

EFEKTIFITAS PENYAMPAIAN INFORMASI RADIO TELSTAR KE PENDENGAR DI MEDIA SOSIAL

¹Nurul Wahida Asbar, ²Muh Al Gazhali Ilham, ³Syerlina, ⁴Irnawati

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

¹Email: nurulwhd13@gmail.com

²Email: algazhali042@gmail.com

³Email: syerlinaaris@gmail.com

⁴Email: irnawati.irnawati@uin-alauddin.ac.id

ABSTRAK

Penggunaan radio memiliki banyak manfaat, termasuk kemampuannya menyampaikan informasi dengan cepat kepada masyarakat. Keuntungan lain menggunakan radio adalah mempunyai keunggulan suara sehingga lebih jangkauan dan menyenangkan. Persaingan di bidang radio kini sangat ketat, ditambah lagi dengan hadirnya media sosial, banyak masyarakat yang memanfaatkan media sosial untuk mencari dan menyebarkan informasi. Perkembangan media sosial juga dirasakan oleh Radio Telstar. Efektifitas radio sebagai sumber informasi diukur dari keakuratan dan efektivitas siaran informasi. Informasi palsu (hoax) tergolong rendah yaitu 1,2% di radio, 6,4% di media cetak, dan 8,7% di televisi. Penelitian ini memiliki implikasi teoritis. Dari penelitian ini akan memberikan pemahaman strategi dan trik kreatif untuk meningkatkan kualitas suatu program, dan akan dapat menjelaskan program dan segmen kreatif untuk stasiun radio. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan kualitatif. Suatu penelitian yang dilakukan untuk menjelaskan atau menggambarkan objek penelitian dengan menggunakan data empiris yang ada dilapangan. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa efektifitas media radio dalam meningkatkan penyampaian informasi Radio Telstar terhadap masyarakat sebagai salah satu sumber informasi yang cukup efektif di media sosial

Kata Kunci: : Radio, Media Sosial, Strategi, dan Efektifitas

Latar Belakang

Radio Telstar FM telah berdiri sejak 1968 dan telah teruji mampu melewati beragam masa perkembangan radio penyiaran di Indonesia. Sebagai radio siaran nomor satu untuk segment utama pendengar keluarga, dewasa, muda di Makassar dan daerah sekitarnya, manajemen Radio Telstar FM sejak berdiri awal hingga beralih generasi, secara professional konsisten mengelola strategi pengembangan dan program siaran yang informatif, edukatif dan selalu menghibur dengan memberi porsi terbesar pada lagu-lagu hits terbaik bagi target pendengarnya.

Persaingan di dunia radio terasa semakin ketat. Salah satunya yaitu Radio Telstar yang telah berdiri sejak 1968 dan merasakan hal ini sebagai radio yang pernah mengalami masa ketika radio dianggap sebagai media yang sangat penting karena kecepatan transmisi informasi. Radio juga merupakan salah satu media yang sudah menjadi trend dan gaya hidup masyarakat khususnya generasi muda berlomba-lomba untuk menjadi klub pendengar setia radio,

namun kini radio sendiri semakin banyak ditinggalkan dan beralih ke media baru.

Kemajuan teknologi yang sangat pesat dewasa ini telah merubah sendi-sendi kehidupan masyarakat. Karena teknologi yang semakin mutakhir tersebut menawarkan berbagai kemudahan serta gaya hidup baru yang terkadang justru meninggalkan pola-pola lama yang bersifat tradisional. Tidak dapat kita bayangkan betapa sepiya dunia ini tanpa kehadiran TV, radio, surat kabar, juga internet yang belakangan ini mulai digandrungi masyarakat, terbukti dengan menjamurnya warung-warunginternet baik di kota besar maupun kota-kota kecil. Dengan biaya yang relatif murah kita dapat menjelajahi dunia hanya dengan duduk di depan monitor. Belum lagi teknologi komunikasi yang lain seperti faksimail, telepon genggam, dan lain-lain yang demikian mewabah (Haris & Takdir, 2018:6).

Tentu saja ada pasang surut dalam perkembangan media massa, namun para pengelola media bungkam mengenai menurunnya minat terhadap media yang dikuasainya akibat kemajuan teknologi dan semakin meningkatnya kemampuan manusia dalam berinovasi dalam berkomunikasi. Selain media cetak dan penyiaran, produk media massa juga berkembang menjadi media online (Nur, 2021:51).

Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan memanfaatkan program radio dan strategi untuk menarik pendengar. Istilah pendengar radio digunakan untuk membedakan antara pemirsa setia radio dan mereka yang menonton program televisi tetapi bukan perusahaan televisi. Oleh karena itu, jika suatu radio dapat mengemas acara-acara yang disiarkannya secara menarik sehingga dapat menarik perhatian pendengarnya, maka secara tidak langsung pendengar setianya akan tetap terjaga loyalitasnya terhadap radio tersebut.

Media radio adalah media massa, dan terdapat badan regulasi dan etika yang dapat mengawasi semua komunikasi yang ditransmisikan melalui radio. Kode etik radio membuat radio cenderung tidak terpapar berita palsu. Selain itu yaitu Etika dan Rambu Penyiaran, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 yang mengatur tentang penyiaran; Peraturan Pemerintah 50 Tahun 2005 yang mengatur tentang penyelenggaraan lembaga penyiaran swasta, dan Standar Pemrograman Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

Efektifitas penyiaran terletak pada kemampuannya dalam memberikan informasi yang akurat kepada masyarakat berdasarkan fakta dan data terkini. Dengan melakukan hal ini, menjamin bahwa informasi disampaikan secara akurat kepada masyarakat, dan mereka dapat merasa puas dengan keakuratan yang

diberikan tanpa perlu berkonsultasi dengan sumber lain.

Prevalensi media sosial adalah kekuatan pendorong di balik pembangunan manusia. Ada berbagai cara untuk menggunakan media sosial, termasuk menjalin hubungan dengan teman dan mendukung inisiatif tertentu seperti pendidikan/tanggung jawab sosial atau agama, hingga mengiklankan dan memasarkan produk dan layanan tertentu (Wydaswari. dkk, 2019:159).

Kemajuan teknologi transportasi dan manajemen logistik mengimbangi pesatnya pertumbuhan teknologi informasi. Hal ini memudahkan pergerakan orang dan barang. Kedua hal ini merupakan peluang bisnis yang patut dimanfaatkan. Dalam hal ini, bagaimana mendayagunakan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* atau yang lainnya untuk memasarkan produk (Suryani, 2014:123).

Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini Radio Telstar FM merupakan salah satu media komunikasi yang dipilih dalam mempublikasikan beberapa program yang sifatnya menghibur, memberikan informasi, dan mendidik.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yang sistematis dan pendekatan komparatif yang dapat digunakan untuk membandingkan kinerja Telstar dengan para pesaingnya di industri radio dan media sosial. Dengan menggabungkan berbagai metode tersebut, kami berharap dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas distribusi informasi Telstar Radio di media sosial.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurun waktu 1 bulan tepatnya dibulan November-

Desember 2023. Lokasi penelitian ini dilakukan di Studio siaran Telstar FM Makassar yang berada di Jalan 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 yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file (Umi Narimawati, 2008:98).

Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data. Dalam penelitian ini data primer di peroleh dari hasil wawancara dengan pihak Radio Telstar yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian.

b. Sumber Dara Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2008). Contohnya seperti dari orang lain atau dokumen-dokumen. Data sekunder bersifat data yang mendukung keperluan data primer. Data sekunder yang di gunakan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen jurnal.

4. Teknik Pengumpulan Data

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

a. Observasi

Observasi adalah proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sutrisno Hadi, 1986).

Peneliti melakukan observasi dengan mengamati efektifitas penyampain informasi radio telstar ke pendengar di media sosial dan

terjun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data yang di dapatkan dari sumber data.

Dengan menganalisis statistik media sosial, pertumbuhan pengikut, tingkat keterlibatan, dan sentimen keseluruhan dapat ditentukan melalui umpan balik pendengar. Observasi partisipan dan analisis sentimen memberikan perspektif langsung dari pendengar untuk memahami dampak media sosial terhadap persepsi dan kepuasan pendengar. Analisis situs web dan aplikasi Telstar menggunakan metrik analitis untuk memberikan wawasan tambahan mengenai perilaku pengguna.

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2016).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan, yaitu melakukan wawancara kepada pihak radio Telstar dan wawancara yang dilakukan terhadap pendengar.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mewawancarai informan secara langsung dalam berkomunikasi. Wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan internal Radio Telstar, termasuk lembaga penyiaran dan staf media sosial, memberikan wawasan strategis dalam mengelola konten dan interaksi di media sosial. Analisis konten menyisir konten radio dan postingan media sosial untuk memahami tema, gaya bahasa, dan keunikan dalam penyampaian informasi.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang digunakan merupakan data pendukung terhadap hasil pengamatan dan wawancara berkaitan dengan bentuk pesan verbal dan non verbal dan juga hambatan-hambatan yang ditemui peneltiti. Dengan ini peneliti menggunakan dokumentasi agar

memperoleh suatu keterangan dan bukti dari wawancara yang dilakukan pada Radio Telstar FM Makassar.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini mengenai Efektifitas Penyampaian Informasi Radio Telstar ke Pendengar di Media Sosial, dapat dirumuskan kesimpulan bahwa Radio Telstar FM telah melaksanakan beberapa peranannya dalam komunikasi sebagai wujud pelayanan publik dengan penggunaan sosial media. Radio Telstar sebagai lembaga radio siaran bertujuan menjadi lembaga penyiaran sebagai sarana penyampaian informasi, komunikasi dalam pembahasan sosial, kesehatan, hukum dan politik, serta berusaha memberikan sajian acara yang dapat menginspirasi tumbuhnya ide-ide baru di bidang seni dan pendidikan melalui siaran radio kepada pendengar yang ada di media sosial.

Dalam pembahasan penelitian ini, peneliti mengkaji hasil-hasil penelitian yang diperoleh di lapangan dan menguraikannya dengan menggunakan sumber informasi primer dan sekunder. Data yang dihasilkan dalam format dokumen diklasifikasikan serta disusun sesuai. Kemudian memanfaatkan teori dan konsep yang relevan dengan materi, serta observasi lapangan.

Dalam penelitian ini, penulis kemudian membahas dan menjelaskan beberapa pendekatan penyelesaian masalah. Bidang penelitiannya meliputi efektifitas Radio Telstar dalam penyampaian informasi ke pendengar, kepuasan penyajian informasi, tanggapan dan partisipasi pendengar, dan faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan Radio Telstar dalam menyampaikan informasi. Berikut uraian beberapa pertanyaan penelitian tersebut: Berikut hasil yang telah diperoleh peneliti:

1. Efektifitas Radio Telstar dalam Penyampaian Informasi ke Pendengar
Efektifitas kemampuan komunikasi Radio Telstar menunjukkan bahwa

kombinasi penyiaran radio tradisional dan media sosial memberikan dampak positif. Radio Telstar menggunakan Nielsen sebagai barometer utamanya untuk mengukur jumlah penonton dan pendengar selama periode waktu tertentu. Evaluasi berkala dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kenaikan atau penurunan *viewership*.

Melalui kolaborasi media sosial, partisipasi audiens dapat ditingkatkan melalui pengumuman program dan pertanyaan interaktif. Media sosial menawarkan tingkat kontrol yang lebih besar dan memungkinkan adanya umpan balik secara *real-time*. Kemampuan Telstar Radio untuk menggabungkan saluran konvensional dan digital telah menghasilkan pendekatan yang lebih baik yang secara efektif menyampaikan informasi kepada pendengarnya.

2. Kepuasan Penyajian Informasi ke Pendengar Terhadap Program Telstar

Berdasarkan penelitian mengenai kepuasan pendengar terhadap penyajian informasi program Telstar, respon pendengar biasanya sangat memuaskan. Pendengar sangat mengapresiasi strategi Telstar dalam menyebarkan informasi melalui siaran radio tradisional dan penggunaan media sosial. Penggunaan siaran langsung di berbagai platform media sosial mendorong pengalaman yang lebih interaktif dan memungkinkan partisipasi dan interaksi yang lebih besar dengan lembaga penyiaran.

Dengan berkolaborasi dengan platform media sosial seperti *Twitter*, *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook*, pendengar dapat berpartisipasi lebih mendalam dalam membahas topik program tertentu. Hal ini dianggap sebagai langkah bermanfaat dalam memahami preferensi dan keinginan pendengarnya. Ini dianggap sebagai langkah bermanfaat dalam memahami preferensi dan keinginan pendengarnya. Penyajian informasi yang memadukan musik, rangkuman ringan, dan program harian mendapat respon positif,

menunjukkan bahwa Telstar berhasil menjaga keseimbangan antara hiburan dan informasi.

Audiens juga menyoroti kemudahan akses melalui platform digital seperti website dan aplikasi Telstar. Beragamnya platform ini memberikan kebebasan kepada pendengar untuk memilih seberapa banyak informasi yang ingin didengarnya disampaikan kepada mereka. Oleh karena itu, hasil penelitian ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa program Telstar mampu menciptakan pengalaman mendengarkan yang memuaskan dan terus beradaptasi terhadap perubahan tren media untuk memenuhi kebutuhan pendengar.

3. Tanggapan dan Partisipasi Pendengar Terhadap Informasi yang Disampaikan Radio Telstar di Media Sosial

Berdasarkan temuan mengenai reaksi dan keterlibatan pendengar terhadap informasi yang disampaikan Radio Telstar di media sosial, dapat disimpulkan bahwa interaksi antara radio dan pendengar melalui platform digital berjalan positif. Melalui live streaming di berbagai media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook*, pendengar berpartisipasi aktif dalam program siaran. Partisipasi ini mencakup tanggapan positif, pertanyaan, dan permintaan mengenai lagu dan topik tertentu.

Kolaborasi media sosial yang dilakukan Radio Telstar terbukti efektif menarik perhatian pendengar. Pengumuman program dan topik menarik disampaikan melalui platform digital, sehingga menciptakan rasa eksklusivitas dan keintiman antara radio dan pendengar. Dengan berfokus pada kebutuhan pendengar, radio menjadi sarana komunikasi langsung yang efektif.

Respon positif dan keterlibatan pendengar tercermin dari peningkatan jumlah *follower* dan interaksi langsung melalui komentar, *like*, dan *share* di media

sosial. Hal ini menunjukkan bahwa Telstar Radio telah berhasil menciptakan lingkungan interaktif di mana pendengar dapat merasa terlibat dan terhubung dengan program radio. Studi ini menunjukkan bahwa upaya media sosial Telstar Radio efektif dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan pendengar, menciptakan dialog yang bermakna, dan mendorong respons yang tepat terhadap informasi yang dibagikan.

4. Faktor yang memengaruhi Keberhasilan dan Kegagalan Radio Telstar dalam Penyampaian Informasi

Efektifitas suatu kegiatan komunikasi bergantung pada tingkat makro (*planned multimedia strategy*) dan mikro (*single communication medium strategy*), yang merupakan indikator keberhasilan atau kegagalannya. Penggunaan data media sosial memungkinkan Telstar FM untuk menentukan audiens dan mengoptimalkan programnya (Wulandari, 2013:398).

Selain itu, diversifikasi melalui website, aplikasi Telstar, dan platform media sosial seperti *Twitter*, *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* juga menjadi salah satu kunci kesuksesan. Untuk menarik perhatian pemirsa, acara tersebut disiarkan langsung di media sosial, dan kontak langsung dengan peserta diakui sebagai faktor penting. Telstar Radio dapat memantau efektifitas kampanye informasi dengan mengukur jumlah pengikut, pandangan, dan reaksi positif dari pendengar.

Platform media sosial yang digunakan oleh Telstar Radio dapat dimanfaatkan untuk memantau sentimen dan tanggapan pendengar terhadap program tertentu. Pendekatan komunikasi yang dilakukan dimodifikasi untuk memastikan atau meningkatkan kepuasan pendengar. Dalam upaya menjangkau khalayak yang

lebih luas, Telstar Radio dengan bijak menggunakan berbagai platform media sosial. Penggunaan berbagai platform menunjukkan ketahanan pendekatan *multiplatform* yang mencakup *streaming*, *postingan*, dan *interaksi langsung*.

Penggunaan media baru saat ini sangat penting karena keberhasilannya. Karena media tersebut memudahkan komunikasi dan pengambilan informasi. Menurut Liliweli, media baru mengubah arti jarak geografis dan juga memungkinkan peningkatan jumlah informasi secara signifikan. Selain itu, media baru juga memungkinkan terbentuknya jaringan dari bentuk-bentuk komunikasi yang sebelumnya terpisah dan tumpang tindih (Andiny, Nurhayati, & Rahmasari, 2018:81).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten Radio Telstar berhasil menarik perhatian pendengar di media sosial dengan topik diskusi yang cerah dan relevan. Keterlibatan aktif di media sosial memberikan dampak positif pada citra dan branding Radio Telstar. Stasiun radio mampu membangun identitas yang kuat di dunia digital, menciptakan kesan positif di antara pengguna media sosial.

KESIMPULAN

Efektifitas penyampaian informasi Radio Telstar ke pendengar di media sosial adalah mengukur menggunakan Nielsen sebagai barometer utamanya untuk mengukur jumlah penonton dan pendengar selama periode waktu tertentu. Melalui kolaborasi media sosial, partisipasi audiens dapat ditingkatkan melalui pengumuman program dan pertanyaan interaktif, dari sini Radio Telstar dapat melihat keefektifitasan penyampaian informasi ke pendengar.

Kepuasan pendengar terhadap penyajian informasi program Telstar, adalah respon pendengar biasanya sangat memuaskan karena berita yang di kemas

sangat bagus dan sesuai dengan waktu dan kebutuhan pendengar. Strategi konten Radio Telstar berhasil menarik perhatian pendengar di media sosial dengan topik diskusi yang cerah dan relevan. Keterlibatan aktif di media sosial memberikan dampak positif pada citra dan branding Radio Telstar.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiny, N. D., Nurhayati, I. K., & Rahmasari, G. (2018). Efektivitas akun komunitas instagram @1000_guru_bdg dalam pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Profesi Humas*
- Haris, A., dan Takdir, M. (2018). Efektifitas Penggunaan Media Dalam Pelaksanaan Pembangunan di Kabupaten Sinjai. *Jurnal Ilmiah Administrasita*, 9 (1)
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 2(1)
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan media sosial sebagai media pemanfaatan produk dan potensi indonesia dalam upaya mendukung asean community 2015. *Jurnal Komunikasi*, 8(2)
- Wulandari, A. (2013). Efektifitas Media Komunikasi M-Radio Dalam Meningkatkan Kepedulian Kesehatan Masyarakat di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1(1)
- Wydaswari, P., Dida, S., & Prastowo, A.A.F. (2019). Strategi Perencanaan Humas Media Sosial Radio OZ sebagai Upaya Transformasi Pendengar. *Profesi Humas*, 3(2)
- H, M, “*Strategi Radio Venus 97.6 FM dalam Mempertahankan Program*

Siaran Unggulan” (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah & Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019)

Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*

Sugiyono. 2008. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”.. Bandung : ALFABETA

Sugiyono. 2016. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.

Narimawati, Umi. 2008. “*Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi.*” Bandung: Agung Media 9.