

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI RADIO TELSTAR MAKASSAR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Irnawati¹, Endar² Muhammad Ikhwan Amar³ Reski Awalia Nengsi⁴

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

¹Email: irnawati.irnawati@uin-alauddin.ac.id

²Email: muhammadendarhidayat@gmail.com

³Email: muhammadikhwanamar09@gmail.com

⁴Email: rezkycendy01@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana analisis strategi komunikasi radio telstar makassar melalui media social Instagram di era digital ini Adapun metode yang di pilih ialah metode kualitatif. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini dilakukan dalam kurung asi radio telstar makassar melalui media social Instagram membuat atau memanfaatkan fitur-fitur kretaif Instagram agar memperkuat audience dengan pendegar di Instagram. Upaya yang dilakukan radio telstar sangat berpengaruh untuk meningkatkan eksistensinya sehingga saat ini masih bisa bertahan sampai saat ini waktu 1 bulan dan memiliki 2 narasumber, yang berlokasi di studio radio telstar makassar yang berada di jln. Ali malaka. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa analisis strategi komunikasi

Kata Kunci: Analisis, strategi, Instagram, Indstri media, Radio Telstar Makssar

Latar Belakang

Komunikasi bisa diartikan sebagai proses penyampain pesan oleh komunikator terhadap komunikan baik seacara langsung ataupun secara tidak langsung dengan harapan akan mendapatkan feedback atau umpan balik serta tujuan dan keinginan pelakunya. Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang disampaikan itu ialah pikiran atau perasaan seseorang untuk ke orang lain dengan memakai bahasa sebagai alat penyalurnya. Dengan proses komunikasi seseorang akan dapat mengenal, memahami, dan menerima suatu sama lain. Artinya dengan komunikasi kita dapat mengetahui, membangun relasi dengan orang lain, tidak terkecuali dengan seorang penyiar radio (Ramadhan, 2021:43).

Seorang penyiar radio selalu berinteraksi dengan pendengar, tentunya penyiar membutuhkan komunikasi yang efektif untuk membangun kenyamanan pendengar. Penyiar merupakan seseorang yang memandu acara di radio siaran. Seorang penyiar harus memiliki cara berbicara yang menarik dan juga baik. Karena pendegar radio akan tertarik dengan program siaran radio jika seorang penyiar yang membawakan program siaran memiliki gaya komunikasi yang unik dan menarik sehingga membuat pendengar nyaman.

Kenyamanan pendengar merupakan prioritas utama dari seorang penyiar, karena saat pendengar merasa nyaman dan tertarik, tentu pesan yang disampaikan penyiar akan mendapatkan *feedback* dari pendengarnya. Seperti yang kita ketahui fungsi radio salah satunya ialah sebagai penyampai informasi kepada khalayak.

Radio sebagai media komunikasi memiliki peranan sebagai berikut. Pertama, memberikan sebuah informasi. Informasi merupakan segala sesuatu yang fungsinya dapat memberitahukan kepada khalayak, baik itu ekonomi, politik, budaya, dan kebiasaan masyarakat. Kedua, hiburan. Radio juga memiliki peranann sebagai media hiburan memalui program yang ada, 2 seperti musik dan juga kebudayaan. Ketiga, edukasi. Radio dapat mengedukasi melalui informasi yang memberikan pengetahuan kepada pendengarnya. Ditengah semakin pesatnya perkembangan media komunikasi, radio semakin lama semakin mulai terlupakan dan bahkan sudah sangat jauh tertinggal dengan kemajuan teknologi komunikasi. Oleh karena itu sudah semestinya radio siaran juga melakukan suatu inovasi-inovasi baru yang dapat menarik perhatian para pendengarnya agar radio siaran tetap eksis di kalangan masyarakat.

Radio siaran tentunya harus memiliki suatu strategi yang menarik dan juga program-program yang sesuai untuk pendengar akan menambah nilai lebih yang dapat menarik perhatian masyarakat. Dengan semakin berkembangnya segmentasi radio siaran, tentunya akan menimbulkan sebuah persaingan dalam penyiaran, baik itu radio swasta ataupun radio milik negara. Saat ini banyak kompetitor yang menjadi kendala bagi Radio Telstar Makassar, apalagi masyarakat sekarang ini bukan hanya radio saja yang dijadikan sebagai media komunikasi. Masyarakat saat ini sudah membagi porsi untuk penggunaan media massa, seperti televisi, media online, majalah dan lain sebagainya.

Radio Telstar Makassar berupaya untuk meningkatkan kualitas program siaran demi menarik minat pendengar dengan mengembangkan ide-ide kreatifnya dengan berupa beberapa program yang dimiliki. Program 1 yang merupakan pusat siaran di pagi hari untuk keluarga, Program 2 sebagai pusat siaran kreatifitas anak muda khususnya pecinta K-Pop, program 3 Pusat siaran untuk Simfoni Keluarga, dan program 4 sebagai Pusat siaran music bagi pecinta music. Pembagian kedalam beberapa program ini dimaksudkan agar Radio Telstar Makassar bisa menjangkau seluruh golongan masyarakat khususnya Keluarga. Dengan kelebihan dari beberapa program yang dimiliki oleh Radio Telstar Makassar membuat radio ini memiliki daya tarik tersendiri bagi para pendengarnya. Radio Telstar Makassar juga memiliki daya tarik yang tinggi sebagai media non visual, karena dengan pembawaan pada program siarannya dapat membuka pikiran pendengar. Contohnya Radio Telstar Makassar 3 memiliki program yang membuat audience semakin dekat dengan radio yakni lebih lagi jika pendengar ikut terlibat dalam dialog interaktif. RRI Radio Telstar Makassar bukanlah media penyiaran tanpa kompetitor, karena ada banyak sekali kompetitor seperti radio swasta (Radio Sonora 90.40 FM, FeMale Radio 88.00 FM, Prambors Radio 97.50 FM, dan lain-lain) dan juga televisi. Kehadiran kompetitor tentu akan menimbulkan persaingan yang harus membuat Radio Telstar Makassar melakukan inovasi baru dengan mengikuti tren perkembangan media baru. Sebenarnya Radio Telstar

Makassar sudah terbilang lebih unggul dibandingkan dengan media penyiaran lainnya.

Program yang disiarkan Radio Telstar Makassar mencakup seluruh lapisan masyarakat, yang meliputi siaran pendidikan, informasi, musik dan juga hiburan. Persoalannya tinggal bagaimana pihak Radio Telstar Makassar dalam mengelola perusahaan agar terus mengudara, membangun serta mengembangkan eksistensinya. Terutama bagaimana penyiar Radio Telstar Makassar dalam membawakan program siaran. Karena penyiar merupakan ujung tombak bagi radio siaran. Tentu seorang penyiar memiliki strateginya masing-masing dalam membawakan program siaran, karena seorang penyiar radio memiliki ciri khasnya masing-masing. Dengan program-program yang berbeda yang dimiliki Radio Telstar Makassar tentu memiliki strategi yang berbeda pula dalam implementasinya. Dengan penyiaran yang khas, diharapkan Radio Telstar Makassar untuk selalu mendapatkan tempat di masyarakat.

Ketertarikan peneliti dengan penelitian ini karena hadirnya media dihadapi pihak RRI Medan Radio Telstar Makassar untuk menyesuaikan dengan kemajuan media teknologi komunikasi.

Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang menggambarkan suatu fenomena yang terjadi saat ini. Penelitian ini akan mendeskripsikan gambaran mengenai “Analisis Strategi Komunikasi Radio Telstar Makassar Melalui Media Sosial Instagram” dengan demikian, penelitian deskriptif kualitatif dianggap sangat relevan dengan penelitian ini.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurun waktu 1 bulan tepatnya dibulan November- Desember 2023. Lokasi penelitian ini dilakukan di studio Radio Telstar Makassar yang berada di jl. Ali

Malaka No.26, Maloku, Kec Ujung Pandang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

3. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data dari penelitian ini adalah:

a. Sumber Data Primer

Data Primer adalah data penelitian yang didapatkan dari hasil wawancara atau observasi langsung di lapangan. Sumber data primer adalah data yang peneliti peroleh dari sumbernya langsung melalui informan dan tanpa adanya perantara.

b. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh dari catatan lapangan atau dokumentasi foto melalui perantara media cetak dan media online. Sumber data sekunder adalah sumber data tidak langsung yang dapat menghasilkan informasi tambahan dan memperkuat data penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi ialah metode yang digunakan untuk meneliti objek. Peneliti akan melakukan observasi dengan menggunakan Analisis Strategi Komunikasi Radio Telstar Makassar Melalui Media Sosial Instagram dan terjun langsung ke lapangan dengan mengumpulkan data yang didapat di sumber data.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan antar dua orang atau lebih dimana mereka akan saling bertukar informasi dan ide dengan melalui Teknik tanya jawab, agar menghasilkan data yang akurat tentang suatu topik tertentu. Dengan melakukan wawancara peneliti dapat mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang bebas tanpa menyudutkan. Peneliti dapat menggunakan metode wawancara ini untuk memperoleh

informasi mengenai Instagram (Nurul Qalby *et al*, 2022:30).

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah kumpulan suatu catatan peristiwa yang berbentuk foto, gambar atau rekaman lainnya (Dini, 2022:43).

Hasil dan Pembahasan

Radio Telstar FM merupakan salah satu stasiun penyiaran radio swasta yang berlokasi di Makassar, Sulawesi Selatan dan telah mengudara sejak awal tahun 1970- an dengan segmentasi keluarga. Radio Telstar bisa dikatakan berhasil dalam mempertahankan segmentasinya dan juga pendengarnya (Nurhikmah, 2019:8).

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat era Radio semakin menurun, dengan ini media industri berusaha untuk tetap eksis di era digital menggunakan strategi memanfaatkan media social terkhusus di Instagram. Dengan adanya media social era radio tetap eksis di lapisan masyarakat terkhususnya keluarga. Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan selama kurun waktu 1 bulan dengan menggunakan metode pengumpulan data observasi dan wawancara langsung bersama informan yang dituju, dalam hal ini bapak Azwar Hamid Sahamony selaku kepala produksi radio telstar makassar. Berikut hasil yang telah diperoleh peneliti:

1. Bagaimana upaya Radio Telstar Makassar dalam membangun loyalitas pendengar melalui media social Instagram?

Radio telstar merupakan radio yang berfokus pada keluarga. Sebagian pendengarnya ialah keluarga dengan umur 17-35 tahunan. Upaya yang digunakan Radio Telstar Makassar ialah media Instagram. Semua produksi akan di infokan melalui Instagram karena semua orang mempunyai media tersebut.

Jika social media tidak sinkron dengan media sosial, radio akan mati. Radio telstar makassar hanya berfokus pada instrument dengan menerapkan segmentasi.

Radio telstar juga memanfaatkan berbagai fitur-fitur kreatif di Instagram seperti Instagram stories, Instagram tv dan reels. Ini menjadikan para pendengar mendapatkan informasi lebih cepat dan actual. Radio telstar kini lebih juga aktif di berbagai strategi dengan memakai promosi, pertanyaan-pertanyaan di Instagram stories untuk memastikan interaksi yang positif dan *responsive*.

2. Bagaimana persepsi pendengar terhadap konten yang disajikan oleh radio telstar makassar melalui akun Instagram?

Pendengar adalah pengguna jasa dari media massa seperti pendengar radio dan atau penonton televisi. Terdapat 4 karakter pendengar yaitu:

- a. *Heterogen*, merupakan suatu masyarakat social yang berasal dari berbagai lapisan social, pendidikan , serta aneka budaya dan agama
- b. *Anonim*, tidak kenal satu sama lain, baik antara komunikator dengan audience maupun diantara audience sendiri
- c. *Unbound each other*, tidak terikat satu sama lain, baik antar individu dalam audience maupun antara komunikator dengan audience, sehingga sulit digerakan untuk suatu tujuan tertentu seperti pada crowd (kerumunan).
- d. *Isolated from another*, tertutup satu sama lain sehingga mereka seperti atom-atom yang terpisah namun tetap merupakan suatu kesatuan, yaitu samasama pengguna media massa.

Secara garis besar audience dibedakan dalam 2 tipe, yaitu *general public audience* dan *specialized audience*. *General public audience* merupakan khalayak yang sangat luas, heterogen dan anonim secara lengkap. Contoh kongkritnya adalah pemirsa televisi dan pendengar radio.

Sedangkan *specialized audience* dibentuk dari beberapa macam

kepentingan bersama antar anggotanya sehingga lebih homogen (paling tidak dalam satu aspek tertentu. Contoh kongkrit yang dapat diberikan adalah pemirsa program kecantikan dan penampilan (Thomas Andesta, 2009:11).

Saat ini radio di era digital mengalami keeksisan dikarenakan adanya strategi peningkatan melalui media social, sehingga pada saat saya melakukan penelitian lapangan salah seorang narasumber mengatakan bahwa “*saat ini ada beberapa program yang saya sukai di radio telstar yakni program Pesona K-pop, saya mengetahui program ini melalui social media instagram yang di share di insta story teman saya. Disitulah saya sering mendengar radio telstar makassar lewat Instagram*”

KESIMPULAN

1. Dalam mempertahankan keeksistensian radio di era digital, radio telstar makassar memilih strategi dengan memanfaatkan social media Instagram sebagai media penyebar informasi yang akurat dan cepat.
2. Platform social media Instagram sangat berpengaruh bagi lapisan masyarakat dikarenakan jangkauan radio sangat mudah di dapat, apalagi generasi z sekarang yang suka kemudahan. Beberapa pendegarpun mengetahui radio telstar makassar melalui story Instagram yang di bagikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ramadhan Mahendra, 2021. *Strategi Komunikasi Penyia Radio Republik Indonesia Medan Dalam Menarik Minat Pendengar* Skripsi Komunikasi
- Nurul Qalby, 2022. *Startegi Promosi Radio Prambors Makassar Dalam Mempertahankan Segmentasi Iklan di Era Digital* jurnal Komunikasi



ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI RADIO TELSTAR MAKASSAR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Nurhikmah Ramadhani Syam, 2019.
*Strategi Manajemen Radio Telstar
Dalam Mempertahankan Pesona K-
pop*, Skripsi Komunikasi,

Thomas Andesta, 2009. *Profil Pendengar
Program Acara Apresiasi Musik di
Radio GERONIMO 106.1 FM dan
Program Acara Ichigo di Radio
Swaragama 101.7 FM* jurnal
komunikasi