian Radio

Radio tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa (*mass media*), yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*), seperti halnya surat kabar, majalah atau televisi. Ciri khas utama radio adalah auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran.⁴⁵

Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media

⁴⁵Asep Syamsul M. Romli, *Broadcast Journalism*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2004), hlm. 19.

imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya.⁴⁶

Perkembangan media komunikasi dewasa ini membuat radio menjadi salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Karenanya media penyiaran memegang peranan penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa.⁴⁷

3. Karakteristik Komunikasi Massa dan Media Massa

Komunikasi yang dilakukan di radio seperti halnya di media massa lain adalah komunikasi massa (*mass communication*), yakni komunikasi kepada orang banyak (masa, publik) dengan menggunakan media (*communicating with media*). Karakteristik komunikasi massa antara lain:⁴⁸

1. Komunikator Melembaga (*institutionalized communicator*). Di media radio penyiar berbicara di udara mewakili perusahaan atau stasion radionya, bukan atas nama pribadi. Karena itu, dalam siarannya ia harus mengacu kepada visi, misi, program, kriteria informasi serta musik radionya.
2. Pesan bersifat umum, ditujukan kepada orang banyak, tidak boleh bersifat pribadi layaknya komunikasi interpersonal (komunikasi antar pribadi).
3. Menimbulkan keserentakan (*instantaneous*) penerima. Pendengar radio, dimanapun mereka berada, dapat mendengarkansiaran secara bersamaan.

⁴⁶Masduki, *Jurnalistik Radio*, (Yogyakarta: LKiS, 2001), hlm. 9.

⁴⁷Hidajanto Djamil, Andi Fachruddin, *Op.Cit*, hlm. 63.

⁴⁸Asep Syamsul M. Romli, *Op.Cit*, hlm. 20.

4. Komunikasikan atau “lawan bicara” bersifat heterogen, terdiri dari pribadi-pribadi dengan berbagai karakter, beragam latar belakang, sosial, budaya, agama, usia, dan pendidikan.
5. Berlangsung satu arah (*one way traffic communication*). Di radio, penyiar aktif melakukan komunikasi, sedangkan pendengar pasif. Pendengar tidak bisa mengintrupsi, memotong pembicaraan penyiar, atau meresponsnya secara langsung sebagaimana dalam obrolan *face to face*. Penyiar pun tidak bisa langsung mengetahui bagaimana reaksi pendengarnya, apakah tertawa, senyum sinis, ataukah mematikan radio sehingga siaran tidak ada yang mendengarkan.⁴⁹

Karena termasuk media massa juga memiliki karakteristik media massa sebagai berikut:

1. Publisitas, yakni disebarluaskan kepada publik, khalayak atau orang banyak. Siapa saja mendengarkan bisa mendengarkan siaran radio.
2. Universalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).
3. Periodisitas, tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan. Radio mengudara secara periodik, misalnya 19 jam setiap hari mulai pukul 05.00 pagi hingga pukul 12.00 malam.
4. Kontinuitas, berkesinambungan atau terus menerus sesuai dengan periode mengudara.
5. Aktualitas, berisi hal-hal, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.⁵⁰

Adapun audien adalah faktor yang paling penting bagi media karena audien adalah konsumen media. Keberhasilan suatu media sangat ditentukan oleh seberapa besar media bersangkutan bisa memperoleh pembacanya, pendengar dan penonton.⁵¹

⁴⁹*Ibid*, hlm. 21.

⁵⁰*Ibid*, hlm. 22.

⁵¹Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 264.

4. Karakteristik Pendengar Radio

Selain itu, pendengar radio memiliki karakteristik tersendiri, yakni:

1. Heterogen. Massa pendengar terdiri dari orang-orang yang berbeda, usia, ras suku, agama, strata sosial, latar belakang sosial, politik, budaya, dan kepentingan.
2. Aktif. Pendengar radio siaran tidak pasif, tetapi berfikir, dapat melakukan interpretasi dan menilai apa yang didengarnya.
3. Selektif. Pendengar dapat memilih gelombang, frekuensi, atau stasiun-stasiun radio mana saja sesuai selera.⁵²

Adapun yang menjadi segmentasi pendengar radio El John sebagai radio swasta yang disebut dengan segmentasi demografis yang didasarkan pada usai, jenis kelamin, pendidikan dan jenis pekerjaan konsumen.⁵³

5. Keunggulan dan Kelemahan Radio

Berikut keunggulan yang dimiliki radio, antara lain:

1. Cepat dan langsung. Hanya dengan melalui telepon, reporter dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan.
2. Hangat. Paduan kata-kata, music, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar.
3. Tanpa batas. Siaran radio menembus batas-batas geografis, demografis, SARA (Suku, Agama, Ras, Antargolongan) dan kelas sosial.
4. Fleksibel. Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, belajar, dan membaca Koran atau buku.⁵⁴

Adapun yang menjadi kelemahan radio adalah sebagai berikut:

1. Selintas. Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, tidak bisa mengulang apa yang didengarnya.

⁵²Asep Syamsul M. Romli, *Op.Cit*, hlm. 26.

⁵³Morissan, *Op.Cit*, 181.

⁵⁴Asep Syamsul M. Romli, *Op.Cit*, hlm. 24.

2. Global. Sajian informasi radio bersifat global, tidak detail, dikarenakan angka-angka pun dibulatkan. Misalnya penyiar akan menyebutkan “seribu orang lebih” untuk angka 1.053 orang.
3. Batasan waktu. Waktu siaran radio relatif terbatas, hanya 24 jam sehari, tidak bisa ditambah menjadi 25 jam atau lebih.
4. Beralur linier. Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat
5. Mengandung gangguan. Seperti timbul gangguan-gangguan teknis “*channel noise factor*.”⁵⁵

D. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Kata “pariwisata” sesungguhnya baru populer di Indonesia setelah diselenggarakan Musyawarah Nasional *Tourisme* ke II di Tretes, Jawa Timur, pada tanggal 12 sampai dengan 14 Juni 1958. Sebelumnya sebagai ganti kata “pariwisata” digunakan kata “*Tourisme*” yang berasal dari bahasa Belanda.⁵⁶

Apabila ditinjau secara etimologi istilah pariwisata sendiri berasal dari bahasa sanksekerta yang memiliki persamaan dengan makna *tour*, yang berarti berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa kata “pariwisata” terdiri dari dua suku kata, yaitu “Pari” dan “Wisata”. Pari, berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Sedangkan Wisata, berarti perjalanan, bepergian.⁵⁷

⁵⁵*Ibid*, hlm. 26.

⁵⁶Oka A Yoety, *Komersialisasi Seni Budaya dalam Pariwisata*, (Bandung: CV Angkasa, 2013), hlm. 1.

⁵⁷Liga Suryadana Vanny Octavia, *Pemasaran Pariwisata*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 30.

Organisasi pariwisata dunia, UNWTO, mendefinisikan pariwisata sebagai aktivitas perjalanan dan tinggal seseorang di luar tempat tinggal dan lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berurutan untuk berwisata, bisnis, atau tujuan lain dengan tidak untuk berkerja ditempat yang dikunjunginya tersebut.

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.⁵⁸

Selain itu, usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Sedangkan, wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.⁵⁹

2. Jenis-jenis Pariwisata

Wisata berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi ke dalam dua kategori, yakni:

1. Wisata Alam, yang terdiri dari:
 - a. Wisata Pantai (*marine tourism*), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
 - b. Wisata Etnik (*etnik tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
 - c. Wisata Cagar Alam (*ecotourism*), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran

⁵⁸Undang-undang Kepariwisataaan 2009 (UU RI No. 10 Th. 2009), (Jakarta: Sinar Grafika), hlm. 3.

⁵⁹*Ibid*, hlm. 3.

hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.

- d. Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
- e. Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi.⁶⁰

2. Wisata Sosial – Budaya, yang terdiri dari:

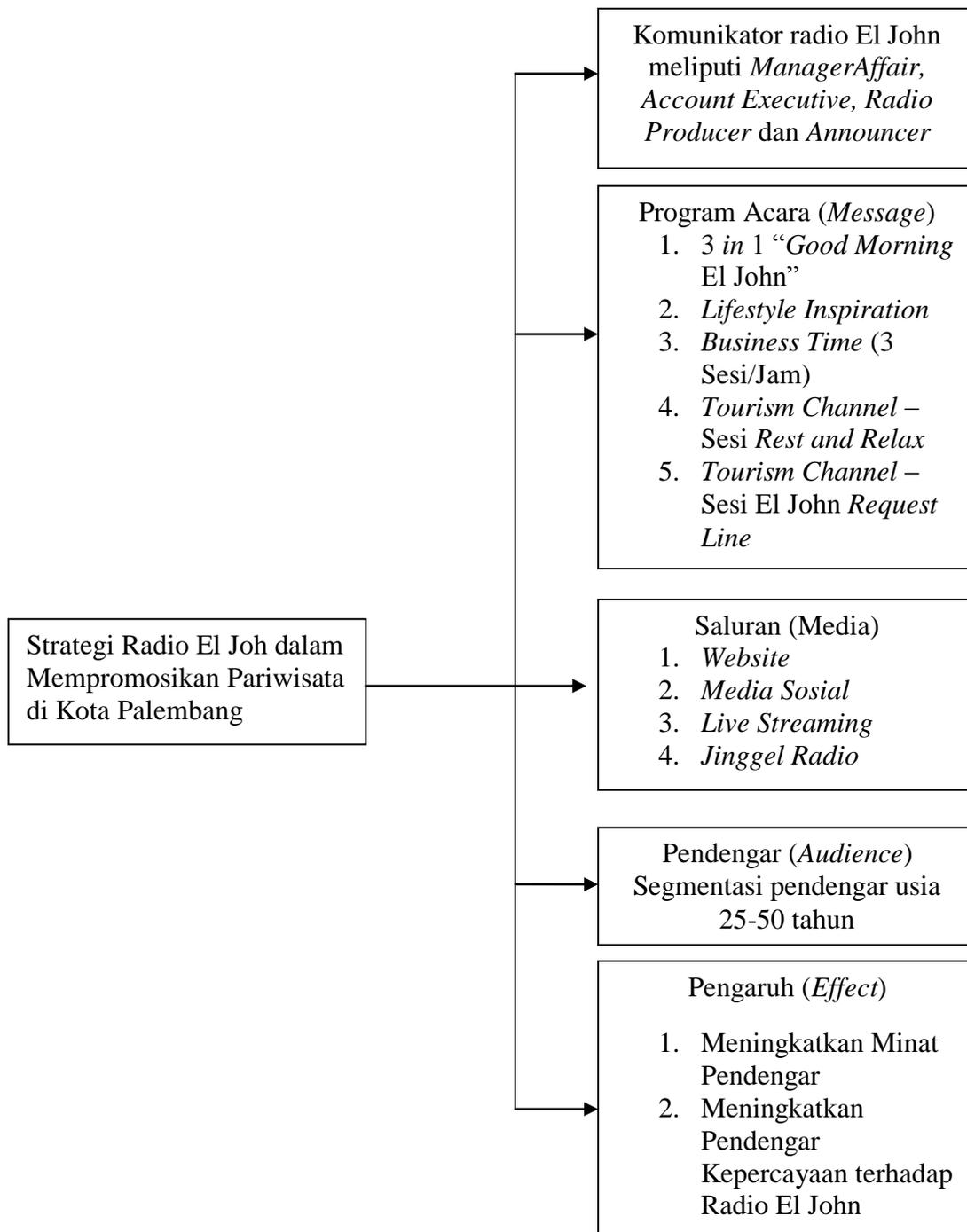
- a. Peninggalan sejarah purbakalaan dan monument, wisata ini termasuk golongan budaya, monument nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak Negara.
- b. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan temanya, antara lain museum sejarah, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema lainnya.⁶¹

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa wisata terbagi dalam dua jenis yakni, wisata alam dan wisata sosial budaya yang memiliki kriteria serta ciri khas masing-masing.

⁶⁰Liga Suryadana Vanny Octavia, *Op.Cit*, hlm. 32.

⁶¹*Ibid*, hlm. 33.

E. Kerangka Berpikir Penelitian



BAB III

GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

A. Sejarah Radio El John 95.9 FM

El John Group didirikan pada tahun 1974, sedangkan Radio El John Enes ini berdiri sesuai Akte Notaris Darbi, SH, No.02, Tanggal 04 Juli 2005. Secara Operasional, El John memutuskan untuk menetapkan Hari Lahirnya di Tanggal 10 Mei 2004.⁶²

Seiring dengan perkembangan usaha, maka El John juga berkembang terus dan memfokuskan diri di bidang pariwisata. El John didirikan oleh Dr. Johnnie Sugiarto, M.M. Radio El John 95,9 FM beralamat di Jalan Jendral Sudirman nomor 75 Palembang.

Selain itu, El John memiliki beberapa *Radio Networking* di antaranya Radio El John FM 95,9 Palembang, Radio El John FM 96,8 Jambi, Radio El John FM 88,8 Teluk Gelam, OKI, Sumatera Selatan, adapun Radio El John FM 88,5 Pangkal Pinang, Bangka, dan Radio Cendana FM 102,6 Pekanbaru, serta Radio DD FM 98,8 Sungailiat, Bangka.

Adapun, El John juga memiliki alamat *website*, *email* atau *live streaming* yang dapat diakses oleh para pendengar melalui internet di antaranya *eljohn_fm@yahoo.com*, *www.eljohn.fm*, *http://eljohnpalembangid.radio.net/*.

⁶²Dokumentasi Radio El John Palembang, *Company Profile PT. Enes John Komunikasi*.

B. Struktur Manajerial Radio El John

Pada umumnya setiap perusahaan memiliki struktur manajerial di dalamnya, begitu pula radio El John. Seperti yang diketahui sebelumnya Dr. Johnnie Sugiarto, M.M merupakan pendiri El John, beliau sekaligus menjabat sebagai *president director*. Berikut struktur manajerial radio El John seperti tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 1

No	Jabatan	Nama
1	President Director	Dr. Johnnie Sugiarto, M.M
2	Acting General Manager	Salwaty
3	Manager Affair	Zamhari Bustanul
4	Asst. Manager Produksi	Nur Aisyah
5	Account Executive	Anita

Sumber: Dok. Radio El John Palembang, *Company Profile PT. Enes John Komunikasi*.

C. Profil Pendengar Radio El John

Pada umumnya pendengar yang dibedakan menurut usia, yaitu, anak-anak, remaja, dan dewasa. Adapun pendengar yang memiliki jenis pekerjaan tertentu umumnya juga berbeda dalam mengkonsumsi media massa seperti radio.

Kalangan eksekutif lebih menyukai program media penyiaran yang dapat mendorong daya pikir mereka atau membantu mereka dalam mengambil

keputusan, misalnya mendengarkan program berita, diskusi (*talk show*), atau informasi mengenai musik tertentu

Radio memiliki segmentasi pendengarnya masing-masing. Oleh karena itu, radio El John memiliki profil pendengar yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 2

No	Klasifikasi	Keterangan	Persentase
1	<i>Gender</i>	Pria	50%
		Wanita	50%
2	Kelompok Usia	25-50 Tahun	100%
3	Pendidikan	S2/S3	25%
		SI	35%
		Akademi	30%
		SMU/Sederajat	10%
4	Pekerjaan	<i>Executive</i> Muda dan Profesional	50%
		Wirausahaan	30%
		Karyawan	20%
5	<i>Social Economi</i>	A-B	60%
	<i>Status (SES)</i>	B-C	40%

Ket. A-B (60%): Fokus pendengar standar pendidikan sarjana, berprofesi pelaku bisnis, pekerja kantor, eksekutif muda.

B-C (40%): Pendengar umum

Sumber: Dok. Radio El John Palembang, *Company Profile PT. Enes John Komunikasi*

D. Format Siaran Radio El John

Radio El John merupakan satu-satunya radio pariwisata di Kota Palembang. Sebagai radio yang memfokuskan diri di bidang pariwisata tentunya memiliki ciri khas dalam menyajikan siaran-siaran untuk para pendengarnya.

Dalam hal itu, El John memiliki beberapa format radio diantaranya format siaran, format musik, dan jenis musik yang diputar saat *on air* yang tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 3

No	Klasifikasi	Keterangan
1	Format Siaran	Adult
2	Format Musik	Easy Listening
3	Jenis Musik	Contemporary Hits
4	Mandarin	30 %
5	Indonesia	40 %
6	Barat	30 %

Sumber: Dok. Radio El John Palembang, *Company Profile PT. Enes John Komunikasi*

E. Jangkauan Siaran Radio El John

Dengan dukungan perangkat siar yang berteknologi modern dan daya pemancar 3 KW siaran Radio El John FM dapat diterima dengan baik hingga 100 KM. Hasil Monitoring dan laporan dari pendengar Radio El John FM, jangkauan siar dapat mencapai wilayah sebagai berikut:

1. Kabupaten Banyu Asin : Pangkalan Balai dan sekitarnya.
2. Kabupaten OKI : Kayu Agung dan sekitarnya.
3. Kabupaten Kota Adm Prabumulih : Prabumulih dan sekitarnya.

F. Program Acara Radio El John

Pada umumnya radio memiliki beberapa program unggulan yang akan mereka siarkan. Hal itu bertujuan untuk menjadikan stasiun radio tersebut di ingat oleh para pendengarnya. Begitu pula radio El John, selain menginformasikan tentang pariwisata, El John memiliki program acara yang lainnya.

Adapun program acara radio El John diantaranya 3 in 1 “*Good Morning El John*”, *Lifestyle Inspiration*, *Business Time*, dan *Tourism Channel*. Selanjutnya peneliti mencoba untuk mendeskripsikan beberapa program acara tersebut sebagai berikut:

1. 3 in 1 “*Good Morning El John*”

Program acara 3 in 1 “*Good Morning El John*” siar pada pukul 06.00–09.00 WIB. Suasana pagi yang identik dengan segala kesibukan dan persiapan. Hal itu akan semakin semarak dengan hadirnya lagu – lagu 100% mandarin persembahkan El John Fm.

Good Morning El John hadir dalam beberapa ulasan sesi. Dalam program ini, Sahabat Pendengar El John bisa berinteraksi langsung *via phone* di 0711 317555, *Facebook Twitter* serta, *Instagram* untuk berkirim salam atau menyapa pendengar dengan segala kesibukan dan persiapan di pagi hari. El

John juga menghadirkan sesi untuk mengucapkan selamat ulang tahun bagi SRE (sahabat pendengar El John) yang tengah merayakannya.

2. *Lifestyle Inspiration*

Program acara *Lifestyle Inspiration* siar pada pukul 09.00–12.00 WIB. Adapun jenis lagu yang diputar yakni barat 30% dan Indonesia 70% (Tahun 2000 ke atas), dan jenis musik yang diputar yakni *middle (easy listening)*.

Selain itu, program acara *Lifestyle Inspiration* menginformasikan seputar gaya hidup yang dikemas secara menarik dan berkesan dengan mengedepankan tren yang sedang berkembang di masyarakat.

3. *Business Time (dengan 3 sesi/jam)*

Program acara *Business Time* (dengan 3 sesi/jam) siar pada pukul 12.00– 15.00 WIB. Adapun jenis lagu yang diputar yakni barat, Indonesia, *oldiest*, dan Mandarin.

Ragam peristiwa dan informasi terkini, baik lokal maupun nasional, disajikan dalam program *Business Time*. Program ini penuh dengan informasi dan inspirasi bisnis, di kemas sangat apik khusus untuk SRE (sahabat pendengar radio el john) yang membutuhkan berbagai informasi dan dapat dijadikan panduan untuk menjalankan aktivitas bisnis setiap harinya. Adapun 3 Sesi *Business Time* yang dirangkum untuk sahabat pendengar El John:

1. *Business Time* El John Terkini: Mengupas peristiwa yang ada di Palembang dan Sumatera Selatan.
2. *Business Time Investasi and Business*: Menyajikan informasi perkembangan bisnis, investasi serta peluang usaha di Indonesia.

3. *Business Time Property* : Memberikan referensi pilihan hunian, serta *up date release information property*.⁶³

4. *Tourism Channel – sesi Rest and Relax*

Program acara *Tourism Channel – Sesi Rest and Relax* siar pada pukul 15.00–16.00 WIB. Adapun jenis lagu yang diputar yakni lagu daerah dan jenis musik yang diputar yakni *middle (easy listening)*.

Selain itu, program acara *Tourism Channel – sesi Rest and Relax* menginformasikan mengenai wisata dan budaya. Di Indonesia, negara yang kaya akan wisata dan budaya membentang dari sabang sampai merauke. Tak lepas di dalamnya, keanekaragaman suku di negeri ini, menciptakan pula beragam kuliner dari tangan – tangan kreatif masyarakat di Indonesia.

Oleh karena itu, wujud kecintaan terhadap Indonesia, serta upaya melestarikan budaya serta beragam tempat wisata di Indonesia, EL John Fm, sebagai satu–satunya radio pariwisata di kota Palembang, mempersembahkan program unggulan *Tourism Channel*.

5. *Tourism Channel – Sesi El John Request Line*

Program acara *Tourism Channel – sesi El John Request Line* siar pada pukul 16.00–18.00 WIB. Adapun jenis lagu yang diputar yakni Indonesia 60% dan barat 40%.

Dalam program ini, pendengar bisa berpartisipasi dengan menggunakan fasilitas *phone* interaktif. pendengar bebas untuk *request* lagu-

⁶³Dokumentasi Radio El John Palembang, *Company Profile PT. Enes John Komunikasi*.

lagu kesukaan pendengar, baik Indonesia maupun *Western*, selain itu SRE (sahabat pendengar radio El John) juga mendapatkan beragam Informasi dan Tips seputar pariwisata (genre sesuai Format El John Fm).

Melalui separuh hari beraktifitas, saatnya pendengar menikmati suasana istirahat sore bersama sahabat. Momen yang sangat tepat untuk merileksasikan dalam tubuh serta menghilangkan kepenatan dalam fikiran.

Salah satu pilihan yang tepat adalah, mendengarkan El John *Request Line*.

G. El John *Reguler Program* dan El John *Special Program*

a. *Reguler Program*

Tabel 4

No	Nama <i>Reguler Program</i>	Keterangan
1	<i>3 in 1</i> (06:00-09:00)	Menemani sahabat El John di pagi hari dengan irigan musik sembari beraktivitas, informasi berita konten lokan dan nasional, serta interaktif <i>phone</i> ke 0711317555 <i>request Mandarin song</i> .
2	<i>Lifestyle Inspiration</i> (09:00-12:00)	Informasi gaya hidup yang meliputi kesehatan, kecantikan, peluang bisnis, serta otomotif. Di kemas dalam durasi 3 jam dengan diiringi musik Indonesia dan Manca Negera terupdate.
3	<i>Business Time</i> (12:00-15:00)	Infomasi bisnis pariwisata, hoel, <i>airlines</i> , biro perjalanan resto perbankan dan lain-lain. Tiap sesiterbagi dalam 3 <i>segment/jamnya</i> . El John terkini (berita lokal), <i>business</i> dan investasi serta <i>property</i> .
4	<i>Rest and Rilex</i> (15:00-16:00)	Seputar pariwisata menghadirkan lagu-lagu daerah dari nusantara, membahas alam, budaya, kuliner tempat-tempat wisata yang dapat dikunjungi di seluruh nusantara, serta wisata <i>medical</i> .
5	<i>Request Line</i> (16:00-18:00)	Interaktif <i>phone</i> , sms, media sosial dengan diiringi lagu pop Indonesia dan Mancanegara.

6	Religi (18:00-19:00)	Alunan nasyid, lagu-lagu religi dilanjutkan <i>Voice of Islam</i> .
7	<i>Wen Hou De Shi Ke</i> (19:00-21:00)	<i>Request line</i> , berkirim salam, ucapan, interaktif dengan sahabat radio El John, <i>Line</i> 0711-317000, atau sms 0813-6762-5888, Mandarin.
8	<i>Sweet Dream</i> (21:00-24:00)	Menemani sahabat radio El John dengan <i>easy or slow music</i> dikemas dengan <i>soft news</i> .

Sumber: Dok. Radio El John Palembang, *Company Profile PT. Enes John Komunikasi*

b. *Special Program*

Tabel 5

No	Nama <i>Special Program</i>	Hari/Jam	Keterangan
1	<i>K-Pop lover and New Release</i>	Jum'at – Minggu/19:00-21:00 WIB Sabtu/20:00-21:00 WIB	-
2	El John Weekend	Sabtu/09:00-14:00 WIB	<i>Moms sharing talkshow, Dokter, Psikolog.</i>
3	Jelajah Raso	Sabtu/11:00-12:00 WIB	<i>Update resto lokal or Nasional.</i>
4	Wisata Kito	Sabtu/12:00-14:00 WIB	Informasi destinasi wisata or kuliner di kota Palembang.
5	<i>Rest and Rilex</i>	Sabtu/14:00-15:00 WIB	100% <i>Oldiest western song</i>
6	<i>One night legend</i>	Jum'at/21:00-23:00 WIB	Sosok melegenda seorang musisi, penyanyi.
7	<i>Highlight sport dan Otomotif</i>	Minggu/10:00-12:00 WIB	Informasi mengenai info dunia <i>sport</i> dan otomotif dapat dikemas <i>talkshow</i> dengan narasumber berkompeten.
8	Cerita Anak	Minggu/09:00-10:00 WIB	Minggu ceria teman ayah bunda beserta si

			kecil
9	<i>Happy Sunday</i>	Minggu/13:00-15:00 WIB	Cerita ringan mengenai <i>daily activity</i> di bawa secara tendem 2 penyiar.
10	<i>Movie Review</i>	Senin/21:00-22:00 WIB	Memberikan info sinopsis fiom Indonesia dan Manca baik secara cerita maupun seputar pemeran ataupun tempat digarapnya film tersebut.

Sumber: Dok. Radio El John Palembang, *Company Profile PT. Enes John Komunikasi*

H. Rate Iklan

1. Radio Komersil Promo
 - a. *Adlips/Flat Time* 60* Rp. 325.000
 - b. *Loose Spot/Flat* 60* Rp. 300.000
 - c. *Cost Produksi Iklan* Rp. 1.500.000
2. Radio Komersil Program
 - a. *Blocking Time* 60* Rp. 5.000.000
 - b. *No Blocking* 60* Rp. 4.000.000
 - c. *Insert Time* 5* Rp. 750.000
 - d. *Time Signal* 60* Rp. 300.000

I. El John Off Air Division

Dengan telah banyaknya cara sistem promosi untuk memasarkan produk, maka El John FM Palembang. Tentunya tetap menjadi wadah promosi bagi pemasang iklan serta menjadi media bagi produsen dan konsumen.

Selain itu, *El John Off Air Division* membaca peluang tersebut siap mengadakan *Promo Road Show, Event-event* yang dibutuhkan oleh Produsen dengan mengemas acara secara langsung.

Event-event yang telah dikerjakan *El John Fm Palembang* sebagai berikut:

Tabel 6

No	Nama Acara	Tanggal Pelaksanaan Acara
1	Gebyar Imlek Naga Air 2563	28-29 Januari 2012
2	Bukan wanita Baisa	13-22 April 2012
3	<i>Pet Lovers</i>	08-14 Maret 2012
4	EL John Bazar Berbagi Kasih	23 Juni 2012
5	Eksis With El John Fm 95,9 Palembang (Axis)	01 Januari 2011
6	<i>School Holidays</i>	5 Juli 2011
7	<i>Imlek Romance</i>	19 April 2010
8	<i>Event</i> Undian Toshiba	11 November 2011

Sumber: Dok. Radio *El John Palembang*, *Company Profile PT. Enes John Komunikasi*

El John Off Air Division dilaksanakan untuk tujuan mendukung kegiatan siaran *On Air* dalam upaya mencapai target penjualan perusahaan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Radio El John dalam Mempromosikan Pariwisata di kota Palembang

Kecenderungan masyarakat sejalan dengan perkembangan perekonomian saat ini dan kebutuhan masyarakat terhadap informasi media radio dengan segmentasi yang terfokus dengan dunia industri pariwisata yang akan memberikan peluang yang besar terhadap kepariwisataan Indonesia pada khususnya serta Manca Negara pada umumnya.⁶⁴

Adapun El John radio *networks* menyajikan format siaran yang khusus bagi pria dan wanita dalam dunia kepariwisataan. Berikut ini strategi radio El John dalam Mempromosikan Pariwisata di kota Palembang:

1. Melalui Komunikator

Komunikator adalah suatu kelompok atau seseorang yang menyampaikan gagasan, perasaan ataupun pemikiran kepada orang lain.⁶⁵ Pada berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi, serta memastikan komunikan mengerti atau memahami pesan yang disampaikan komunikator kepadanya.

⁶⁴Iwan Sugiarto, *Standard Operational Procedure*, (Jakarta: El John Radio Network, 2006).

⁶⁵Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dn Praktek*, (Bandung: PT Remja Rosdakarya, 2009), hlm. 11.

Sehubungan dengan masalah itulah, pentingnya pemahaman komunikator radio siaran yang semakin lama semakin canggih, sejalan dengan kemajuan dan perkembangan teknologi.⁶⁶

El John 95, 9 FM Palembang sebagai salah satu *Radio Networking* memiliki komunikator yang berkompeten dalam melayani para pendengar. Komunikator merupakan unsur utama dalam proses komunikasi karena proses komunikasi berlangsung dengan adanya komunikator, untuk mengetahui siapa saja yang menjadi komunikator El John 95,9 FM Palembang adalah sebagai berikut:

a. *Manager Affair* El John 95.9 FM Palembang

Manager berasal dari kata bahasa inggris “management” dengan kata kerja “to manage” yang secara umum berarti mengurus, mengemudikan, mengelola, menjalankan, membina atau memimpin.⁶⁷

Tugas umum yang dilakukan oleh seorang *manager* yakni menjaga kesinambungan pendapatan perusahaan melalui penyiaran iklan dan program acara sebagai sumber pendapatan bagi perusahaan. Selain itu, menjaga dan membina hubungan baik dengan mitra usaha (klien).⁶⁸

Berdasarkan deskripsi diatas disimpulkan bahwa manajer adalah orang yang memiliki pengalaman, pengetahuan dan keterampilan yang

⁶⁶Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung:Penerbit Mandar Maju, 1991), hlm. 7.

⁶⁷Donni Juni Priansa dan Agus Garnida, *Manajemen Perkantoran Efektif Efisien dan Profesional*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 28.

⁶⁸Iwan Sugiarto, *Standard Operational Procedure*, (Jakarta: El John Radio Network, 2006).

baik yang diakui oleh organisasi untuk dapat memimpin, mengelola, mengendalikan, mengatur serta mengembangkan organisasi dalam rangka mencapai tujuan.

Manager Affair El John 95,9 FM memiliki fungsi sebagaimana pada umumnya yakni mengelola, mengatur, mengendalikan, serta mengembangkan organisasi dengan fokus persoalan mengenai radio. Untuk mengetahui deskripsi *Manager Affair* El John, berikut wawancara dengan *Manager Affair* El John Palembang yang ditemui di ruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Saya Zamhari Bustanul sebagai *Manager Affair* radio El John Palembang. *Manager Affair* adalah adalah komunikator El John yang mempunyai kewajiban untuk mengelola dan mengawasi kinerja operasional yang di lakukan oleh radio El John di daerah Palembang tentunya. Kinerja operasional yang dimaksud meliputi segala kegiatan radio El John. *Manager Affair* juga ditugaskan untuk memonitor unit-unit lainnya yang ada di Palembang, misalnya kerja sama radio antara unit hotel maka saya akan membantu dari masalah manajemen dan struktur organisasi secara umum”.⁶⁹

Lebih lanjut ditambahkan *Account Executive* El John 95,9 FM Palembang yang juga berada diruangan sama menerangkan bahwa

“*Manager Affair* mempunyai kewajiban untuk mengelola semua pendapatan penyiaran, iklan dan menjaga hubungan baik dengan klien serta menjaga mitra usaha agar berjalan dengan baik. Selain itu, merencanakan target *air time*, karena El John memiliki *product* ialah program-program acara unggulan yang di jual pada klien agar program tersebut dapat dimanfaatkan klien untuk pemasangan iklan atau klien dapat berkontribusi dengan mensponsori program acara tersebut. Oleh karena itu, hubungan komunikasi *Manager Affair*

⁶⁹Hasil wawancara dengan Zamhari Bustanul sebagai *Manager Affair* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

dengan produksi haruslah erat karena *Manager Affair* bertugas pula dalam mengkomposisikan, dan mengatur program acara tersebut agar dapat dijual dengan baik kepada klien”⁷⁰.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *ManagerAffair* El John Palembang adalah seorang komunikator El John yang mempunyai kewajiban untuk mengelola dan mengawasi kinerja operasional yang dilakukan radio El John.



Gambar 1: Ruang kerja karyawan Radio El John Palembang
Sumber: Dok. Radio El John Palembang

b. Divisi produksi

El John sebagai satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang tentunya memiliki divisi produksi yang berkompeten di bidangnya masing-masing.

Divisi produksi ialah bagian selanjutnya dari *manager affair* yang merupakan seorang komunikator. Untuk lebih mengetahui tugas dan fungsi program editor El John Palembang sebagai komunikator, berikut

⁷⁰Hasil wawancara dengan Anita sebagai Adm. *Marketing* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

bagian-bagian divisi produksi yang diperoleh dari hasil dokumentasi, yakni:

a. *Radio Producer*

- 1) Bertanggung jawab atas kegiatan operasional produksi siaran.
- 2) Bertanggung jawab terhadap keberadaan barang inventaris studio.
- 3) Membina karyawan dan staff produksi siaran berdasarkan peraturan yang berlaku.
- 4) Mengusulkan promosi jabatan dan peralihan tugas bagian staff produksi siaran kepada *general manager*.
- 5) Menerapkan sanksi bagi karyawan produksi siaran yang melanggar ketentuan yang berlaku atas persetujuan *general manager* atau bertentangan dengan kebijakan radio maupun pihak pemerintah.

b. *Production* atau Penata suara

- 1) Bertanggung jawab dalam hasil dan kualitas audio dalam pembuatan iklan dan rekaman informasi radio yang disiarkan.
- 2) Menolak materi siaran dan bahan atau referensi untuk pembuatan iklan atau informs lainnya yang tidak sesuai dengan kebijakan radio, perusahaan dan pemerintah (misalnya melanggar norma, SARA, sex).

c. *Script Writer* atau Redaksi

- 1) Bertanggung jawab atas materi yang dibacakan dalam menyampaikan informasi maupun materi siaran lainnya yang disampaikan dalam tugas siaran.
- 2) Menolak materi siaran dan bahan atau referensi untuk pembuatan iklan atau informasi lainnya yang tidak sesuai dengan kebijakan radio, perusahaan dan pemerintah (misalnya melanggar norma, SARA, sex).

d. *Music Director* atau penata lagu

- 1) Pemutaran lagu sesuai dengan format acara khususnya dalam lagu non Mandarin serta membantu penyiar dalam pemutaran lagu Mandarin.
- 2) Menyusun lagu yang akan disiarkan.

e. *Operator*

- 1) Bertanggung jawab atas kelancaran penyampaian informasi maupun materi siaran lainnya yang disampaikan dengan menggunakan perangkat siar dalam melaksanakan tugasnya.

- 2) Menolak pemutaran materi acara yang tidak sesuai dengan format atau bertentangan dengan kebijakan radio maupun pihak pemerintah.
 - 3) Menolak materi rekaman demo atau radio spot atau bentuk pemutaran iklan lainnya yang tidak sesuai dengan kebijakan perusahaan (misalnya melanggar norma, SARA, sex).
- f. *Announcer* (Mandarin dan Non Mandarin)
- 1) Bertanggung jawab atas penyampaian informasi maupun materi siaran lainnya yang disampaikan dalam tugas siaran.
 - 2) Menolak pemutaran materi acara yang tidak sesuai dengan format atau bertentangan dengan kebijakan radio maupun pihak pemerintah.
 - 3) Menolak materi rekaman demo atau radio spot atau bentuk pemutaran iklan lainnya yang tidak sesuai dengan kebijakan perusahaan (misalnya melanggar norma, SARA, sex).
- g. *Technician*
- 1) Bertanggung jawab atas perangkat siaran dan produksi dalam kondisi baik dan siap pakai.
 - 2) Ikut menentukan spesifikasi perangkat.

Adapun bagian-bagian divisi keuangan yang diperoleh dari hasil dokumentasi, yakni:

- a. *General Manager*
- 1) Bertanggung jawab atas *operational* perusahaan (unit radio) menyeluruh dalam ruang lingkup kerja *managerial* (perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan evaluasi).
 - 2) Sebagai pengambil keputusan di tingkat manajemen unit radio dalam rangka mencapai tujuan unit usahanya.
- b. *Revenue Manager*
- 1) Melaporkan kondisi keuangan dan membantu *general manager* dalam mengatur strategi keuangan perusahaan.
 - 2) Menolak segala bentuk permintaan atau asset perusahaan yang tidak sesuai dengan *procedurali* dan kebijakan perusahaan.
- c. *Finance Administrator*
- 1) Bertanggung jawab atas keabsahan data atau bukti yang berkenaan dengan aktivitas keuangan, terhimpun secara manual secara pro aktif, sampai tingkat kesahihan. Validitas optimal.

- 2) Menolak segala bentuk permintaan atau asset perusahaan yang tidak sesuai dengan *procedurali* dan kebijakan perusahaan.
- d. *Office Boy*
- 1) Memelihara semua kebersihan kantor, studio dan semua ruangan di lingkungan unit radio.
 - 2) Membantu menyelesaikan dan menyajikan hidangan atau minuman bila ada *meeting* atau tamu perusahaan.
 - 3) Membuat laporan atas *stock pantry* setiap bulannya (kopi, teh, gula, sabun dan lain-lain)/
 - 4) Wajib melaporkan bila ada *stock* piring, gelas, dan lainnya yang pecah atau hilang.
 - 5) Pekerjaan- pekerjaan lain yang berkaitan dengan *pantry*.
- e. *Driver*
- 1) Merawat dan memelihara mobil perusahaan dengan baik dan benar sehingga mobil tersebut selalu dalam *top condition* dan siap pakai.
 - 2) Wajib membersihkan atau mencuci mobil setiap pagi.
 - 3) Melakukan *service* berkala atau setiap 5.000 KM dengan membawa mobil ke bengkel yang telah di tunjuk.
 - 4) Wajib melakukan *check* lampu-lampu seperti: lampu *headlamp*, *sein*, *brake*, mundur dan lainnya. Pastikan lampu-lampu tersebut berfungsi dengan baik.
 - 5) Wajib mengisi bahan bakar bila persediaan di mobil hampir habis, dilarang menunda pengisian sampai tangki kosong, karena akan merusak mobil dalam jangka panjang.
 - 6) Selalu mengisi bahan bakar di SPBU, dilarang mengisi pedagang eceran.
 - 7) Mengisi buku *log book* pemakaian mobil yang sudah disediakan.

Berikutnya bagian-bagian divisi *marketing* yang diperoleh dari hasil dokumentasi, yakni:

- a. *Manager Marketing*
- 1) Bertanggung jawab atas penjualan iklan dan penerimaan perusahaan.
 - 2) Bertanggung jawab terhadap program promosi radio.
 - 3) Menerapkan sanksi-sanksi bagi karyawan *marketing* yang melanggar ketentuan yang berlaku atas persetujuan *general manager*.

b. *Marketing Administrator*

- 1) Bertanggung jawab dalam penyelenggaraan tata administrasi pemasaran.
- 2) Melengkapi dokumen penagihan.
- 3) Menolak membuat rencana penyiaran iklan yang tidak sesuai dengan media order.
- 4) Melakukan pemeriksaan terhadap order penyiaran iklan setiap harinya.
- 5) Memeriksa bukti penyiaran iklan disesuaikan dengan media order.

c. *Account Executive*

- 1) Turut membantu penerimaan dana perusahaan.
- 2) Menolak iklan yang tidak sesuai dengan tariff radio dan materi yang bertentangan dengan kebijaksanaan perusahaan dengan persetujuan pimpinan.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa divisi produksi, divisi keuangan dan divisi *marketing* ialah komunikator yang diamanahkan kepada seluruhnya untuk menghimpun dan mengelola radio.

2. Melalui Program Acara

Pada umumnya radio memiliki beberapa program unggulan yang akan mereka siarkan. Hal itu bertujuan untuk menjadikan stasiun radio tersebut di ingat oleh para pendengarnya. Begitu pula radio El John yang menginformasikan tentang pariwisata melalui beberapa program acaranya.

El John yang berkembang terus dan memfokuskan diri di bidang pariwisata dan membuat radio El John menjadi satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang. Sesuai dengan misi radio El John yakni guna mendorong pertumbuhan kepariwisataan yang lebih besar bagi republik Indonesia.

Adapun El John memiliki beberapa program acara yang diantaranya 3 in 1 “*Good Morning El John*”, *Lifestyle Inspiration*, *Business Time* (3 sesi/jam), *Tourism Channel – Sesi Rest and Relax*, dan *Tourism Channel – Sesi El John Request Line*.

Dalam menjalankan beberapa program tersebut, El John memiliki komunikator yang berkompeten dalam melayani para pendengarnya. Komunikator merupakan unsur utama dalam proses penyiaran radio karena penyiaran berlangsung dengan adanya komunikator, untuk itu peneliti mewawancarai secara langsung beberapa komunikator radio El John yakni, , *Account Executive*, *Radio Producer* dan *Announcer*.

Berikut ini hasil wawancara bersama *Account Executive*, *Radio Producer* dan *Announcer* mengenai beberapa program unggulan radio El John:

a. *3 IN 1 “Good Morning El John”*

Program acara 3 in 1 “*Good Morning El John*” siar pada pukul 06.00–09.00 WIB dengan menghadirkan lagu – lagu 100% mandarin persembahkan El John FM.

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“3 in 1 *Good Morning El John* siar selama 3 jam, segmen program tersebut kental dengan lagu mandarin, dan juga untuk menarik minat para pendengar lagu Mandarin. Segmen *middle up* tersebut untuk kalangan pembisnis karena seperti yang diketahui

bahwasannya di Palembang untuk mayoritas pembisnis dikuasai oleh *Chinesees*. Adapun CEO yang menjadi pimpinan El John merupakan warga *Tiong Howa*. Oleh karena itu, dengan program acara *3 in 1 Good Morning El John* yang menyajikan *playlist* lagu mandarin menjadikan identitas sendiri bagi Radio El John”.⁷¹

Lebih lanjut ditambahkan pula *Radio Producer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“Program yang dimulai dari jam 6 sampai 9 pagi dibuka line interaktif buat sahabat radio El John untuk dapat request lagu-lagu kesayangan mereka dengan format lagu-lagu mandarin, jadi program acara *3 in 1 “Good Morning” El John* ini untuk menemani aktivitas sahabat radio El John yang mungkin sedang dijalan atau dirumah sambil mendengarkan program acara ini khusus untuk lagu-lagu mandarin yang bisa di *request*”.⁷²

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“Program *3 in 1 Good Morning El John* menghadirkan lagu-lagu Mandarin, apalagi masyarakat di Palembang banyak orang *Chinesees* yang tentunya menyukai lagu-lagu Mandarin. Sehingga di program ini El John menyuguhkan lagu Mandarin namun tidak hanya untuk orang *Chinesees* saja tetapi untuk semua para pendengar yang menyukai lagu Mandarin dan berbeda dari programnya acara El John yang lainnya”.⁷³

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa program acara *3 in 1 “Good Morning El John”* dipersembahkan sedemikian rupa untuk menarik minat pembisnis atau pendengar yang ada di kota

⁷¹Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁷²Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁷³Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

Palembang, dengan menghadirkan lagu-lagu mandarin persembahkan El John FM.



Gambar 2: Ruang *On Air* Radio El John Palembang
Sumber: Dok. Radio El John Palembang

b. *Lifestyle Inspiration*

Program acara *Lifestyle Inspiration* siar pada pukul 09.00–12.00 WIB. Adapun jenis lagu yang diputar yakni barat 30% dan Indonesia 70% (Tahun 2000 keatas), dan jenis musik yang diputar yakni *middle (easy listening)*.

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Seperti halnya *take line* Radio El John merupakan satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang dan juga *take line Tourism, Business, and Lifestyle*. Selain menginformasikan mengenai pariwisata, El John tetap memberikan suguhan-suguhan program acara yang menarik seperti informasi gaya hidup, inspirasi dan motivasi kerja, kesehatan atau mengenai tokoh-tokoh publik. Dalam program *Lifestyle Inspiration* menyuguhkan lagu Indonesia dan Manca negara yang memiliki segmen *middle up* untuk

kalangan *Executive Muda* ataupun karyawan. Adapun bahasa yang digunakan yakni semi formal tetapi tetap santai”.⁷⁴

Radio Producer El John Palembang juga mengatakan bahwa,

“Program acara *Lifestyle Inspiration* adalah program yang dimana tidak membuka *line* interaktif tetapi memberikan informasi tentang gaya hidup *modern*, motivasi kerja, kesehatan, serta inspirasi tokoh. Selain itu *Lifestyle Inspiration* ini siar setiap hari dari pukul 09.00 pagi sampai pukul 12.00 WIB, memiliki segmentasi lagu Indonesia dan mancanegara. Program acara *Lifestyle Inspiration* tidak ada *talkshow* kecuali pada jam tertentu misal pada pukul 10.00 sampai pukul 11.00 WIB dapat dilakukan *talk show*”.⁷⁵

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“*Lifestyle Inspiration* memberikan informasi seputar gaya hidup yang modern misalnya bagaimana menggunakan pakaian ke kantor, informasi mengenai motivasi kerja ataupun informasi kesehatan”.⁷⁶

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa program acara *Lifestyle Inspiration* dipersembahkan untk menarik minat pendengar seperti *Executive* muda maupun karyawan dengan menginformasikan seputar gaya hidup yang dikemas secara menarik dan berkesan dengan mengedepankan tren yang sedang berkembang di masyarakat.

⁷⁴Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁷⁵Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁷⁶Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.



Gambar 3: Ruang *Talk Show* Radio El John Palembang
Sumber: Dok. Radio El John Palembang

c. *Business Time* (dengan 3 sesi/jam)

Program acara *Business Time* (dengan 3 sesi/jam) siar pada pukul 12.00– 15.00 WIB. Adapun jenis lagu yang diputarkan yakni barat, Indonesia, *oldiest*, dan Mandarin.

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui di ruang kerjanya mengatakan bahwa,

“*Bussiness Time* memiliki 3 sesi. Ketiga program tersebut untuk menyelaraskan program acara radio pusat. Program acara *Bussiness Time* disiarkan untuk para kalangan pembisnis juga karena ketiga sesi program yang diberikan *Bussiness Time* El John Terkini dapat menjual mulai dari informasi tentang Pemerintahan, Dinas Komunikasi kota Palembang dan juga dinas Perhubungan Provinsi. Adapun dalam program *Bussiness Time* El John Terkini yang sering berkerja sama dengan dinas membahas mengenai lalu lintas atau perkembangan kota Palembang. Berikutnya *Business Time Investasi and Business* menginformasikan laporan tentang perubahan mengenai perkembangan ekonomi di kota Palembang. Untuk peluang usaha di kota Palembang sendiri banyak berdiri bisnis-bisnis sorum mobil. Dalam program *Business Time Investasi and Business* terdapat iklan khusus mempromosikan hal bisnis tersebut ataupun *product* lainnya yang mencakup dengan bisnis usaha. Selanjutnya *Business Time Property* menyiarkan perkembangan dunia bisnis dan promosi. Program ini membidik

bisnis *property* misalnya pembangunan ataupun memberikan informasi seputar infrastruktur di kota Palembang dan juga memberikan informasi mengenai referensi hunian, serta suku bunga KPR (Kredit Rumah Rakyat) serta hubungan dengan beberapa instansi seperti BUMN. Adapun El John memiliki kerja sama dengan *Citra Grand City* yang mensponsori acara *Business Time Property*".⁷⁷

Lebih lanjut ditambahkan pula *Radio Producer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

"*Business Time* memilki 3 sesi, dimana *Business Time* El John terkini memberikan informasi kepada sahabat radio El John seputar peristiwa yang ada di Sumatera Selatan maupun di Palembang, misalnya informasi tentang pembangunan proyek LRT (*Light Rail Transit*), jama'ah haji, dan lain-lain. Selain itu, dalam program ini tidak memberikan informasi politik, SARA, dan kriminal. Adapun materi siaran yang di ambil dari internet, sriwijaya post, ANTARA sumsel. Selanjutnya *Business Time Investasi and Business* adalah informasi tentang perkembangan ekonomi yang ada di Sumatera Selatan maupun Nasional, dan juga membahas peluang usaha seperti restoran, hotel, *airlines*, biro perjalanan, dan bisnis pariwisata. Berikutnya *Business Time Property* memberikan informasi tentang berita *property* yang ada di Palembang maupun di Sumatera Selatan, misalnya program KPR (Kredit Perumahan Rakyat)".⁷⁸

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

"*Business Time Terkini* menginformasikan apapun yang terjadi di kota Palembang seperti perkembangan dan infrastruktur kecuali politik. Adapun informasi yang didapatkan yakni melalui media cetak. Berikutnya *Business Time Investasi and Business* menginformasikan peluang bisnis misalnya bagaimana perkembangan rupiah terhadap dolar Amerika Serikat, hubungan

⁷⁷Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁷⁸Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

luar negeri seperti pihak asing yang berinventasi di Indonesia, dan lebih memberikan informasi mengenai perekonomian di Indonesia. Selanjutnya *Business Time Property* menginformasikan tentang referensi housing misalnya pembangunan hotel, adapun berita Program Sejuta Rumah dari Jokowi yang di informasikan melalui program tersebut”⁷⁹.



Gambar 4: Wawancara bersama *Account Executive* radio El John
Sumber: Dok. Radio El John Palembang

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa program *Business Time* dipersembahkan untuk menarik minat pendengar dengan memyiarkan ragam peristiwa dan informasi terkini, baik lokal maupun nasional, disajikan dalam program *Business Time*. Program ini penuh dengan informasi dan inspirasi bisnis, di kemas sangat apik khusus untuk SRE (sahabat pendengar radio el john) yang membutuhkan berbagai informasi dan dapat dijadikan panduan untuk menjalankan aktivitas bisnis setiap harinya.

⁷⁹Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

d. *Tourism Channel* – sesi *Rest and Relax*

Program acara *Tourism Channel* – *Sesi Rest and Relax* siar pada pukul 15.00–16.00 WIB. Adapun jenis lagu yang diputar yakni lagu daerah dan jenis musik yang diputar yakni *middle (easy listening)*.

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“*Tourism Chacnel* – *Sesi Rest and Relax* dalam penyiarannya sering memutar lagu daerah karena kembali pada visi radio El John yang merupakan satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang yang tidak mau menghilangkan kekentalan pariwisata lewat lagu daerah. Selain itu, *Tourism Chacnel* – *Sesi Rest and Relax* juga menginformasikan tentang pariwisata mulai dari kuliner, tempat-tempat wisata baik di kota Palembang maupun daerah-daerah lainnya atau provinsi lain yang berada di Indonesia. Untuk di kota Palembang sendiri El John memiliki program acara Wisata Kito yang disiarkan setiap hari sabtu jam 12.00 WIB. Program Wisata kito menyuguhkan infomasi kuliner seperi Pempek, adapun tempat wisata seperti Pulau Kemarau dan BKB (Benteng Kuto Besak)”⁸⁰.

Radio Producer El John Palembang mengatakan,

“Dalam program *Tourism Channel* ini tidak membuka *line* interaktif dan juga memberikan informasi pariwisata di Indonesia bukan hanya di Palembang misalnya kuliner, budaya dari daerah tersebut dan disiarkan lagu daerah nusantara selama 1 jam dari pukul 15.00 sampai dengan 16.00 WIB”⁸¹.

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

⁸⁰Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁸¹Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

“Untuk program acara *Tourism Channel - Sesi Rest and Relax* selalu memutar lagu daerah Palembang. Adapun *Tourism Channel - Sesi Rest and Relax* memberikan informasi mengenai tempat wisata yang ada di Palembang seperti Pulau Kemarau sebagai destinasi pariwisata, BKB (Benteng Kuto Besak) yang banyak dikunjungi masyarakat Palembang yang perlu di ekspos kepada pendengar El John yang ada di Palembang maupun orang luar kota Palembang”.⁸²



Gambar 5: Wawancara bersama *Radio Producer* radio El John
Sumber: Dok. Radio El John Palembang

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa program *Tourism Channel - Sesi Rest and Relax* dipersembahkan untuk menarik minat pendengar dengan menginformasikan mengenai wisata dan budaya. Oleh karena itu EL John, sebagai satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang, mempersembahkan program unggulan *Tourism Channel*.

⁸²Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

e. *Tourism Channel – Sesi El John Request Line*

Program acara *Tourism Channel – sesi El John Request Line* siar pada pukul 16.00–18.00 WIB. Adapun jenis lagu yang diputar yakni Indonesia 60% dan barat 40%.

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Untuk *genre* dan porsi pemutaran lagu dalam program acara *Tourism Channel – Sesi El John Request Line* yakni 60% Indonesia dan 40% Barat karena hal itu sudah diatur oleh KPID. Pemutaran lagu barat cukup 40% saja. Program ini dikhususkan semua pendengar radio El John yang bergabung di *line* interaktif mulai dari telpon, *SMS*, *BBM*, dan *Whatshap* yakni pendengar aktif yang sering *request*. Tidak menutup kemungkinan kalangan dewasa juga mengikuti program acara ini. Tentunya dalam *Tourism Channel – Sesi El John Request Line* masih tetapat menginformasikan seputar tips pariwisata”.⁸³

Lebih lanjut ditambahkan pula *Radio Producer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“*Tourism Channel* sesi El John *Request Line* adalah program yang sama dengan program acara 3 in 1 “*Good Morning*” El John yang membuka *line* interaktif buat sahabat radio El John yang ingin *request* lagu kesayangan mereka dengan bergabung ke *line* interaktif lewat telpon dan juga program ini memberikan informasi tentang kesehatan dan pariwisata di kota Palembang dan diiringi dengan lagu Indonesia dan Mancanegara”.⁸⁴

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

⁸³Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁸⁴Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

“*Tourism Channel* – Sesi *El John Request* merupakan program *request* yang mempersilahkan pendengar untuk *request* lagu Pop Indonesia maupun Mancanegara namun program tersebut tetap menginformasikan mengenai pariwisata misalnya sesi pertama kita menerima 3 penelepon selanjutnya penerima tersebut diberikan informasi mengenai pariwisata”⁸⁵.



Gambar 6: Wawancara dengan salah satu *Announcer* Radio El John Palembang
Sumber: Dok. Radio El John Palembang

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa program *Tourism Channel* – Sesi *El John Request Line* dipersembahkan untuk menarik minat pendengar dengan memberikan kesempatan kepada para pendengar berpartisipasi dengan menggunakan fasilitas *phone* interaktif. pendengar bebas untuk *request* lagu-lagu kesukaan pendengar, baik Indonesia maupun *Western*, selain itu SRE (sahabat pendengar radio El John) juga mendapatkan beragam Informasi dan Tips seputar pariwisata.

3. Melalui Saluran (media)

Di zaman yang semakin maju berbagai jenis media telah banyak bermunculan dan mengalami perkembangan. Semakin banyak media

⁸⁵Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

semakin memudahkan komunikasi antar individu dengan yang lainnya. Dalam menjalin komunikasi memiliki tujuan (*goal*) yang ingin dicapai atau pengaruh yang ditimbulkan.

Hal itu dimanfaatkan oleh El John untuk menyampaikan atau menginformasikan pesannya kepada pendengar melalui beragam jenis media. Selain itu, saluran (media) akan dipilih dan diterima oleh pendengar dengan menilai dan mempertimbangkan isi pesan yang disampaikan dari jenis media tersebut.

Adapun saluran (media) yang dimanfaatkan oleh El John untuk menyampaikan pesannya kepada pendengar melalui jenis media sosial yang marak digunakan saat ini. Berikut jenis saluran (media) yang digunakan El John, yakni:

a. Melalui *Website*

Website ialah kumpulan dari berbagai macam halaman situs, yang terangkum di dalam sebuah domain atau sub domain, yang lebih tepatnya berada di dalam WWW (*World Wide Web*) yang tentunya terdapat di dalam internet. Halaman website biasanya berupa dokumen yang ditulis format *Hyper Text Markup Language* (HTML), yang bisa diakses melalui HTTP, HTTP adalah suatu protokol yang menyampaikan kepada para user atau pemakai melalui web browser.⁸⁶

⁸⁶Sora N, *Pengertian kelompok Sosial dan Menurut Para Ahli terlengkap*, diakses dari <http://www.pengertianku.net/>, pada tanggal 5 Agustus 2017 Pukul: 15.00 WIB.

Dengan jaringan internet, orang dimana pun berada, dapat mengakses segala informasi yang diperlukan dari berbagai situs dengan alamat IP tertentu (*IP address*), dapat mengirimkan surat elektronik (*e-mail*) kepada siapa saja dengan alamat IP tertentu.⁸⁷

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Untuk *Website* El John memiliki *Live Streaming* yang resmi yang dapat di *download App Store* atau *Play Store*. Jadi jaringan radio El John yang sudah di *download* tidak hanya radio John Palembang yang dapat di dengar kerana jangkauan radio El John sangat luas mulai dari El John Pangkal Pinang, Jambi, dan Pekan Baru semuanya dapat didengarkan. Jaringan El John dapat dijangkau dimanapun berada. Selain itu, *website* radio El John berisi informasi-informasi Pariwisata, dan beberapa hal penting yang menyangkut kerja sama, dan juga tetap berhubungan bisnis. Adapun di dalam *website* tersebut El John menjadi bahan promosi bagi kalangan klien El John yang ingin mempromosikan *update* apa yang mereka punya. El John membantu klien mereka untuk *posting* hal itu”.⁸⁸

Radio Producer radio El John Palembang juga mengatakan bahwa,

“*Website* El John dapat dilihat melalui *twitter*, selain itu dapat juga melihat kegiatan-kegiatan El John yang akan di *sharing* dalam *website* tersebut mengenai informasi tentang Pariwisata di kota Palembang atau di Sumatera Selatan seperti tempat-tempat wisata”.⁸⁹

⁸⁷Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 40

⁸⁸Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁸⁹Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“Para pendengar yang ingin mengetahui informasi pariwisata terbaru dapat megakses melalui *website www.eljohn.fm* yang dimiliki radio El John”.⁹⁰

Berdasarkan penjelasan tersebut disimpulkan bahwa dengan adanya *website* radio El John, pendengar semakin mudah untuk mengakses informasi yang terkait mengenai radio El John. Segala informasi mengenai program, layanan dan perkembangan radio El John dapat dengan mudah diketahui melalui *website (www.eljohn.fm)*.

b. Media Sosial

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.⁹¹

Radio El John dalam memperlancar tujuannya juga menggunakan media sosial dalam bentuk, *Facebook* (El John FM 95.9 Palembang), *Twitter* (El John Fm Palembang), *Instagram* (radioeljohnpalembang). Dewasa ini media sosial dianggap hal yang telah menjadi bagian hidup masyarakat. Adapun kemudahan dalam mengakses fitur-fitur yang menarik, serta kelengkapan informasi

⁹⁰Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁹¹Wisnu Iray, *Pengertian Social Media, Social Network, Peran serta fungsinya*, diakses dari <http://facebook.com>, pada tanggal 5 Agustus 2017 Pukul. 15:10 WIB.

menjadi hal yang efektif dan menarik minat khalayak. Oleh karena itu, radio El John membuat media sosial yang akan memudahkan dalam mengakses informasi perusahaan.

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Untuk informasi pariwisata juga di promosikan melalui di media sosial walaupun tidak setiap menit. Tetapi yang pasti, media sosial dipakai untuk berinteraksi dengan pendengar seperti promo-promo mengenai *talk show*, informasi tentang Pariwisata di kota Palembang. Adapun informasi mengenai penghargaan Adipura yang kembali di dapatkan oleh kota Palembang juga menggunakan media sosial sebagai alat penyebaran informasi tersebut”.⁹²

Radio Producer radio El John Palembang juga mengatakan bahwa,

“Saat ini media sosial sangat banyak, setiap orang mungkin memiliki *handphone* yang canggih berbasis *android*. Sehingga pendengar dapat mempunyai akun media sosial masing-masing serta dengan mudah mereka membuka media sosial tersebut seperti *facebook*, *twitter*, untuk mencari informasi dan El John memanfaatkan hal itu untuk mempromosikan produk yang ditawarkan atau informasi pariwisata karena apa yang akan disampaikan akan lebih cepat sampai”.⁹³

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“Media sosial yang digunakan El John seperti *Facebook* sudah melebihi kapasitas dari *Facebook* yakni lebih dari 5.000

⁹²Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁹³Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

pertemanan, setiap *update* status banyak yang menyukai, berkomentar serta *request* lagu. Adapun Media sosial yang digunakan El John seperti *Instagram*, ketika El John *share* foto banyak pula yang menyukai meskipun yang berkomentar sedikit, setidaknya ketika banyak yang menyukai secara langsung mereka telah melihat kegiatan apa yang dilakukan El John”.⁹⁴

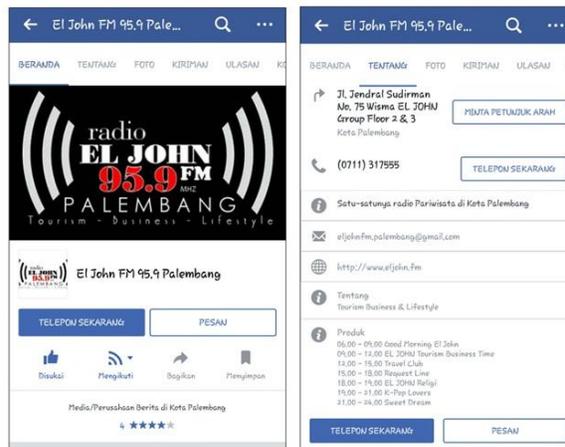
Mahasiswa UIN Raden Fatah yang menjadi salah satu pendengar radio El John juga menambahkan,

“Media sosial yang telah tersedia seperti *instagram* membantu saya dalam mencari informasi yang lebih selain yang disiarkan di radio El John”.⁹⁵

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya beragam media sosial yang digunakan El John akan semakin memudahkan pendengar mengetahui informasi mengenai El John dari media mana yang dimiliki oleh para pendengarnya dari berbagai kalangan, mulai dari *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

⁹⁴Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁹⁵Hasil Wawancara dengan Mira Ariani Mahasiswa UIN Raden Fatah yang menjadi salah satu pendengar radio El John pada tanggal 4 Agustus 2017.



Gambar 7: Tampilan *Facebook Profile* Radio El John Palembang
Sumber: Dok. Radio El John Palembang



Gambar 8: Tampilan *Twitter* dan *Instagram* Radio El John Palembang
Sumber: Dok. Radio El John Palembang

c. *Live Streaming*

Streaming didefinisikan sebagai proses multimedia yang secara kontinu dapat diterima dan disediakan oleh *content provider* ke

enduserd dengan mengirimkan *playback audio* atau video secara *real time*.⁹⁶

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Untuk pemutaran iklan di *Live Streaming* yang sama dengan seperti *on air* di radio, bedanya *Live Streaming* siarannya mengglobal. Membuka *Live Streaming* sama juga dengan membuka frekuensi radio El John”.⁹⁷

Radio Producer radio El John Palembang juga mengatakan bahwa,

“*Live streaming* El John berisi kumpulan klip-klip iklan, lagu-lagu, dan program-program acara”.⁹⁸

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

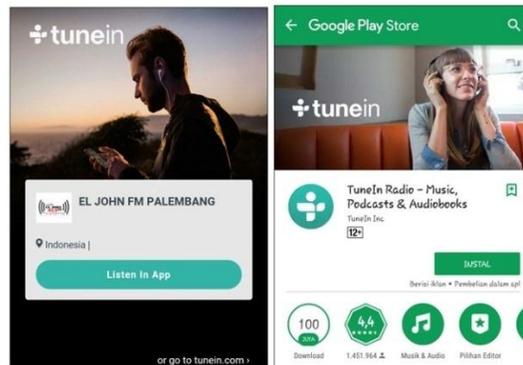
“Para pendengar yang membuka *Live Streaming* melalui *website* El John akan langsung mendengar suara penyiar radio El John saat *on air*”.⁹⁹

⁹⁶Hidajanto Djama, Andi Fachruddin, *Op.Cit*, hlm. 40.

⁹⁷Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁹⁸Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

⁹⁹Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.



Gambar 9: Tampilan mendownload *Live Streaming* El John di *App Store*
 Sumber: <http://tunein.com/EL-JOHN-FM-PALEMBANG-s279795/>

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya *Live Streaming* dapat memudahkan para pendengar dalam mencari dan mendengarkan informasi yang disiarkan oleh radio El John.

f. *Jinggel Radio*

Jinggel atau *radio air promo* adalah gabungan musik dan kata yang mengidentifikasi keberadaan sebuah stasiun radio. Tujuan produksi *jinggel* bagi radio adalah untuk memberikan informasi simbol atau identitas terpenting dari radio agar selalu diingat pendengar, membentuk citra radio dibenak pendengar.¹⁰⁰

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“*Jinggel* radio menjadi salah satu untuk mengidentifikasi keberadaan radio itu sendiri. Sehingga ketika mendengar *jinggel* radio tersebut maka hal tersebut akan melekat. El John

¹⁰⁰Morissan, *Op.Cit*, hlm. 238

merupakan satu-satunya radio Pariwisata di kota Palembang dan tidak ada radio yang lain”.¹⁰¹

Radio Producer radio El John Palembang juga mengatakan bahwa,

“*Jinggel* dari radio El John sendiri yakni *Tourism, Business, Lifetsyle* dan merupakan satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang karena segmen El John adalah radio pariwisata yang pertama sehingga El John lebih banyak memberikan informasi mengenai pariwisata, adapun informasi-informasi dari dinas pariwisata”.¹⁰²

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“*Jinggel* radio El John secara langsung mempromosikan bahwasannya El John merupakan satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang sehingga dapat membuat para pendengar berfikir El John menginformasikan tentang pariwisata atau promo pariwisata yang membuat pendengar tertarik untuk mendengarkannya”.¹⁰³

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya *Jinggel* memudahkan radio El John mempromosikan keberadaannya sebagai satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang, memberikan identitas radio agar selalu diingat pendengar serta membentuk citra radio dibenak pendengar.

¹⁰¹Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹⁰²Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹⁰³Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

4. Melalui Segmentasi Pendengar (*audience*)

Pada dunia bisnis masyarakat biasanya diistilahkan dengan sebutan pasar, dalam studi komunikasi disebut khalayak (*audience*), sementara dalam dunia politik disebut publik. Memahami masyarakat, terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka.¹⁰⁴

Merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program, sebab bagaimana pun besarnya biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk memengaruhi mereka, namun mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia.¹⁰⁵

Pada umumnya pendengar yang dibedakan menurut usia, yaitu, anak-anak, remaja, dan dewasa. Adapun pendengar yang memiliki jenis pekerjaan tertentu umumnya juga berbeda dalam mengkonsumsi media massa seperti radio. El John memiliki segmentasi pendengarnya atau kelompok usai dari 25-50 tahun. Penerima (*audience*) merupakan sasaran dari perencanaan program dan strategi yang telah dibuat.

Manager Affair radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Segmentasi pendengar El John usia dari 25 sampai 50 tahun ialah orang-orang yang sudah bisa menentukan apa yang menjadi kebutuhan

¹⁰⁴Hafiend Cangara, *Op.Cit*, hlm. 111.

¹⁰⁵*Ibid*, hlm. 111.

hidup mereka seperti *Executive* Muda, karyawan, pembisnis atau mahasiswa”.¹⁰⁶

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Segmentasi pendengar El John bukan untuk usai remaja. Segmentasi usia pendengar radio El John dari umur 25 sampai dengan 50 tahun seperti *executive* muda dan karyawan. Karena El John sering memutar lagu yang *easy listening* yang mungkin hanya beberapa remaja yang menyukai.”¹⁰⁷

Lebih lanjut ditambahkan pula *Radio Producer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“Segmentasi pendengar radio El John adalah medium ke atas atau dewasa, bukan segmentasi pendengar usia remaja. Adapun pendengar El John seperti *Executive* muda”.¹⁰⁸

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“Terdapat pula pendengar El John yang usia remaja tahun namun segmentasi pendengar yang sudah dilihat El John yakni usia 25 tahun keatas. Karena setiap program acara El John telah memiliki acuan pendengar masing-masing”.¹⁰⁹

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai segmentasi pendengar atau kelompok usai dari 25-50 tahun sudah menjadi target dan sasaran radio El John seperti yang bahas sebelumnya ialah *Executive* Muda maupun karyawan.

¹⁰⁶Hasil wawancara dengan Zamhari Bustanul sebagai *Manager Affair* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹⁰⁷Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹⁰⁸Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹⁰⁹Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

Mereka merupakan pendengar yang dianggap tepat untuk mendengarkan beberapa program-program unggulan yang ada di radio El John.

5. Melalui Pengaruh (*effect*)

Pengaruh sangat penting dalam proses komunikasi. Tujuannya untuk mengetahui berhasil tidaknya kegiatan komunikasi yang dilakukan.¹¹⁰ Adapun pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*). Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat (*opinion*).¹¹¹

Radio El John dalam berbagai program acara yang disiarkannya menimbulkan pengaruh baik pada perusahaan maupun penerima (*audience*). Pengaruh (*effect*) yang terjadi berdasarkan penelitian yang dilakukan, yakni:

a. Meningkatkan minat pendengar (*audience*)

Setiap siaran utamanya ditujukan untuk audien, bukan untuk penyiar, pengelola program, atau pemilik media penyiaran. Mengetahui secara persis apa kebutuhan audien merupakan hal penting.¹¹²

Pendengar (*audience*) yang merupakan subjek penting yang diberikan beragam informasi mengenai pariwisata, apa itu pariwisata, mengapa pariwisata dibutuhkan, dan apa dampak positif yang akan diperoleh dari informasi pariwisata. El John membuat beberapa program

¹¹⁰Hafied Cangara, *Op.Cit*, hlm. 140.

¹¹¹*Ibid*, hlm. 140.

¹¹²Morrisan, *Op.Cit*, hlm. 206.

acara serta *jinggel* dengan tema pariwisata yang merupakan sebuah citra dari radio El John sendiri, sebagaimana yang tertera pada visi dan misi radio El John.

Manager Affair El John Palembang mengatakan bahwa,

“Sesuai dengan visi dan misi radio El John ingin mencerdaskan masyarakat dan menginformasikan masyarakat mengenai pariwisata sehingga El John nantinya akan menyajikan siaran-siaran yang bermanfaat melalui program acara unggulan El John misalnya referensi tempat pariwisata, informasi tentang keberangkatan”.¹¹³

Account Executive pula mengatakan bahwa,

“Meningkatkan minat pendengar yang pertama dengan cara produksi program yang baik seperti memberikan program unggulan yang dimiliki radio El John. Kedua, bagaimana cara memperlakukan pendengar itu sendiri, dan juga selalu menjaga hubungan baik dengan klien. Radio yang berfungsi sebagai jasa penyiaran, selain mendukung bagaimana memberikan informasi, memutar lagu yang *easy listening* sebagai hiburan untuk para pendengar agar mereka merasa nyaman karena pendengar tentunya tidak hanya ingin mendengar berita saja, sehingga dalam kenyamanannya tetap mendapatkan informasi yang mereka inginkan, dan juga dari pada itu membuat klien puas”.¹¹⁴

Lebih lanjut ditambahkan pula *Radio Producer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“Salah satu meningkatkan minat pendengar adalah membuat program-program yang menarik atau membuat kuis yang berhadiah *goody bag*”.¹¹⁵

¹¹³Hasil wawancara dengan Zamhari Bustanul sebagai *Manager Affair* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹¹⁴Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017

¹¹⁵Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“Meningkatkan minat program dengan program-program unggulan El John, bagaimana penyiar melakukan siaran dan menyampaikan informasi agar para pendengar selalu ingat dengan hal yang disiarkan dan ingin mendengarkannya kembali di hari esok”.¹¹⁶

Dari hasil penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa meningkatkan minat pendengar (*audience*) dengan segala kegiatan dilakukan radio El John didalam programnya, yakni 3 in 1 “Good Morning El John”, *Lifestyle Inspiration*, *Bussiness Time* (dengan 3 sesi/jam), *Tourism Channel* – sesi *Rest and Relax*, *Tourism Channel* – sesi El John *Request Line*. Program acara yang menarik dan memotivasi disiarkan radio El John membuat pendengar (*audience*) tertarik dan memiliki rasa ingin tahu mengenai pariwisata. Hal itu terbukti dari peningkatan jumlah pendengar (*audience*) yang dibuat radio El John.

b. Meningkatkan Kepercayaan terhadap Radio El John

Radio El John percaya bahwa keberlanjutan perusahaan sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan dan dukungan yang tinggi dari seluruh elemen masyarakat. Oleh sebab itu, diperlukan sebuah peraturan dan pengendalian mekanisme hubungan antara pihak yang terkait dengan perusahaan serta nilai-nilai yang terkandung dalam penyelenggaraan pengelolaan radio telah sesuai dengan undang-undang dasar penyiaran.

¹¹⁶Wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

Manager Affair El John Palembang mengatakan bahwa,

“El John harus konsekuen dengan program acara yang telah dibuat, tepat waktu dalam menyiarkan program acara agar masyarakat atau pendengar menjadi percaya”.¹¹⁷

Account Executive pula mengatakan bahwa,

“Meningkatkan kualitas penyiaran seperti bagaimana penyiar membawakan program acara dengan baik, bagaimana penyiar melakukan *maintance* waktu dengan baik sehingga permintaan klien tidak ada yang terabaikan dan yang pasti menjaga kualitas mesin penyiaran dengan baik karena jika kualitas itu dijaga hasilnya pun juga akan baik, mulai dari suara. Intinyanya nyawa di radio adalah alat pemancarnya. Jika kualitas pemancar baik maka kualitas penyiaran juga baik selain pada SDM”.¹¹⁸

Lebih lanjut ditambahkan pula *Radio Producer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“Dalam meningkatkan kepercayaan haruslah konsisten dengan apa yang sudah dibuat dan harus memberikan yang terbaik agar kepercayaan pendengar dan *client* tidak hilang”.¹¹⁹

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang mengatakan bahwa

“Selain dari lagu-lagu, El juga mempunyai iklan, dan tentunya para pendengar El John pasti mendengarkan iklan misalnya setelah mendengarkan iklan tersebut dan membuktikan sendiri bahwa iklan yang disiarkan El John benar-benar *real*. Hal itu tentunya menjadi hal positif bagi radio El John dan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap radio El John tentunya”.¹²⁰

¹¹⁷Hasil wawancara dengan Zamhari Bustanul sebagai *Manager Affair* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹¹⁸Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹¹⁹Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹²⁰Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

Dari hasil penjelasan diatas disimpulkan bahwa El John meningkatkan kepercayaan pendengar (*audience*) dengan memberikan sajian program-program acara unggulan radio yang telah dikelola dengan baik dan seksama untuk kepada para pendengar.

B. Faktor pendukung dan penghambat Radio El John dalam mempromosikan Pariwisata di Kota Palembang

1. Faktor Pendukung

a. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) merupakan asset penting bagi organisasi sebagai *human capital*. Oleh karena itu, radio El John membangun sistem pengelolaan SDM dengan menerapkan suatu sistem standar penyiaran yang digunakan untuk menjadikan orang-orang yang terlibat dalam pengelolaan radio yang berkualitas dan berkompeten. Pencapaian kinerja keuangan, operasional, dan penyaluran setiap tahunnya telah didukung oleh ketersediaan SDM yang memadai baik dari sisi kuantitas dan kualitas.

Manager Affair radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Dalam merekrut SDM radio El John selalu ada masa *training*, memberikan masukan-masukan apa yang harus dilakukan. Salah

satu faktor kunci keberhasilan pencapaian visi dan misi El John adalah kualitas sumber daya manusia”.¹²¹

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa, juga mengatakan bahwa,

“Faktor pendukung berjalan sesuai dengan SDM yang ada, jika kinerja SDM dengan baik semua kegiatan akan berjalan lancar”.¹²²

Lebih lanjut ditambahkan pula *Radio Producer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“Jika SDM tidak kreatif dan inovatif akan ada efek terhadap radio itu sendiri, menjadi SDM di dalam radio haruslah kreatif”.¹²³

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang ditemui disela tugasnya mengatakan bahwa,

“Semua SDM yang ada di radio El John dapat digunakan suaranya dalam melakukan penyiaran”.¹²⁴

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa radio El John telah mengembangkan Sumber Daya Manusia dalam melakukan tugas-tugasnya di dalam radio.

¹²¹Hasil wawancara dengan Zamhari Bustanul sebagai *Manager Affair* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹²²Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹²³Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹²⁴Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2016

a. Fasilitas Perusahaan

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi radio El John juga membangun sarana komunikasi seperti *facebook*, *twitter*, *email*, *sms*, *telpon*, dan *live chat* untuk mempermudah pelayanan.

Keterbukaan informasi yang terjadi pada era ini juga menjadi akses bagi perusahaan sebagai sarana untuk memberikan informasi melalui sosial media (*facebook*, *twitter*, *instagram*) secara *update*. Tahun 2017 jumlah pengikut *twitter* radio El John Palembang mencapai 2.347 pengikut. Sedangkan *fanspage facebook* El John radio telah mencapai 57.142 dan khusus radio El John Palembang 937 *like*.¹²⁵

Adapun untuk informasi yang *update* secara berkala, radio El John mempunyai akun *instagram*, yakni El John dapat mengunggah foto mereka saat akan melakukan acara *talk show*, untuk itu mereka mempromosikan kepada para mendengar melalui media sosial tersebut.

Manager Affair radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“Semua masalah operasional El John telah terpenuhi dan berjalan dengan baik”.¹²⁶

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

¹²⁵<https://m.facebook.com/El-John-FM-959-Palembang-185878454874989/>, diakses pada 5 Agustus 2017 Pukul 15:40 WIB.

¹²⁶Hasil wawancara dengan Zamhari Bustanul sebagai *Manager Affair* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

“Fasilitas di Radio El John sudah sangat memuaskan guna mendukung kinerja SDM lebih baik”.¹²⁷

Lebih lanjut ditambahkan pula *Radio Producer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

“*Wifi*, komputer merupakan fasilitas perusahaan untuk mencari materi siaran. Untuk fasilitas seperti mobil digunakan ketika akan melakukan suatu wawancara ke suatu tempat”.¹²⁸

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang ditemui disela tugasnya mengatakan bahwa,

“Semua fasilitas yang ada di radio El John berjalan lancar termasuk *Wifi*”.¹²⁹

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang ada di radio El John sudah berjalan dengan semestinya dan hal itu tentunya sangat membantu kinerja Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada.

2. Faktor Penghambat

a. Inovasi Program

El John merupakan satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang. Salah satu upaya yang biasa dilakukan media penyiaran seperti radio El John ialah inovasi program.

¹²⁷Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹²⁸Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹²⁹Wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

Inovasi program adalah taktik jitu untuk bersaing dengan media penyiaran lainnya. Walaupun teknik pembaruan program dapat menjadi daya tarik pendengar, tetapi hal itu juga dapat menjadi faktor penghambat perkembangan perusahaan.

Hal tersebut dikarenakan inovasi program dapat menimbulkan beberapa permasalahan seperti program yang tidak sesuai dengan minat para pendengar. Karena pendengarlah yang menjadi objek sasaran harus diutamakan.

Manager Affair radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya mengatakan bahwa,

“*Radio produser* harus memantau program acara yang telah dibuat dan melakukan evaluasi kembali”.¹³⁰

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya juga mengatakan bahwa,

“El John akan melakukan evaluasi kembali misalnya inovasi melakukan pembuatan program untuk baru lalu kemudian di eksekusi dan selalu akan dipantau agar mengetahui program tersebut dapat menarik pendengar atau tidak. Jika tidak sesuai maka program tersebut akan di *stop* dan membuat program baru lagi yang lebih menarik minat pendengar”.¹³¹

Lebih lanjut ditambahkan pula *Radio Producer* El John Palembang yang mengatakan bahwa,

¹³⁰Hasil wawancara dengan Zamhari Bustanul sebagai *Manager Affair* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹³¹Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

“Salah satu inovasi program yang ingin direncana yakni melakukan program acara *talk show* di luar radio”.¹³²

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang yang ditemui disela tugasnya mengatakan bahwa,

“El John pasti melakukan evaluasi dan membuat program baru yang tentunya dalam program tersebut memiliki daya tarik”.¹³³

Mahasiswa UIN Raden Fatah yang menjadi bukan termasuk sebagai pendengar radio El John mengatakan:

“Saya suka mendengarkan radio tapi tidak terlalu sering, adapun radio yang saya dengarkan seperti radio yakni Elita, Sonora, Trax yang siarannya lebih ke anak muda. Tetapi mendengar sepintas konteks program acara El John menyiarkan khusus tentang pariwisata kota Palembang dan pendenganya bukan hanya kota Palembang tapi seluruh masyarakat Indonesia merupakan hal yang sangat bagus karena secara langsung dapat mempromosikan pariwisata yang ada di kota Palembang terlepas dari format musik yang disiarkan”.¹³⁴

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan perlu adanya evaluasi terhadap program yang akan dibuat oleh radio. Karena tujuannya adalah menarik minat pendengar sehingga diperlukan pemahanan yang lebih terhadap para pendengar yang lebih luas.

¹³²Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹³³Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹³⁴Hasil wawancara dengan Selvi Wardani Mahasiswa UIN Raden Fatah yang bukan pendengar radio El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

b. Pengetahuan Masyarakat yang Kurang terhadap El John

Masyarakat yang menjadi objek sasaran merupakan faktor yang sangat berpengaruh pada perusahaan. Pendengar (*audience*) yang tidak memiliki keterbukaan untuk menerima informasi adalah faktor penghambat perkembangan perusahaan.

Pengetahuan pendengar (*audience*) yang kurang mengenai pariwisata di kota Palembang. Pada dasarnya pendengar (*audience*) yang mempunyai rasa kepedulian terhadap pariwisata tentunya akan mendapatkan keuntungan dari hal tersebut, karena tidak hanya mendapatkan informasi semata melainkan mendapatkan referensi serta tips seputar pariwisata.

Manager Affair radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya juga mengatakan bahwa,

“El John telah menggunakan media-media lain untuk mempromosikan apa saja yang telah disiarkan radio misalnya *facebook* atau *instagram*. Sehingga dapat memudahkan para pendengar dan jika mereka jeli dalam membaca dan mendengarkan hal tersebut tentunya mereka tidak akan mendapatkan kedala”.¹³⁵

Account Executive radio El John Palembang yang ditemui diruang kerjanya juga mengatakan bahwa,

¹³⁵Hasil wawancara dengan Zamhari Bustanul sebagai *Manager Affair* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

“El John akan selalu mempromosikan pariwisata lewat media sosial dan selalu mengajak pendengar untuk memahami pariwisata misalnya sejarah kota Palembang”.¹³⁶

Lebih lanjut ditambahkan pula *Radio Producer* El John Palembang

yang mengatakan bahwa,

“Media sosial sangat berperan penting, walaupun ada yang jarang mendengarkan radio tetapi mereka dapat menggunkan media sosial untuk mencari informasi. Oleh karena itu, radio El John harus selalu aktif di media sosial untuk memberikan informasi yang *update* mengenai pariwisata”.¹³⁷

Hal serupa ditambahkan pula oleh *Announcer* El John Palembang

yang ditemui disela tugasnya mengatakan bahwa,

“El John membuat program yang lebih santai mengenai pariwisata sampai masyarakat menjadi paham. Karena setiap akhir siaran El John juga mempersilahkan masyarakat untuk mengirim kritik dan sarannya”.¹³⁸

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial menjadi suatu hal yang sangat membantu radio El John dalam menyampaikan informasi pariwisata di Kota Palembang.

¹³⁶Hasil wawancara dengan Anita sebagai *Account Executive* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹³⁷Hasil wawancara dengan Aisyah Putri sebagai *Radio Producer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

¹³⁸Hasil wawancara dengan Riki Rahman sebagai *Announcer* El John pada tanggal 4 Agustus 2017.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Tabel

Rekapitulai Hasil Penelitian

No	Dimensi	Indikator	Rekapitulasi	Hasil
1	Komunikator (Sender)	<i>Manager Affair</i>	<i>Manager marketing</i> El John Palembang adalah seorang komunikator El John yang mempunyai kewajiban untuk mengelola dan mengawasi kinerja operasional yang dilakukan radio El John.	Baik
2	Program Acara (<i>Message</i>)	3 in 1 “Good Morning El John	Program acara 3 in 1 “ <i>Good Morning</i> El John” dipersembahkan sedemikian rupa untuk menarik minat pembisnis atau pendengar yang ada di kota Palembang, dengan menghadirkan lagu-lagu mandarin persembahan El John FM.	Baik
		<i>Lifestyle Inspiration</i>	Program acara <i>lifestyle inspiration</i> dipersembahkan untk menarik minat pendengar seperti executive muda maupun karyawan dengan menginformasikan seputar gaya hidup yang dikemas secara menarik dan berkesan dengan mengedepankan tren yang sedang berkembang di masyarakat.	Baik
		<i>Business Time</i> – (dengan 3 (sesi/jam)	program <i>Bussiness Time</i> dipersembahkan untuk menarik minat pendengar dengan memyiarkan ragam peristiwa dan informasi terkini, baik lokal maupun nasional, disajikan dalam program <i>Business Time</i> . Program ini penuh dengan informasi dan inspirasi bisnis, di kemas sangat apik khusus untuk SRE (sahabat	Baik

			pendengar radio el john) yang membutuhkan berbagai informasi dan dapat dijadikan panduan untuk menjalankan aktivitas bisnis setiap harinya.	
		<i>Tourism Channel – sesi Rest and Relax</i>	program <i>Tourism Channel - Sesi Rest and Relax</i> dipersembahkan untuk menarik minat pendengar dengan menginformasikan mengenai wisata dan budaya. Oleh karena itu EL John, sebagai satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang, mempersembahkan program unggulan <i>Tourism Channel</i> .	Baik
		<i>Tourism Channel – Sesi El John Request Line</i>	Program <i>Tourism Channel – Sesi El John Request Line</i> dipersembahkan untuk menarik minat pendengar dengan memberikan kesempatan kepada para pendengar berpartisipasi dengan menggunakan fasilitas <i>phone</i> interaktif. pendengar bebas untuk <i>request</i> lagu-lagu kesukaan pendengar, baik Indonesia maupun <i>Western</i> , selain itu SRE (sahabat pendengar radio El John) juga mendapatkan beragam Informasi dan Tips seputar pariwisata.	Baik
3	Saluran (Media)	<i>Website</i>	Dengan adanya <i>website</i> radio El John, pendengar semakin mudah untuk mengakses informasi yang terkait mengenai radio El John. Segala informasi mengenai program, layanan dan perkembangan radio El John dapat dengan mudah diketahui melalui <i>website</i> (www.eljohn.co.id).	Baik

		Media Sosial	dengan adanya beragam media sosial yang digunakan El John akan semakin memudahkan masyarakat mengetahui informasi mengenai El John dari media mana aja yang dimiliki oleh para pendengarnya dari berbagai kalangan. Mulai dari <i>Facebook, Twitter, Black Berry Message, Instagram</i> dan <i>Line</i> yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.	Baik
		<i>Live Streaming</i>	Dengan adanya <i>Live Streaming</i> dapat memudahkan para pendengar dalam mencari dan mendengarkan informasi yang disirakan oleh radio El John.	Baik
		<i>Jinggel Radio</i>	Dengan adanya <i>Jinggel</i> memudahkan radio El John mempromosikan keberadaannya sebagai satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang, memberikan identitas radio agar selalu diingat pendengar serta membentuk citra radio dibenak pendengar.	Baik
3	Pendengar (<i>Audience</i>)	Dewasa	segmentasi pendengar atau kelompok usai dari 25-50 tahun sudah menjadi target dan sasaran radio El John seperti yang dibahas sebelumnya ialah <i>Executive Muda</i> maupun karyawan. Mereka merupakan pendengar yang dianggap tepat untuk mendengarkan beberapa program-program unggulan yang ada di radio El John.	Baik
4	Pengaruh (<i>Effect</i>)	Meningkatkan minat pendengar (<i>audience</i>)	Dari hasil penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa meningkatkan minat pendengar (<i>audience</i>) dengan segala kegiatan dilakukan	Baik

			radio El John didalam programnya, yakni 3 in 1 “Good Morning El John”, <i>Lifestyle Inspiration, Bussiness Time</i> (dengan 3 sesi/jam), <i>Tourism Channel</i> – sesi <i>Rest and Relax</i> , <i>Tourism Channel</i> – sesi El John <i>Request Line</i> . Program acara yang menarik dan memotivasi disiarkan radio El John membuat pendengar (<i>audience</i>) tertarik dan memiliki rasa ingin tahu mengenai pariwisata. Hal itu terbukti dari peningkatan jumlah pendengar (<i>audience</i>) yang dibuat radio El John.	
		Pengetahuan Masyarakat yang Kurang	Media sosial menjadi suatu hal yang sangat membantu radio El John dalam menyampaikan informasi pariwisata di Kota Palembang.	Baik

Dari penelitian yang dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumenasi disimpulkan bahwa elemen-elemen komunikasi yakni komunikator, pesan, saluran, penerima, dan pengaruh sudah baik dilakukan oleh radio El John Palembang. Karena semua elemen yang ada mampu terintegrasi dengan baik yang di dukung oleh sarana yang tersedia di radio El John. Sarana tersebut meliputi media komunikasi yang digunakan radio El John dalam menunjang kinerjanya.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa:

Manager Affair, Account Executive, Radio Produce, Announcer El John Palembang, mereka merupakan komunikator El John yang mempunyai kewajiban untuk mengelola serta mengawasi kinerja operasional yang dilakukan radio El John.

Radio El John yang merupakan satu-satunya radio pariwisata di Kota Palembang yang tentunya banyak menyiarkan program acara pariwisata. Informasi radio El John Palembang mengenai pariwisata yang tertuang di dalam serangkaian programnya unggulannya yang meliputi, *3 in 1 “Good Morning El John”, Lifestyle Inspiration, Business Time (3 sesi/jam), Tourism Channel – Sesi Rest and Relax, dan Tourism Channel – Sesi El John Request Line.*

Adapun saluran (media) radio El John Palembang yang meliputi *Website, Media Sosial yakni Facebook, Twitter, Instagram, dan juga Live Streaming* serta *Jinggel* Radio yang membantu El John dalam menyebarkan informasi sekaligus mempromosikan pariwisata. Hal itulah yang dikonsumsi para pendengar El John

dengan segmentasi usia 25-50 tahun ialah mereka *executive* muda, wirausaha, karyawan maupun mahasiswa.

Selain itu, terdapat faktor pendukung yakni radio El John yang telah mengembangkan Sumber Daya Manusia dalam melakukan tugas-tugasnya di dalam radio. Fasilitas yang ada di radio El John sudah berjalan dengan semestinya dan hal itu tentunya sangat membantu kinerja Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada.

Adapun dalam melaksanakan starteginya El John juga memiliki faktor penghambat yakni perlu adanya evaluasi terhadap program yang akan dibuat oleh radio. Karena tujuannya adalah menarik minat pendengar sehingga diperlukan pemahanan yang lebih terhadap para pendengar yang lebih luas. Kemudian dari pada itu media sosial menjadi suatu hal yang sangat membantu radio El John dalam menyampaikan informasi pariwisata di Kota Palembang..

B. Saran

Berdasarkan penelitian diatas, penulis menyarankan sebagai berikut:

1. Untuk radio El John Palembang agar semakin meningkatkan eksistensinya supaya pendengar semakin mengetahui keberadaan radio El John yang merupakan satu-satunya radio pariwisata di kota Palembang.
2. Untuk pendengar yakin serta percaya kepada radio El John yang selalu menyiarkan dan menginformasikan hal-hal yang baik dan menarik mengenai pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Muhammad. 2001. *Kamus Lengkap Indonesia Moderen*. Jakarta: Pustaka Amani.
- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Produk*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. 2013. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenada Media Group.
- _____. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Djamal, Hidajanto. Fachruddin, Andi. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana.
- List, Dennis. 2004. *Pemasaran Partisipatif Untuk Radio Lokal*. Jakarta: PT Sembrani Aksara Nusantara.
- Ginting F, Nembah. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Gunawan, Hafied. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: LkiS.

- Mufid, Muhammad. 2009. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2010. *Komunikasi dan Regulai Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Mukarom, Zainal. 2015. *Manajemen Public Relation Panduan Efektif Pengelolaan*
- Morissan. 2014. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS.
- Ramadhita, Wulan. 2011. *Strategi Komunikasi Program Musik dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar (Studi Kasus pada Radio Prambors Semarang)*. Summary Skripsi.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. 2016. *Manajemen, Kiat, dan Strategi Periklanan*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Suryadana, Liga M. 2015. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, S. Astrid. 1982. *Komunikasi Kontemporer*. Bandung: BinaCIPTA.
- Syamsul, Asep. 2004. *Broadcat Journalism*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Uchjana, Onong. 1992. *Dinamika Komunikasi*. Bandung, Remaja Rosda Karya
- Usman, Husaini. 2014. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yoety, A. Oka. 2013. *Komersialisasi Seni Budaya dan Pariwisata*. Bandung: CV Angkasa.
- _____. 1990. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Sora N, *Pengertian kelompok Sosial dan Menurut Para Ahli terlengkap*, diakses dari

<http://www.pengertianku.net/>

Wisnu Iray, *Pengertian Social Media, Social Network, Peran serta fungsinya*, diakses dari

<http://facebook.com>

e-journal.uajy.ac.id/5094/2/1TA13280.pdf

eprints.ums.ac.id/28383/2/BAB_I.pdf

repository.iainpurwokerto.ac.id/486/1/Cover, Bab 1, Bab V, Daftar Pustaka.pdf

digilib.uin.suka.ac.id/1792/1/BAB 1, BAB IV, Daftar Pustaka.pdf

http://abstrak.ta.uns.ac.id/wisuda/upload/F3213044_bab2.pdf.

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : 586 TAHUN 2017

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S 1)
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

- Menimbang : 1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.
2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;
5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri;
6. Keputusan Menteri Agama RI No. 232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Menunjuk sdr. : 1. Dra. Hj. Dalinur M. Nur, MM NIP : 19570412 198603 2 003
2. Ariang Walian, MA. Hum NIP : -

Dosen Fakultas Dakwah UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : LUTHFIYAH AYU LESTARI
NIM/Jurusan : 13 53 0038 / Jurnalistik
Semester/Tahun : GENAP / 2016 - 2017
Judul Skripsi : Strategi Radio El - John dalam Mempromosikan Pariwisata di Kota Palembang.

- Kedua : Berdasarkan masa studi tanggal 10 bulan Mei Tahun 2018.
Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan dan akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

DITETAPKAN DI PALEMBANG
PADA TANGGAL 10 - 05 - 2017
AN. REKTOR UIN RADEN FATAH PALEMBANG
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI,



TEMBUSAN :

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang ;
2. Ketua Jurusan KPI/BPI / Jurnalistik Fakultas Dakwah UIN - RF Palembang ;
3. Mahasiswa yang bersangkutan.



Palembang, 16 Agustus 2016

No : 0080/HRD-EJFM/PLM/VIII/2016
Perihal : SURAT TANGGAPAN PERMOHONAN PRAKERIN

Kepada Yth,
Dr. Kusnadi, MA
Dekan Universitas Islam Negeri (UIN)
Raden Fatah Palembang

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan Surat dengan Nomor : B.1094/Un.09/V.1/PP.00.9/08/2016 perihal : Praktek Profesi Mahasiswi yang akan dilaksanakan selama 1 bulan terhitung mulai 10 Agustus s/d 09 September 2016.

Dengan ini Managemen Radio El John Palembang memberitahukan **MENERIMA MAHASISWA** untuk melaksanakan Praktek Kerja yang namanya tercantum di dalam surat yang tersebut di atas. Dalam pelaksanaannya setiap mahasiswi yang mengikuti Prakerin harus mengikuti semua aturan yang berlaku di Radio El John Palembang.

Demikianlah atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat saya


Salmah
HRD



Office & Studio :

Jl. Jenderal Sudirman No. 75 Palembang 30126. Telp (0711) 378 555 / 311 743 Studio (0711) 317 555 Fax. (0711) 322 000
e-mail : eljohn_fm@yahoo.com, twitter : @eljohnfm959, facebook : eljohnfm959@yahoo.co.id, Pin BB : 290D26D0

Jakarta Marketing Representative :

APL Office Tower, 16th Floor Suite 6, Jl. Letjen S. Parman Kav.28, Jakarta Barat 11470, Telp (021) 5824 888 Fax (021) 5825 558



DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Luthfiyyah Ayu Lestari
 Nim : 13530038
 Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
 Jurusan : Jurnalistik
 Judul Skripsi : Strategi Radio El John dalam Mempromosikan Pariwisata di Kota Palembang
 Pembimbing I : Dra. Dalinur, M. Nur

No	Hari/Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
1	9-5-2017	Ace proposal	y.
2	20-5-2017	visi & misi ?	y.
3	7-6-2017	out line menyusun BAB II perbaikan	y.
4	8-6-2017	BAB III perbaikan pekerjaan	y.
5	9-8-2017	ABST ^r lemilih di bung. BAB II tambah narasi perbaikan Tabel + man suber. anda Bab, sure ya sya himpun kapitel BAB III Tabel di perbag. BAB IV Ace	y.
6	24-8-2017	Ace seluruh BAB daftar munggal	y.

DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Luthfiyyah Ayu Lestari
 Nim : 13530038
 Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
 Jurusan : Jurnalistik
 Judul Skripsi : Strategi Radio El John dalam Mempromosikan Pariwisata di Kota Palembang
 Pembimbing II : Anang Walian, MA.Hum

No	Hari/Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
1.	5-5-2017	Acc proposal.	Fur
2.	22-5-2017	Perbaiki landasan teori.	Fur
3.	30-5-2017	Perbaiki / tambahkan urgensi promosi.	Fur
4.	13-6-2017	- Narasi bab <u>III</u>	Fur
5.	19-6-2017	- Perbaiki bab <u>III</u>	Fur
6.	8-8-2017	Acc bab <u>I-IV</u>	Fur
7.	22-8-2017	Revisi bab <u>IV & V</u>	Fur
8.	24-8-2017	Acc bab <u>I-V</u>	Fur



KEMENTERIAN AGAMA

Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang
Fakultas Dakwah & Komunikasi (FDK)

SERTIFIKAT

No. : In.03.V.I/PP.001/430/2014
DENGAN INI MENYATAKAN BAHWA :

Nama : **LUTHFIYAH ABU LESTARI**

NIM : **13520038**

Fakultas / Jurusan : **DAKWAH DAN KOMUNIKASI /
JURNALISTIK**

Telah mengikuti program pembinaan Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) yang di selenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) dan telah TULUS sesuai dengan syarat - syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan. Sertifikat ini dapat dipergunakan untuk mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) dan Munqasyah berdasarkan SK Rektor Nomor : In.03/I.1/KP.07.6/266/2012.

Mengetahui,
Rektor UIN Raden Fatah

Prof. Dr. H. Afatun Muchtar, M.A.,
NIP. 19520601 198513 1 002

Palembang, 16 Februari 2015
Dekan,


Prof. Dr. Kusnadi, M.A.,
NIP. 19710918 200003 1 002





Pusat Teknologi Informasi dan Pangkalan Data
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
Jl. Prof. K.H. ZAINAL ABIDIN FIKRY KM 3,5 PALEMBANG 30126 TELP. 0711-354668 FAX. 0711-356209



SERTIFIKAT

Nomor : In.03 / 10.1 / Kp.01 / 030 / 2015

Diberikan kepada :

LUTHFIYAH AYU LESTARI

NIM : 13530038

Telah dinyatakan **LULUS** dalam mengikuti Pendidikan dan Pelatihan Keahlian Komputer yang diselenggarakan oleh PUSTIPD UIN Raden Fatah pada Semester I dan Semester II Tahun Akademik 2013 - 2014

Transkrip Nilai :

Program Aplikasi	Nilai	Nilai Akumulasi
Microsoft Word 2007	B	B
Microsoft Excel 2007	B	

Palembang, 06 April 2015
Kepala Unit,

Sanuddin, M. Kom
NIP. 19750522 201101 1 001





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Dengan Nama Allah SWT

KULIAH KERJA NYATA (KKN) ANGKATAN 67 TAHUN 2017
TEMATIK POSDAYA BERBASIS ABCD

Sertifikat

No : B-101 / Un.09/8.0/PP.00/4/2017

Diberikan kepada :

Luthfygah Ayu Testari

Tempat / Tgl. Lahir : Palembang, 03 Desember 1994

NIM : 13530038.0

Fak / Prodi : Dakwah & Komunikasi / Jurnalistik

Telah Melaksanakan Program Kuliah Kerja Nyata (KKN)

Tematik Posdaya Berbasis ABCD Angkatan 67

Dari Tanggal 7 Februari s/d 23 Maret 2017 di :

Desa : Tanah Lembak
Kecamatan : Rambutan
Kabupaten : Banyuasin
Provinsi : Sumatera Selatan
Lulus dengan nilai : A

Kepadanya Diberikan Hak Sesuai Dengan Peraturan Yang Berlaku



Palembang, 21 April 2017
Ketua
Dr. Syefriyeni, M.Ag
NIP. 19720901 199703 2 003

PEDOMAN WAWANCARA

NO	PERTANYAAN	INFORMAN
1	Apakah <i>Manager Affair</i> menjadi komunikator Radio El John ?	<i>Manager Affair, Account Executive</i>
2	Apakah program <i>3 in 1</i> “Good Morning El John” dan bagaimana pelaksanaannya ?	<i>Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>
3	Apakah program <i>Lifestyle Inspiration</i> dan bagaimana pelaksanaannya ?	<i>Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>
4	Apakah program <i>Bussiness Time</i> (dengan 3 sesi/jam) dan bagaimana pelaksanaannya ?	<i>Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>
5	Apakah program <i>Tourism Channel</i> – sesi <i>Rest and Relax</i> dan bagaimana pelaksanaannya ?	<i>Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>
6	Apakah program <i>Tourism Channel</i> – sesi El John <i>Request Line</i> dan bagaimana pelaksanaannya ?	<i>Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>
7	Bagaimana media <i>Website</i> El John dalam mempromosikan program “Pariwisata” ?	<i>Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>
8	Bagaimana media sosial El John dalam mempromosikan program “Pariwisata” ?	<i>Account Executive, Radio Producer, Announcer. Mahasiswa.</i>
9	Bagaimana <i>Live Streaming</i> El John dalam mempromosikan program “Pariwisata” ?	<i>Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>
10	Bagaimana <i>Jinggel</i> El John dalam mempromosikan program “Pariwisata” ?	<i>Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>
11	Siapa pendengar El John dalam segmentasi pendengar usi dari 25-50 tahun ?	<i>Manager Affair, Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>

12	Bagaimana langkah El John dalam meningkatkan minat pendengar ?	<i>Manager Affair, Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>
13	Bagaimana langkah El John dalam meningkatkan kepercayaan pendengar terhadapnya ?	<i>Manager Affair, Account Executive, Radio Producer, Announcer, Mahasiswa.</i>
14	Apakah faktor pendukung El John meliputi Sumber Daya Manusia (SDM) dan Fasilitas Perusahaan ?	<i>Manager Affair, Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>
15	Apakah Faktor Penghambat El John Meliputi Inovasi Program dan Pengetahuan Masyarakat Kurang terhadap El John ?	<i>Manager Affair, Account Executive, Radio Producer, Announcer.</i>

Daftar Riwayat Hidup



Data Pribadi

Nama : Luthfiyyah Ayu Lestari
 Alamat : Jl. Mataram 1 No. 428 Rt/Rw: 08/02
 Kel. Kemas Rindo Kec. Kertapati,
 Palembang
 Jenis Kelamin : Perempuan
 TTL : Palembang, 03 Desember 1994
 Agama : Islam
 Status : Belum Menikah
 Warga Negara : Indonesia
 No. Hp : 0813-7388-6996
 Email : luthfiyyah.ayu@yahoo.com

Riwayat Pendidikan dan Pelatihan Jenjang Pendidikan

Periode			Sekolah	Jurusan
2001	-	2007	SDN 228 Palembang	-
2007	-	2010	SMPN 12 Palembang	-
2010	-	2013	SMAN 9 Palembang	IPA

1. 2013 – Seminar Motivasi , “Lejitkan Kreasi Menggapai Potensi” with Ustad. Muhammad Sajirun.
2. 2013 – Seminar Motivasi, “Trik Sukses Kuliah dan Berorganisasi di Perguruan Tinggi”.
3. 2013 – Seminar Kebangsaan, PEMUDA & KEBANGSAAN “Reaktualisasi Peran Strategis Pemuda dalam Proses Pembangunan Bangsa”.
4. 2013 - *TRY OUT & SEMINAR MOTIVASI UKMK LIT BANG.*
5. 2015 – SEMINAR NASIONAL JURNALISME INVESTIGASI (Membongkar Kasus Korupsi Indonesia).
6. 2015 - *Palcomtech Speak out (English for Family) On October has satisfactorily completed.*
7. 2016 - Silaturahmi Akbar dan Dialog Interaktif bersama Kepala BNN KOMJEN POL BUDI WASESO.
8. 2016 - Praktek Kerja Lapangan di Radio Smart 101,8 FM.
9. 2016 - *Palcomtech Speak out (English for Society) On July has satisfactorily completed.*
10. 2016 - Praktek Kerja Lapangan di Radio El John 95,9 FM.

