



**STRATEGI PEMROGRAMAN RADIO ELJHON BATURAJA DALAM MENARIK
PENDENGAR MELALUI PROGRAM SHARING**

***EVENTS IN RADIO PROGRAMING STRATEGY ELJOHN BATURAJA TO INCREASE
INTEREST HEARING***

Indah Pratiwi¹, Umi Rahmawati², Darwadi MS³

¹Universitas Baturaja

Jl. Ki Ratu Penghulu No.2301 Karang Sari, Baturaja, Indonesia

^{2,3}Universitas Baturaja

Jl. Ki Ratu Penghulu No.2301 Karang Sari, Baturaja, Indonesia

¹indahbta11@gmail.com; ²umir1964@gmail.com; ³darwadims@unbara.ac.id

Diterima tgl. Direvisi tgl. Disetujui tgl.

ABSTRACT

The Challenges faced by competing companies to conduct them are always trying to get the best way to capture and mantain market share. Seize and maintain market share in competition conditions hypercompetitive companies should be to apply the appropriate programming setrategi to create products that comply with the wishes and needs of consumers. The problem of this research is how the show at Radio programming strategy Eljohn Baturaja to increase their appetite. The purpose of this study to find out the event at Radio programming strategy Eljohn Baturaja to increase their appetite. This research is a descriptive qualitative research. Where the research is done in Radio Eljohn Baturaja. Data collection techniques to know the results of this research through in-depth interviews. The theory of this research is the theory of information seeking. Where this theory explains the search, sensing and information processing, called the roots of social psychology research about the suitability attitude. One of the main assumption is that people tend to avoid information that is incosistent with its image of reality because the information could be harmful. Where this strategy is done by seeking information from the listeners to obtain information about the needs of the audience. The process starts from the theory of (1) initiation, (2) selection, (3) collection, (4) the persentation. This is precisely what Eljohn Radio Baturaja so any events that are broadcast by Radio Eljohn be well received by the audince. Radio Eljohn expected to cempete with existing radio stations in Baturaja.

Keywords: Strategy, Programming, Interest Listener

ABSTRAK

Tantangan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersaing diantaranya adalah selalu berusaha mendapatkan cara terbaik untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasar. Merebut dan mempertahankan pangsa pasar dalam kondisi persaingan yang kompetitif seperti saat ini perusahaan harus dapat menerapkan strategi pemrograman yang tepat untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pemrograman acara di Radio Eljohn Baturaja untuk meningkatkan minat pendengar melalui program sharing. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi radio eljohn baturaja dalam menarik minat pendengar. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Tempat penelitian ini di lakukan di Radio Eljohn Baturaja. Teknik pengumpulan data untuk mengetahui hasil penelitian ini melalui wawancara secara mendalam. Teori penelitian ini yaitu teori information seeking. Dimana teori ini menjelaskan pencarian, pengindraan dan pemrosesan informasi, disebut memiliki akar dari penelitian psikologi sosial tentang kesesuaian sikap. Salah satu asumsi utamanya adalah bahwa orang cenderung untuk menghindari informasi yang tidak sesuai dengan *image of realiti*-nya karena informasi itu bisa saja membahayakan. Dimana strategi ini dilakukan dengan cara mencari informasi dari para pendengar untuk





memperoleh informasi tentang kebutuhan para audien. Adapun proses teori ini dimulai dari (1) inisiasi, (2) seleksi, (3) koleksi, (4) presentasi. Hal inilah yang dilakukan Radio Eljohn Baturaja sehingga setiap acara-acara yang disiarkan oleh Radio Eljohn bisa diterima dengan baik oleh para audien. Diharapkan Radio Eljohn mampu bersaing dengan radio-radio yang ada di baturaja.

Kata Kunci: Strategi , Pemrograman , Minat Pendengar

1. PENDAHULUAN

Perkembangan yang terjadi di dunia termasuk indonesia menunjukkan bahwa sejalan dengan pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologi komunikasi, media massa telah tumbuh menjadi industri yang cukup vital dalam suatu negara. Dalam Effendy, (2008:50) mengemukakan bahwa “komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampaian pesan”. Media memiliki peranan yang sangat penting yang signifikan dalam mensosialisasikan berbagai informasi yang berupa informasi pengetahuan, pemograman dan lain sebagainya. Media mampu mengungkap isu-isu baru yang mampu menjadi perhatian banyak pihak, misalnya mengenai pemanasan global, kerusakan lingkungan, pemograman acara radio maupun informasi-informasi lainnya.

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio TV (Cangara,2002:65). Media menampilkan diri sendiri dengan peranan yang diharapkan, dinamika masyarakat akan terbentuk. Media adalah pesan (Effendy, 2000:69), media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media penyiaran merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang memengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Oleh Karena itu, seperti politik atau ekonomi, media massa khususnya media penyiaran merupakan suatu system tersendiri yang merupakan bagian dari system kemasyarakatan yang lebih luas (Rahardjo, 2002:51). Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi, dan rekreasi, atau istilah lain penerangan, pendidikan, hiburan. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap pendapat dan perilaku komunikasi. Oleh karena itu, radio memegang peranan penting dalam menumbuhkan dan membina sikap mental masyarakat. Dalam melakukan pemograman tentu terdapat efektivitas program yang sangat mempengaruhi suatu program tersebut. Selain itu efektivitas program bisa diukur dengan mengetahui proses yang dilakukan oleh *audience* pada ketiga pertanyaan, yakni *brand, communicator* dan *exsecution*.

Agar konsumen mengetahui informasi program atau jasa yang dilakukan dan dapat bermanfaat untuk konsumen bertambahnya persaingan bisnis pada era globalisasi saat ini makin dinamis dan kompleks, adanya persaingan ini tidak hanya menimbulkan peluang tetapi juga menimbulkan tantangan. Tantangan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersaing diantaranya adalah selalu berusaha mendapatkan cara terbaik untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasar. Merebut dan mempertahankan pangsa pasar dalam kondisi persaingan yang kompetitif seperti saat ini perusahaan harus dapat menerapkan strategi pemograman yang tepat untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Selanjutnya perusahaan baru bisa mengkomunikasikan





produknya kepada calon konsumen atau para sasarannya, karena bagaimanapun bagusnya suatu produk kalau konsumen tidak mengetahui keberadaannya di pasar maka konsumen tidak akan menghargai atau berminat terhadap produk tersebut. Oleh karena itu diperlukan proses penyampaian informasi dengan model penyusunan pesan jelas dan biasa menarik perhatian agar kemudian calon konsumen biasa berlanjut pada kondisi berikutnya yaitu kondisi minat. Pada taraf tertentu kondisi minat ini di tindak lanjuti dengan proses pencarian informasi lebih lanjut dan upaya mencoba.

Bila informasi yang diterima dan hasil mencobanya sesuai dengan yang di butuhkan maka akan terjadi komunikasi dan melakukan pengulangan. Dengan menggunakan berbagai kreativitas tenaga yang profesional dan dibuat semenarik mungkin dapat menarik minat konsumen. Dengan menggunakan strategi pemograman membuat yang dianggap efektif menjadi yang lebih menarik. pengelola media penyiaran. Radio sebagai industri penyiaran membutuhkan kreatifitas dan keahlian untuk memenangkan persaingan (Nasution, 2016). Seperti kita ketehaui bahwa era canggih seperti ini yang teknologi semakin maju sehingga memudahkan kita untuk mendapatkan semua informasi dengan cepat pada dasarnya, manusia membutuhkan hiburan, dan salah satu hiburan itu adalah radio. Namun radio Eljhon berbeda, karena tidak hanya hiburan semata yang ditampilkan tapi juga pesan-pesan bermanfaat disetiap acara-acaranya. musik di radio Eljhon masuk ke semua kalangan, seperti lagu pop, dangdut, gold memories, lagu daerah. Dengan menggunakan berbagai kreatifitas tenaga yang profesional dan dibuat semenarik mungkin dapat menarik minat konsumen. Dengan menggunakan strategi komunikasi membuat yang dianggap efektif menjadikan yang lebih menarik.

Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) mempunyai media komunikasi milik swasta yang dapat di pergunakan untuk menyebarkan informasi maupun penawaran program salah satunya yaitu radio Eljhon 89,7 FM Baturaja yang dapat dipergunakan untuk menyebarkan baik itu masyarakat maupun pemograman itu sendiri. Informasi yang di kemas berbentuk program layanan masyarakat, pemograman yang di mana program tersebut merupakan salah satu informasi yang cukup membantu masyarakat atau dikalangan anak remaja kota baturaja menggunakan strategi komunikasi dan acara program yang cukup baik untuk mendapat pendengar yang lebih baik lagi. Radio Eljhon pun tidak mengganti visi misinya sebagai radio informasi yang cerdas dan bijak. meski kini banyak radio lain bermunculan dan lebih banyak menawarkan hiburan saja. Radio eljhon lebih mempertahankan ideologi dan prinsip awal saat pertama kalinya mengudara, yaitu radio pariwisata, tourism, bisnis dan internet. Radio eljhon pun harus mempunyai strategi yang baik untuk meningkatkan eksistensinya dikalangan pendengar sebagai radio yang bagus ditengah banyaknya radio-radio swasta yang lainnya.

Radio eljohn pun setiap harinya harus memikirkan program-program apa saja yang dapat menarik perhatian pendengar dan tidak ditinggalkan oleh pendengarnya. Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah diciptakan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan itu tidak lepas dari strategi.

Dengan semakin majunya teknologi informasi sekarang ini tentulah radio eljhon perlu memiliki strategi komunikasi untuk meningkatkan eksistensinya dikalangan para pendengarnya.

Jadi pertama-tama haruslah diperhatikan bahwa komunikasi itu memahami pesan-pesan komunikasi, karena tidak mungkin memahami sesuatu tanpa terlebih dahulu adanya kesamaan makna (*Communis*). Jika komunikasi memahami dapat diartikan menerimanya, maka menerimanya itu perlu dibina selanjutnya komunikasi dimotivasi untuk melakukan sesuatu kegiatan. Uraian tersebut jelas, bahwa pada hakekatnya komunikasi itu adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain, baik berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Lasswel menerangkan bahwa cara terbaik untuk menerangkan komunikasi ialah menjawab pertanyaan siapa? Mengatakan apa?





Dengan saluran apa? Kepada siapa? Dengan akibat atau hasil apa? *Who? Says? Wath? Inwith chanel? To whon? With what effect?* (Effendy,2000:21).

Tabel 2.1

Model Laswel

No.	Pertanyaan	Jawab
1	Siapa (<i>who</i>)?	Komunikasi orang yang menyampaikan pesan
2	Mengatakan apa (<i>What says</i>)	Pesan: pernyataan yang didukung oleh lambing
3	Melalui saluran apa (<i>In Which Channel</i>)	Media: Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
4	Kepada Siapa (<i>To Who</i>)?	Komunikasi: orang yang menerima pesan
5	Dengan Efek apa (<i>With What Effect</i>)?	Efek: dampak sebagai pesan

Sumber : Effendy, 2000:253

Dapat disimpulkan bahwa banyak definisi mengenai komunikasi baik yang bersifat khas, mencerminkan paradikma atau perspektif yang digunakan ahli-ahli komunikasi, yang mengasumsikan bahwa komunikasi sebagai suatu proses yang linier atau proses sebab akibat, yang mencerminkan pengiriman pesan atau yang biasa disebut komunikator/sumber (yang aktif) untuk mengubah pengetahuan, sikap atau perilaku komunikasi / penerima pesan (atau yang dalam wacana komunikasi indonesia sering disebut komunikasi) yang pasif.

Unsur-Unsur Komunikasi

Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 bagian yaitu :

- 1) Komunikasi verbal
- 2) Komunikasi Non verbal

Pengertian Strategi, Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan (ideologi, politik, ekonomi, sosial-budaya dan hankam) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan itu, strategi tidak berfungsi hanya sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan dalam perkembangannya konsep mengenai strategi terus berkembang. Menurut porter dalam rangkuti strategi adalah suatu alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.

Pengertian Radio, Radio adalah transmisi sinyal melalui ruang bebas oleh modulasi gelombang elektromagnetik dengan frekwensi di bawah cahaya tampak orang-orang dari. Radiasi elektromagnetik perjalanan dengan cara osilasi medan elektromagnetik yang melewati udara dan ruang vakum, informasi dibawa oleh perubahan sistematis (modulasi) beberapa properti dari gelombang radiasi, seperti amplitudo, frekwensi, fase, atau lebar pulsa.

Ketika gelombang radio melewati sebuah konduktor listrik, medan osilasi menginduksi arus bolak-balik dalam konduktor. Hal ini dapat dideteksi dan diubah menjadi sinyal suara atau lainnya yang membawa informasi. Etmologi dan radio atau radiotelegraphy mengungkapkan bahwa itu disebut telegrafi nirkabel, yang disingkat menjadi nirkabel di inggris. Radio dalam awalan pengertian transmisi nirkabel, pertama kali tercatat dalam radioconductor kata, deskripsi yang diberikan oleh fisikawan perancis edouard branly pada tahun 1897. Radio adalah teknologi yang digunakan untuk





pengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). Radio juga bisa disebut sebagai media massa, karena memenuhi ciri-ciri komunikasi massa, yakni komunikasi menggunakan media massa yang berlangsung secara satu arah, komunikasinya melembaga, pesan bersifat umum, medianya menimbulkan keserempakan dan komunikasinya secara heterogen (Onong UchjanaEffendy,2009:145).

2. METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode kualitatif deskriptif. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, peranan dan lain-lain secara holistik (Menyeluruh) dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Cangara,2006:6). Maka metode yang dipakai dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode penelitian wawancara mendalam yang mana penelitian dilakukan melalui langkah-langkah pengumpulan data dan pengolahan data, membuat kesimpulan dan laporan dengan tujuan utama untuk membuat penggambaran tentang suatu kejadian secara obyektif (Cangara,2006:15).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui makna dan nilai yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data strategi komunikasi dan pemograman radio eljhon baturaja untuk mendapat pengiklan dan pendengar. Dalam penelitian ini, yang menjadi lokasi penelitian penulis berdasarkan judul penelitian mengenai strategi komunikasi dan program sharing atau talkshow di radio eljhon baturaja untuk meningkatkan pendengar di Radio ELJOHN 89,7FM Baturaja. Radio ELJOHN 89,7FM Baturaja yang beralamat di jalan lintas GOR Baturaja dimana radio ini adalah radio yang selalu memberikan informasi mengenai Baturaja atau di luar baturaja.

Teknik Pengumpulan Data

- 1) Observasi
- 2) Wawancara
- 3) Dokumentasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi media informasi terus berkembang semakin pesat di dunia, khususnya di Indonesia, dan Eljohn 89,7 FM Baturaja salah satunya yang merupakan anak perusahaan dari PT. Eljohn Indonesia. Radio Eljohn FM merupakan radio network yang tersebar di beberapa daerah di Indonesia, salah satunya di Baturaja, Sumatera Selatan radio ini hadir menjawab kebutuhan promosi sebuah badan usaha untuk membantu menyebarluaskan informasi produk/jasa sebuah badan usaha. Dan oleh sebab itu kami memberikan penawaran yang sangat menarik untuk membantu menjawab kebutuhan promosi produk/jasa yang bapak/ibu sedang jalankan saat ini. Berdirilah radio yang diberi nama Eljohn 89,7 FM tergolong media massa yang sangat baik yang ada dikota Baturaja Kabupaten





Ogan Komering Ulu. Radio ini terkesan sangat baik dengan memiliki tenaga kerja yang profesional di bidangnya dan mempunyai acara yang sangat disukai oleh para pendengar. Karena ini merupakan radio yang sangat mampu memberikan sajian hiburan, musik, maupun berita dan informasi yang sangat diperlukan dengan para karyawan yang sangat terampil dalam mengolah kata yang sangat menghibur para pendengar.

PROFIL PENDENGAR

Musik	Pria (60%)
	Wanita (40%)
Pendidikan dan pekerjaan	60%
Usia	Segala usia (anak, remaja dan dewasa)
Pendengar Tumpahan (lainnya)	40%

Dari data status ekonomi sosial profil pendengar radio Eljohn 89,7 FM untuk musik banyak jenis dan genrenya yaitu Indonesia populer, Barat, Mandarin dan Jepang, dangdut. Untuk pria 60% dan untuk wanita 40% dan fokus sasaran pendengar dengan standar pendidikan sarjana, berprofesi sebagai pelaku bisnis dan pekerja kantoran 60% , untuk usia disini segala usia mulai dari anak-anak, remaja, dan dewasa sudah termasuk semua dari data radio Eljohn 89,7 FM tersebut dan untuk pendengar tumpahan atau lainnya 40% . Data-data tersebut sudah jelas dari radio Eljohn 89,7 FM . Oleh sebab itu Eljohn 89,7 FM Baturaja memberikan layanan terbaiknya agar masyarakat dapat setia mendengarkan program yang di sajikan dan membuat siaran yang bermutu sehingga radio Eljohn 89,7 FM dapat menyajikan perubahan dan perkembangan tersebut sebagai acuan untuk mengembangkan program untuk mempertahankan konsumen atau para pendengarnya. Program Sharing : Talkshow Interaktif bersama komunitas-komunitas dengan tema “ *We Care We Share*” . Dalam artian apa yang peduli kita bagikan tentang pengalaman cerita untuk menjadi seorang pengusaha muda atau enterpreneur muda itu seperti apa dan dari program sharing ini lah untuk berbagi dan mengobrol santai contoh talkshow yang sudah dijalankan oleh radio Eljohn 89,7 FM yaitu, talkshow bersama komunitas di Baturaja , talkshow bersama bujang gadis Oku (BGO) 2019, talkshow bersama rektor univ Baturaja dan kepala dinas ketenagakerjaan Oku. Dan ada event off air dari radio Eljohn yaitu Event KDO 2019 (Kontes Dangdut Oku) bersama radio Eljohn Baturaja , Event lomba mewarnai dan fashion show kemerdekaan RI bersama Eljohn radio Baturaja. Dan menjadikan radio yang informatif, mendidik, menghibur, dan ikut berperan serta memajukan seni budaya serta pariwisata. Untuk program-program radio Eljohn 89,7 FM sangatlah menginspirasi dan inspiratif di kalangan pendengarnya inilah yang membuat radio Eljohn 89,7 FM banyak dikenal dan banyak Pendengar. Jadi program sharing ini sangatlah diperlukan oleh para pendengarnya karna memberikan suatu pembelajaran yang sangat memotivasi apa lagi untuk sebuah wirausaha muda bagaimana pengalaman ceritanya serta bagaimana usaha melalui program sharing yang uniknya jadi bisa saling berbagi cerita , Dan radio itu harus mempunyai strategi selain programmer harus kreatif dan kunci dari sebuah perusahaan bisa bertahan atau tidaknya itu adalah dari kreatifitasnya, dari kreatifitas orang-orang dibelakang layar station managernya, announcernya (pembawa acara) dalam menarik pendengar atau





membuat radio sukses dan radio Eljohn 89,7 FM ini radio komersial yang di cari bukan hanya satu selain pendengar radio juga bisa mendapat incam atau pendapatan dari luar , mendatangkan iklan agar radio terkenal itu semua harus menjadi satu kesatuan yang bagus agar menjadi strategi yang bagus juga dan menjadikan radio dikenal banyak orang. Dan semakin meningkat pula untuk radio Eljohn 89,7 FM di program sharing ini dan untuk strateginya sendiri supaya meningkat setiap harinya khusus program sharing programmer atau yang membuat informasi harus bagus dan kreatif materinya juga harus ditentukan dan program sharing juga ada keunggulannya bisa masuk ke anak-anak muda bukan kalangan orang tua saja tapi seluruhnya dan yang mempunyai kretifitas tinggi dan yang punya usaha , organisasi lebih menjurus kesana untuk menarik minat pendengar.

4. PENUTUP

- Radio Eljohn Baturaja Strategi Radio Eljohn 89,7 FM Baturaja dengan menggunakan teori Information seeking yaitu penyiar radio eljohn baturaja turun langsung kelapangan untuk berbicara kepada pendengar agar radio eljohn baturaja dapat memperhatikan minat pendengarnya. Radio Eljohn dalam menyeleksi program-program radio dipilih berdasarkan kebutuhan masyarakat jadi seperti acara berita harus berdasarkan kenyataan dan bukan berita yang dibuat-buat.
- Radio Eljohn dalam mengoleksi acara-acara yang sudah diusulkan oleh programer ataupun penyiar untuk dibahas dalam persentasi untuk memilih acara yang pantas untuk disiarkan. Dalam tahap Persentasi, tahap persentasi sebelum acara di luncurkan terlebih dulu di persentasikan untuk menentukan hari dan jam penyiaran. Dan dalam tahap-tahapan peneliti dapat menyimpulkan radio Eljohn turun langsung ke lapangan dan melibatkan para audien untuk mengetahui kebutuhan audience atau masyarakat yang mendengarkan radio Eljohn dan program-program pun harus dikoleksi terlebih dahulu dengan sangat teliti.

Saran

- Kegiatan pemrograman sebaiknya harus memperhatikan masalah penyusunan program, untuk meningkatkan kualitas program tujuannya dapat meningkatkan minat pendengar, dalam pelaksanaan sebaiknya radio eljohn melakukan pengecekan kembali terhadap data-data yang dikumpulkan untuk mengetahui data yang terkumpul sudah melengkapi atau belum. Dan sebelum pelaksanaan persentasi sebaiknya di pelajari lagi terlebih dahulu agar persentasi berjalan dengan lancar, agar program eljohn selalu banyak diminati oleh pendengarnya itulan perlunya radio Eljohn turun langsung ke lapangan agar program radio itu sendiri memiliki berita atau program yang baik dan bermutu.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih Peneliti sampaikan bagi semua Pihak yang mendukung baik moril dan materil dalam penulisan Jurnal Ilmiah ini, kedepan Kritik dan saran sangat peneliti harapkan guna mendapatkan karya dan tulisan yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA





- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta 2009. *Komunikasi Secara Mendalam*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta 2010. *Komunikasi Suatu Simbolis*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Cut Hanifah Nafandi. 2019. STRATEGI PROGRAMING RADIO ELJHON GREEN 96,7FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi.
- Effendy OU. (2008). *Dinamika Komunikasi*, (1), 90–95.
- Effendy, 2008. *Komunikasi Massa*. PT. Cipta Aditya Bakti. Bandung
- Effendy, Onong Uchajana. 2007. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Cipta Aditya Bakri, Bandung
- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak. *Cakrawala*, 18(2), 171–178.
- Maleong, 2006. *Pengertian Metode Kualitatif*. Aksara, Jakarta
- Nurhasanah Nasution. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Interaksi*, 2(2), 173.
- Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *Ilmu Komunikasi*, 4(1), 239–253. Diambil dari [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/03/Jurnal Fenny Oktavian \(03-02-16-08-53-37\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/03/Jurnal Fenny Oktavian (03-02-16-08-53-37).pdf)
- Rangkuti, 2002. *Strategi Pemograman*, Aksara, Jakarta
- Safa'atun. (2015). Strategi Komunikasi Radio Dais 107 . 9 Fm Semarang Dalam Siaran Streaming. *Strategi Komunikasi Radio DAIS 107.9 FM Semarang Dalam Siaran Streaming*, 71–72. 487–492. Diambil dari <http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>
- Trinoviana, A. (2017). Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 35–50. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss1.art3>
- <https://www.lifesquash.xyz/2018/12/teori-information-seeking.html>

