

SKRIPSI

**STRATEGI PENYIAR PROGRAM EMPAT DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR DI RADIO
REPUBLIK INDONESIA MAKASSAR**



OLEH

**CINDY FRITI SANDRA
2020203870233065**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
ITSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2025 M/ 1447 H

**STRATEGI PENYIAR PROGRAM EMPAT DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR DI RADIO
REPUBLIK INDONESIA MAKASSAR**



OLEH

**CINDY FRITI SANDRA
2020203870233065**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan
Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
ITSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2025 M/ 1447 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Penyiar Programa Empat dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar di Radio Republik Indonesia Makassar

Nama Mahasiswa : Cindy Friti Sandra

NIM : 2020203870233065

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah B-877/In. 39/FUAD.03/PP.00.9/05/2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama Dr. Sulvinajayanti, M.I.Kom (.....)

NIP 19880131 201503 2 006

Pembimbing Pendamping Nining Artianasari, M. Sos (.....)

NIP 19900630 202321 2 046

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurhidam, M.Hum.

NIP. 19641231 1 99203 1 045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Penyiara Program Empat dalam
Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar di
Radio Republik Indonesia Makassar

Nama Mahasiswa : Cindy Friti Sandra

NIM : 2020203870233065

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas
Ushuluddin Adab dan Dakwah B-877/In.
39/FUAD.03/PP.00.9/05/2024

Tanggal Kelulusan : 10 Desember 2025

Disahkan Oleh Komisi Penguji:

Dr. Sulvinajayanti, M.I.Kom

(Ketua)

Nining Artianasari, M. Sos

(Sekretaris)

Dr. Iskandar, S.Ag, M.Sos.I

(Anggota)

Hayana, M.Sos

(Anggota)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurlidam, M.Hum.
NIP: 19641231 1 99203 1 045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. Atas segala limpahan rahmat, hidayah dan taufik-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana sosial pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Shalawat serta salam juga senantiasa dihaturkan kepada nabi junjungan kita nabi besar Muhammad SAW. sebagai suri tauladan umat manusia dalam menjalankan segala aktivitas kita sehari-hari agar kiranya dapat selamat didunia dan akhirat.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Almh. Ibunda tercinta Sunarti, segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan beliau semasa hidup menjadi cahaya penuntun dalam setiap langkah dan alasan penulis bisa berdiri hingga saat ini. Walaupun beliau telah pergi, doa dan cinta kasihnya tetap hidup dalam hati penulis dan menjadi penerang jalan dalam meraih setiap impian.

Terimah kasih juga untuk Bapak (Baharuddin) tercinta atas segala doa, pengorbanan, dan kasih sayang yang tiada henti. Bapak adalah teladan dalam kesabaran, kerja keras, dan keteguhan hati yang selalu menginspirasi langkah saya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik di waktu yang tepat.

Penulis menyampaikan terimah kasih yang tulus kepada Ibu Sulvinajayanti, M.I.Kom. dan Ibu Nining Artianasari, M.Sos selaku pembimbing I dan II atas bantuan dan bimbingan, arahan, dan kesabaran yang telah diberikan selama proses

penyusunan skripsi segala ilmu dan nasihat yang diberikan sangat berarti bagi penulis.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum. sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah beserta Sekretaris dan Staff atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Nurhakki, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. St. Aminah, M.Pd. selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) yang telah meluangkan waktunya dan memberikan arahan dalam mendidik penulis selama berada di IAIN Parepare.
5. Bapak Dr. Iskandar, S.Ag. M.Sos.I. dan ibu Hayana, M.Sos selaku penguji I dan II.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah mendidik penulis selama proses perkuliahan.
7. Kepala perpustakaan IAIN Parepare dan jajarannya yang telah membantu dalam pencarian referensi pada tulisan ini.
8. Kepada Kepala LPP RRI Makassar Jaya Maulana Rukmantara, S.E., M.Si beserta staff yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani Penelitian di RRI Makassar.

9. Kepada Kakak-kakak Penyiar PRO 4 RRI Makassar dan Pendengar PRO 4 RRI Makassar yang bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai dan membantu kelancaran penyelesaian tugas akhir studi ini.
10. Saudara dan saudari saya, Indryati Puspita, Irwan Sahar, Aswar, Dwi Putri, Rizky Tri Ananda yang selalu memberikan support serta memberikan semangat dalam penulisan skripsi saya.
11. Teman-teman seperjuangan Davina Citra Larasati, Dasia Mayangsari, Adinda Marsyah, Jihan Putri Umairah, Alda Zalsabilah yang selalu setia dan membantu serta memberikan semangat kepada penulis.
12. Teman-teman KKN penulis yang selalu memberikan support dan semangat kepada teman.
13. Kepada rekan-rekan seperjuangan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah kebersamai dan memberikan bantuan kepada penulis.
14. Kepada rekan-rekan kerja yang selalu setia mendampingi dalam setiap langkah. Dukungan, canda tawa, serta kebersamaan yang terjalin menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi penulis.

Semoga segala bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak mendapatkan balasan yang pantas dan sesuai dari Allah SWT. Penulis juga berharap semoga skripsi ini bernilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya. Akhirnya, semoga segala aktivitas yang kita lakukan mendapatkan bimbingan dan ridho Allah SWT. aamiin.

Parepare, 15 Desember 2025 M

25 Jumadil Akhir 1447 H

Penulis,


Cindri Eriti Sandra
 2020203870233065

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cindy Friti Sandra
NIM : 2020203870233065
Tempat/tgl. Lahir : Pare-pare, 21 Juni 2002
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Penyiar Programa Empat
Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar
Di Radio Republik Indonesia Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya seni sendiri/ apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, Sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 15 Desember 2025

Penulis,


Cindy Friti Sandra
NIM 2020203870233065

ABSTRAK

Cindy Friti Sandra. *Strategi Penyiar Programa Empat dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar di Radio Republik Indonesia Makkassar* (Dibimbing oleh Sulvinajayanti dan Nining Artianasari).

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fluktuasi jumlah pendengar Pro 4 Makassar dalam tiga tahun terakhir, yakni 2.318 (2021), 3.515 (2022), dan 2.812 (2023) Data ini diambil berdasarkan laporan data survei internal Pro 4 RRI Makassar. Kondisi ini menunjukkan dinamika perhatian publik terhadap siaran Pro 4, sehingga diperlukan strategi penyiaran yang efektif untuk mempertahankan dan menarik pendengar.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan enam informan yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan strategi siaran berbasis lokal, interaksi langsung dengan audiens, dan konten relevan mampu meningkatkan daya tarik serta loyalitas pendengar. Kontribusi praktis penelitian ini menjadi acuan bagi RRI dalam mengembangkan strategi siaran berbasis lokal, sedangkan kontribusi akademiknya memperkaya kajian komunikasi penyiaran dan teori *Uses and Gratification* pada media tradisional.

Kata kunci: Strategi Penyiar, RRI Pro 4, Radio, Loyalitas Pendengar, *Uses and Gratification*.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	10
B. Tinjauan Teori.....	13
C. Tinjauan Konseptual	16
D. Kerangka Pikir	23

BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Fokus Penelitian	26
D. Jenis dan Sumber Data	26
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Keabsaan Data	30
G. Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian.....	36
1. Strategi Penyiar pada Program Acara Empat RRI Makassar dalam Meningkatkan Pendengar pada Program Acara.....	36
2. Efektivitas yang ditampilkan oleh penyiar untuk meningkatkan audiens dalam program siaran.....	63
B. Pembahasan Penelitian.....	82
1. Strategi Penyiar pada Program Acara Empat RRI Makassar dalam Meningkatkan Pendengar pada Program Acara.....	82
2. Analisis Efektivitas yang ditampilkan oleh penyiar untuk meningkatkan audiens dalam program siaran.....	99
BAB V PENUTUP	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	133
BIOGRAFI PENULIS.....	168

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	20
2.2	Tren Jumlah Pendengat PRO 4 RRI Makassar Dokumentasi	62
2.3	Dokumentasi	Lampiran

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Transliterasi Arab-Latin

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ص	Sad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau menoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَي	fathah dan ya	Ai	a dan i
أَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ kaifa
 حَوْلاً h}aula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
-------------------	------	-----------------	------

أَ / اِيّ	fathah dan alif atau ya	a>	a dan garis di atas
ي	kasrah dan ya	i>	i dan garis di atas
و	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : Ma>ta
رَمَى : Rama>
قِيلَ : Qīla
يَمُوتَ : Yamūtu

4. *Ta marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1. *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].
2. *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata tersebut terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

الأَطْفَالُ رَوْضَةٌ : Raudah al-aṭfāl
الحِكْمَةُ الْفَاضِلَةُ الْمَدِينَةِ : Al-madīnah al-fāḍilah
: Al-hikmah

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh :

رَبَّنَا	<i>Rabbana></i>
نَجِّنَا	<i>Najjaina></i>
الْحَق	<i>Al-Haqq</i>
الْحَج	<i>Al-hajj</i>
نُؤْمِنُ	<i>Nu‘‘ima</i>
أَعِدْ	<i>‘Aduwwn</i>

Jika huruf ىber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah maka ia ditransliterasikan sebagai huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِي	‘arabi (bukan ‘arabiyy atau ‘araby)
عَلِي	‘ali (bukan ‘alyy atau ‘aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (alif lam ma’arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar.

Contohnya:

الشَّمْس	: Al-Syamsu (bukan asy-syamsu)
الزَّلْزَلَة	: Al-Zalzalah (bukan az-zalzalah)
الْفَلْسَفَة	: Al-Falsafah
الْبَلَد	: Al-Bila>du

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَاْمُرُوْنَ	: Ta'murūna
اَلْنَّوْءُ	: An-Nau'
سَيِّئُ	: Syai'un
اُمِرْتُ	: Umirtu

8. Penulisan Kata Bahasa Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia.

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam Bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'an*), *sunnah*, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fi> z}ila>l al-qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-ibara>t bi 'umum al-lafz} la> bi khusus al-sabab

9. Lafz al- Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

إِلَٰهَ ٱلَّذِي ن Dīnullāh بِإِلَٰه Bi>lla>h

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

إِلَٰهَ ٱلرَّحْمَةِ ٱفِي هُمْ Hum fi rahmatillah

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Contoh:

Wa ma> muhammadun illa> rasu>l

Inna awwala baitin wudi' alinna>si lalladhi> bi Bakkata muba>rakan

Syahru ramadan al-ladh>i unzila fih al-Qur'an

Nazir al-Din al-Tusi>

Abu> Nasr al- Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu> al-Walid Muhammad Ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,

Abu> al- Wali>d Muhammad (bukan : Rusyd, Abu> al-Walid Muhammad Ibnu)

Nas}r Hamid Abu> Zaid, ditulis menjadi: Abu> Zaid, Nas}r Hami>d

(bukan: Zaid, Nas}r Hami>d Abu>)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah :

- a. Swt. = *subhanahu wa ta'ala*
- b. Saw. = *sallallahu 'alaihi wasallam*
- c. a.s. = *'alaihi al-sallam*
- d. r.a = *radiallahu 'anhu*
- e. QS.../...4= QS. Al-Baqarah/2:4 atau QS. Al-Imran/3:4
- f. HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دون	=	مكان بدون
صهحي	=	وسلم عليه صللال
ط	=	طبعة
دن	=	بدونناشر
الخ	=	الناخره/لناخرها

خ = جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata editor berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : “Dan lain-lain” atau dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. m Alternatifnya, digunakanmsingkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Radio adalah sumber media auditif, yang hanya bisa dinikmati dengan alat pendengaran. Radio menjadi media penyampai gagasan, ide dan pesan melalui gelombang elektromagnetik, berupa sinyal-sinyal audio.¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran mengatur bahwa Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.²

Radio menurut ensiklopedia Indonesia yaitu penyampaian informasi dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik bebas yang memiliki frekuensi kurang dari 300 GHz (panjang gelombang lebih besar dari 1 mm).³ Sedangkan, istilah radio “*radio broadcast*” atau artinya yaitu penyampaian informasi kepada khalayak media suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang Pittsburg, Amerika Serikat, diakui sebagai yang pertama melakukan sejenis siaran radio, walau terbatas.⁴ Kemudian, khalayaknya dilakukan seorang teknisi *Eestinghouse* pada tahun 1920 di

¹ Anggraini Puspita Sari, “Peran Gaya Bicara Penyiar Radio Sindangkasih FM Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar” (Skripsi Mahasiswa: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, 2013), hlm. 1–23.

² Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139.

³ Ayu Isni Nurwulan and Irving Vitra Papatungan, “Perancangan Radio Streaming Edukasi (Studi Kasus Balai Pengembangan Media Radio Yogyakarta),” *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009)*, 2009, hlm. A-57–A-61.

⁴ Dadan Suherdian, *Jurnalistik Komtemporer*, Cetakan Pertama (Bandung: CV. Mimbar Pustaka, 2020), hlm. 81.

Pittsburg. Barulah pada tahun 1930 sistem radio FM ditemukan. Radio memiliki sejumlah fungsi, seperti mentransmisikan pesan, mendidik, membujuk, dan menghibur. Sebagaimana media komunikasi massa lainnya, radio memiliki kekhasan tersendiri.⁵

Radio menghadapi ancaman dari kemunculan berbagai media baru yang menawarkan beragam jenis hiburan. Dengan kemajuan teknologi, persaingan antar media semakin intens. Radio tidak hanya bersaing dengan media konvensional, tetapi juga menghadapi kompetisi dari berbagai platform lainnya dan menyajikan informasi yang menarik. Jika radio tidak dapat memenuhi kebutuhan pendengarnya, mereka mungkin akan mencari alternatif lain.

Banyak dan berkembangnya radio saat ini termasuk keberadaan radio swasta yang lebih mengedepankan *business oriented*, biasanya akan melayani kebutuhan dan keinginan pasar dan pendengar. Salah satu upaya yang ditempuh radio untuk dapat mempertahankan loyalitas khalayak pendengarnya adalah dengan memproduksi beragam acara seperti program mencerahkan, mencerdaskan, dan menjadi unggulan seperti berita, informasi, *talkshow*, dan hiburan yang mendidik. Kondisi dunia radio saat ini memang tidak seperti di era tahun 80-an yang merupakan puncak kejayaannya. Radio memiliki kekuatan audio yang dapat menciptakan “*Theater Of Mind*” untuk menginspirasi pendengar. Selain itu kelebihan radio adalah bisa diakses dengan mudah, murah, cepat, kapan saja, dan dimana saja, serta fleksibel (mendengarkan sambil beraktivitas). Kelebihan ini harus dioptimalkan agar hasilnya maksimal dan disertai dengan melakukan pembacaan peluang dan tantangan yang

⁵Lina Budiarti, *Asyiknya Jadi Penyiar Radio* (Bogor: Guepedia, 2021), hlm. 7.

ada.⁶ Radio dipandang sebagai “kekuatan kelima (*the fifth estate*) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Hal itu, antara lain karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, serta memiliki daya tarik sendiri, seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara.⁷

Penyiar memiliki peran krusial dalam dunia radio. Sebagai elemen penting dari media massa audio, penyiar berfungsi sebagai komunikator yang dapat memengaruhi audiens. Keterampilan dalam menyampaikan siaran sangat penting untuk membangun kedekatan dengan pendengar. Kemampuan penyiar yang efektif akan menarik perhatian audiens terhadap program yang disajikan.⁸

Penjelasan terkait perkembangan teknologi dalam islam juga dijelaskan pada Surah An-Nahl (16:125) memiliki keterkaitan dengan komunikasi dan teknologi yang berbunyi:

هُوَ رَبُّكَ إِنَّ أَحْسَنَ نَهْيٍ بِالَّتِي وَجَدِمْ هُمْ الْحَسَنَةَ وَالْمَوْعِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبُّكَ سَبِيلٌ إِلَى ادْعِ بِلِ مَهْدِيْنَ اَعْلَمْ
وَهُوَ سَبِيلٌ ه عَنْ ضَلَّ بِمَنْ اَعْلَمْ م

Terjemahnya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” Q.S An-Nahl (16:125).

⁶Fitriani Sahran, “Strategi Radio Fajar Fm Makassar Dalam Mempertahankan Pendengarnya” (Skripsi Mahasiswa: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019), hlm. 1 .

⁷ Asep Syamsul M Romli, *Manajemen Program Dan Teknik Produksi Siaran Radio*, Cet.I (Bandung: Nuansa Cendekia, 2017).

⁸ Khoerul Bakhri, “Strategi Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Pendengar,” *Sahafa Journal of Islamic Communication* 3, no. 1 (2020): hlm. 52–59, DOI: <https://doi.org/10.21111/sjic.v3i1.4608>.

Surah An-Nahl ayat 16 : 125 itu memiliki kaitan tentang penyampaian pesan Islam dengan penuh kebijaksanaan dan hikmah. Ayat ini menekankan pentingnya berdialog secara baik, menggunakan argumen yang tepat, serta menunjukkan kebijaksanaan dalam konteks penyiaran, baik itu berita, radio, maupun media lainnya, penting bagi penyiar untuk menyampaikan informasi secara bertanggung jawab dan etis. Seorang penyiar perlu memastikan bahwa sberita yang disampaikan jelas, objektif, dan tidak menyesatkan, sambil mempertimbangkan dampak kata-katanya terhadap pendengar. Penyiar juga memiliki peran dalam menyebarkan nilai-nilai positif dan kebaikan, mirip dengan seorang pendakwah. Oleh karena itu, ayat ini menjadi pedoman bagi penyiar untuk menjaga integritas dan etika dalam menyampaikan informasi, menjadikan komunikasi sebagai sarana untuk kebaikan dan pencerahan.⁹

Radio Republik Indonesia (RRI) menawarkan layanan informasi dan hiburan kepada masyarakat Indonesia. RRI berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, mendidik publik, serta melestarikan dan mengembangkan budaya nasional.¹⁰ Selain itu, RRI memegang peran krusial dalam menjembatani komunikasi antara pemerintah dan rakyat, sebagai lembaga penyiaran milik negara. Jaringan RRI mencakup seluruh wilayah Indonesia, dengan stasiun-stasiun yang tersebar dari kota-kota besar hingga daerah terpencil, melayani berbagai kebutuhan pendengar di berbagai lokasi.¹¹

⁹Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Gedung Bayt Al-Qur'an & Museum Istiqlal, And Jalan Raya Taman Mini Indonesia Indah Pintu I Jakarta Timur 13560, "No Title," *Al Quran Dan Terjemahannya*, 2022.

¹⁰Sri Wahyuni, Artikel-Peran Dan Sejarah Radio Republik Indonesia. Rri.Co.Id, 03 Sep 2024.

¹¹Joesoef Ronodipoero – Abdul Rahman Saleh, Radio Republik Indonesia (Rri) Jakarta Pusat - Dki Jakarta 11 September 1945

RRI adalah radio yang mewakili negara dan fokus pada kepentingan nasional. Sebagai lembaga penyiaran publik yang bersifat independen, netral, dan tidak mencari keuntungan, RRI menawarkan layanan informasi, pendidikan, hiburan yang berguna, serta berfungsi sebagai kontrol sosial dan berusaha untuk mempertahankan citra positifnya di mata dunia internasional. Sebagai lembaga penyiaran milik negara, RRI terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi melalui aplikasi digital bernama *RRI Play Go*. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengakses layanan RRI dengan mudah hanya dengan sekali sentuh. Visi RRI adalah menjadi lembaga penyiaran dengan jaringan terluas, memberikan informasi yang paling akurat dan terkini dari seluruh Indonesia melalui siaran langsung atau berita teks.¹² RRI Makassar terdapat beberapa program acara, yaitu Pro 1, Pro 2, Pro 4, dan Pro 5. Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar Program 1 merupakan stasiun radio pemerintah yang menyajikan informasi dan berita lokal, nasional, dan internasional, serta program pendidikan dan hiburan. RRI Pro 1 94.4 FM Makassar juga menyiapkan program hiburan dan pendidikan.¹³

RRI Pro 2 adalah jaringan berita nasional yang menyajikan informasi 24 jam, disebarkan melalui stasiun RRI di seluruh Indonesia. Pro 2 bertujuan memberikan informasi, hiburan, serta inspirasi dan motivasi kepada masyarakat, khususnya kalangan muda.¹⁴ Sementara itu, Pro 5 dikenal sebagai jaringan yang menyiarkan

¹²Muhammad Adi Nugraha, "Peran RRI Palembang Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus RRI PRO1 92,4 FM)" (Skripsi Mahasiswa: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2020), hlm. 2.

¹³ Annisa Mardi et al., "Strategi Penyiaran Live Streaming Youtube Programa 1 Rri Makassar," *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 4, no. 3 (2024): hlm. 121–130, <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v4i3.4411>.

¹⁴ Ahmad Firdaus, "Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar Mempertahankan Minat Pendengar Di Era Digital," *Saraq Opat: Jurnal Administrasi Publik* 5, no. 1 (2023): hlm. 86– 103, <https://doi.org/10.55542/saraqopat.v5i1.609>.

lagu-lagu mancanegara, lagu populer, dan nostalgia, dengan penayangan nonstop selama 24 jam untuk semua lapisan usia¹⁵ dan salah satunya program 4 yang dimana program acara ini memiliki ketertarikan yang dapat diteliti seperti bagaimana program ini mengangkat dan melestarikan musik daerah serta kebudayaan lokal dan dampak program ini terhadap identitas budaya masyarakat, respons pendengar terhadap konten yang disajikan, serta kolaborasi dengan seniman lokal.¹⁶ Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pendekatan yang digunakan oleh RRI Makassar dalam menarik kembali pendengar di era digital. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tindakan yang perlu diambil agar RRI Makassar dapat mempertahankan minat pendengar dan meningkatkan daya tarik siaran radionya.

Observasi awal di RRI Makassar, khususnya pada PRO 4, menunjukkan adanya potensi besar untuk meningkatkan jumlah pendengar. Data mencatat jumlah pendengar yang fluktuatif, yakni 2.318 pendengar pada 2022, meningkat menjadi 3.515 pendengar pada 2023, namun sedikit menurun menjadi 2.812 pendengar pada 2024. Variasi jumlah pendengar per bulan juga cukup mencolok, dari 118 pendengar pada Januari hingga 457 pendengar pada Mei. Pendengar PRO 4 berasal dari berbagai latar belakang pendidikan dan umumnya menyukai program yang menampilkan berita lokal, interaktif, dan diskusi, meskipun partisipasi mereka di media sosial masih rendah. Kesesuaian antara kebutuhan milenial dan potensi pengembangan PRO 4 menjadi peluang strategis bagi RRI Makassar untuk memperkuat eksistensinya di kalangan pendengar muda. Dengan mengintegrasikan inovasi digital dan strategi komunikasi berbasis media sosial, RRI dapat

¹⁵Profil Pro 5 Rri Makassar, Radioonline.Co.Id.

¹⁶Nasir Nasir, "Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Pada Era Digital," *Journal Of Management* 6, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.37531/yum.v6i2.3850>.

meningkatkan keterlibatan milenial sekaligus membangun loyalitas pendengar jangka panjang. Upaya ini juga akan semakin memperkuat posisi RRI sebagai media penyiaran publik yang adaptif terhadap dinamika zaman dan kebutuhan audiens modern.

Acara unggulan memungkinkan pendengar memberikan opini dan tanggapan, sehingga memudahkan penyampaian pesan. Jumlah pendengar acara bisa dilihat dalam laporan database respon pendengar. Pendengar menginginkan kesempatan berpartisipasi dalam diskusi, memberikan masukan, dan program acara yang lebih inovatif. Untuk memenuhi kebutuhan ini, RRI Makassar perlu mengembangkan strategi program acara yang lebih inovatif, meningkatkan interaksi melalui media sosial, dan memperhatikan kebutuhan pendengar. Pemanfaatan teknologi digital penting untuk meningkatkan kualitas siaran dan interaksi. RRI Makassar telah memanfaatkan media sosial melalui Facebook *Fanpage* Programa 4 dan YouTube.¹⁷ Acara siaran harian melibatkan pendengar sebagai narasumber, memberikan informasi, opini, dan komentar berdasarkan pengalaman dan pengetahuan. Dengan memperhatikan kebutuhan pendengar dan memanfaatkan teknologi digital, RRI Makassar dapat meningkatkan jumlah pendengar dan memperkuat posisinya di industri penyiaran.

Penelitian ini berfokus pada strategi penyiar dalam mengembangkan konten yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu membangun keterikatan emosional dengan audiens. Ketertarikan terhadap aspek ini mendorong peneliti untuk mendalami pendekatan yang digunakan penyiar dalam merancang dan menyiarkan

¹⁷ Pranata Siaran Ahli Muda, Laporan Bulanan Acara Unggulan Programa 4 Makassar, September 2023.

program yang efektif dalam menarik perhatian serta mempertahankan pendengar. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan suatu program siaran dalam menarik audiens, sekaligus mengidentifikasi tantangan yang dihadapi penyiar dalam menghadapi persaingan media digital yang semakin ketat.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang, peneliti akan memfokuskan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana strategi penyiar pada program empat RRI Makassar dalam meningkatkan pendengar?
2. Bagaimana efektivitas yang ditampilkan oleh penyiar untuk meningkatkan audiens dalam program siaran?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi penyiar pada program empat RRI Makassar dalam meningkatkan pendengar.
2. Untuk mengetahui efektivitas yang ditampilkan oleh penyiar untuk meningkatkan audiens dalam program siaran.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Harapan dari penelitian ini adalah agar dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ilmu, khususnya untuk program studi Komunikasi dan

Penyiaran Islam. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna bagi penelitian-penelitian berikutnya serta memberikan wawasan tambahan pada topik yang serupa. Lalu, menjadi sumbangsih dalam pengembangan pemahaman yang lebih dalam tentang strategi program empat dalam meningkatkan pendengar.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi RRI Makassar dalam menarik lebih banyak pendengar serta membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya berhati-hati dalam berkomunikasi untuk menghindari kesalahpahaman.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Dalam melaksanakan penelitian, penting untuk menjadikan penelitian-penelitian sebelumnya sebagai acuan serta dasar pembeda antara studi ini dengan yang telah dilakukan sebelumnya. Langkah ini bertujuan untuk menghindari terjadinya kesamaan topik maupun indikasi plagiasi. Oleh karena itu, beberapa karya ilmiah dan skripsi yang relevan akan dikaji secara mendalam guna mendukung landasan teoritis dan metodologis penelitian yang akan dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Giang Mentari Hasanah berjudul “Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) pada Programa Dua dalam Meningkatkan Minat Dengar Remaja di Palembang” menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi RRI Pro 2 Palembang dalam menarik minat remaja dilakukan melalui siaran *on-air* dan *off-air* di berbagai destinasi wisata, sekolah, dan kampus, serta melalui pengemasan program yang menarik. Penelitian ini menggunakan teori SOR (*Stimulus- Organism-Response*) dari psikologi dan komunikasi, yang menekankan bagaimana pesan yang disampaikan dapat memengaruhi sikap, opini, dan perilaku audiens. Sebagai rekomendasi, penelitian lanjutan dapat mengkaji dampak konkret dari strategi yang diterapkan, membandingkan strategi serupa di stasiun radio lain, serta menganalisis pengaruh media sosial dan platform streaming terhadap kebiasaan mendengar remaja. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi jenis konten yang paling diminati

serta pengaruh budaya lokal Palembang terhadap minat dengar remaja. Kesimpulannya, strategi yang diterapkan oleh RRI Pro 2 Palembang telah tepat sasaran dalam meningkatkan minat dengar remaja, serta memberikan kemudahan bagi mereka untuk mengakses siaran kapan saja dan di mana saja.¹⁸

Penelitian Muh. Zaki Rahmadi Kaluku berjudul “Strategi Komunikasi Lembaga Penyiaran Publik RRI Makassar Program 4 dalam Meningkatkan Minat Pendengar” bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan RRI Program 4 Makassar serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini menemukan bahwa gaya komunikasi santai dan penggunaan bahasa daerah menjadi strategi utama dalam menarik pendengar. Pendekatan ini membuat siaran terasa lebih akrab dan relevan dengan budaya lokal. Mengacu pada teori difusi inovasi oleh Everett Rogers, penelitian ini menyoroti bagaimana strategi komunikasi dapat memperluas jangkauan audiens. Sebagai rekomendasi, penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi dampak bahasa daerah terhadap minat pendengar, membandingkan strategi dengan lembaga penyiaran lain, serta menganalisis respon audiens terhadap format program yang berbeda. Penelitian mendalam mengenai faktor penghambat juga disarankan untuk pemahaman yang lebih komprehensif.¹⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Imelda Nailits Tsuroya yang judul penelitiannya, “Strategi Komunikasi Radio Bercahaya 94,3 FM Cilacap Dalam Meningkatkan Minat Pendengar”. Kemudian, Jenis penelitian ini adalah penelitian

¹⁸ Giang Mentari Hasanah, “Radio Republik Indonesia (Rri) Pada Program Dua Dalam Meningkatkan Minat Dengar Remaja Di Palembang” (Skripsi Mahasiswa: UIN Raden Fatah Palembang, 2019), <http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/11171>.

¹⁹ Muh. Zaki Rahmadi Kaluku, “Strategi Komunikasi Lembaga Penyiaran Publik RRI Makassar Program 4 Dalam Meningkatkan Minat Pendengar” (Skripsi Mahasiswa, Universitas Muslim Indonesia Makassar, 2024).

kualitatif deskriptif dengan pendekatan komunikasinya. Pengumpulan data juga dilakukan dengan cara melakukan pengamatan (observasi), wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian yang dilakukan pada Maret 2020 sampai dengan Juli 2021. Adapun hasil penelitian adalah tentang strategi komunikasi atau cara pengelolaan radio itu harus memperhatikan letak dan posisi radio sebagai salah satu media yang menjadi konsumsi masyarakat atau publik. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *uses and gratification* adalah pendekatan dalam studi media yang menekankan pada peran aktif audiens dalam memilih media berdasarkan kebutuhan dan keinginan mereka. Teori ini berfokus pada alasan di balik penggunaan media, seperti hiburan, informasi, interaksi sosial, atau penguatan identitas.²⁰

Penelitian yang telah dilakukan memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Kesamaan utama terletak pada pendekatan kualitatif deskriptif yang digunakan, dengan metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, penelitian ini dan penelitian sebelumnya sama-sama berfokus pada strategi komunikasi lembaga penyiaran dalam meningkatkan minat pendengar, termasuk bagaimana program disusun dan disajikan untuk menarik audiens. Dalam hal penerapan teori, sebagian penelitian terdahulu menggunakan teori komunikasi, seperti *uses and gratification*, yang juga digunakan dalam penelitian ini, menunjukkan pendekatan akademis yang konsisten. Selain itu, setiap penelitian merekomendasikan penelitian lanjutan untuk mengevaluasi dampak strategi komunikasi atau faktor yang memengaruhi minat pendengar.

²⁰Imelda Nailits Tsuroya, "Strategi Komunikasi Radio Bercahaya 94,3 FM Cilacap Dalam Meningkatkan Minat Pendengar" (Skripsi Mahasiswa: UIN Saizu Purwokerto, 2021).

Secara geografis, penelitian ini berfokus pada RRI Makassar, sementara penelitian sebelumnya dilakukan di Palembang dan Cilacap, yang dapat memengaruhi hasil karena perbedaan budaya dan preferensi pendengar. Dari segi kerangka teoritis penelitian ini menggunakan *uses and gratification* sedangkan penelitian terdahulu ada yang menerapkan teori Difusi Inovasi, SOR, dan *uses and gratification*, yang menunjukkan perbedaan dalam cara analisis dilakukan. Selain itu, penelitian ini tidak hanya meneliti strategi penyiaran, tetapi juga faktor pendukung dan penghambatnya, sementara penelitian sebelumnya lebih berfokus pada teknik dan konten program. Dengan demikian, penelitian ini memberikan analisis yang lebih komprehensif, mencakup strategi komunikasi serta faktor yang memengaruhi efektivitas penyiaran.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Uses and Gratification

Teori uses and gratification pertama kali diperkenalkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Teori ini dikembangkan setelah mereka mengamati bahwa audiens cenderung memilih media yang sesuai dengan kebutuhan psikologis dan sosial mereka.²¹ Dalam kerangka teori ini, audiens dipandang sebagai aktor aktif dengan tujuan spesifik, yang memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Teori ini juga menggaris bawahi bahwa penggunaan media dipengaruhi oleh motif individu, yang mencerminkan kepentingan pribadi. Dengan demikian, orang menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka.

²¹Hans Karunia H, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah Irwansyah, "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): hlm. 92–104, <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>.

Menurut Mc.Quail, terdapat empat kategori motif pengkonsumsian media yaitu: Motif Informasi Pengguna dikatakan memiliki motif informasi, apabila ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar, Motif identitas pribadi pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi, apabila ingin menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri, Motif integrasi dan interaksi sosial pengguna dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi apabila ingin memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial, Motif hiburan pengguna dikatakan memiliki motif hiburan apabila ingin melepaskan diri dari permasalahan.²² Terpuhinya motif tersebut menciptakan kepuasan atau tidak kepuasan khalayak setelah kebutuhan mereka terpenuhi. Kepuasan diukur berdasarkan terpenuhinya motif awal yang mendasari individu memilih suatu media.²³

Pendengar radio memiliki berbagai kebutuhan yang mendorong mereka untuk mendengarkan program acara tertentu. Berdasarkan teori *uses and gratification*, kebutuhan ini bisa dibagi menjadi beberapa kategori, seperti, Pendengar mungkin mencari informasi terkini tentang peristiwa dunia, berita lokal, atau topik spesifik lainnya. Dalam konteks Radio Republik Indonesia (RRI), program-program yang memberikan informasi terkait perkembangan politik, ekonomi, sosial, atau budaya lokal mungkin menjadi daya tarik utama. Lalu, sebagian pendengar mungkin mencari hiburan, seperti musik, talk show,

²²Resti Aprida Mulya and Tandiyo Pradekso, "Hubungan Antara Motif Penggunaan Fitur LINE Today Dan Interaktivitas Khalayak Dengan Kepuasan Khalayak Menggunakan Fitur LINE Today," *Interaksi Online* 6, no. 4 (2018): hln. 257–67.

²³M. Raihan Azhar, "Pengaruh Kualitas Penyiaran Program English Premier League Di Sctv Terhadap Kepuasan Menonton Pada Followers Akun X" (Skripsi Mahasiswa: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024).

atau komedi yang menghibur dan membuat mereka merasa rileks. RRI Makassar dapat memenuhi kebutuhan ini dengan menyediakan program-program yang ringan dan menyenangkan. Radio sebagai media juga bisa menjadi tempat bagi pendengar untuk merasa terhubung dengan orang lain, baik melalui interaksi langsung seperti panggilan telepon atau media sosial, atau melalui konten yang membahas isu-isu sosial yang relevan dengan kehidupan mereka. Beberapa pendengar mungkin menggunakan radio untuk menghindari stres atau ketegangan dengan mendengarkan musik atau cerita yang menyenangkan. Program yang menenangkan atau musik yang menyejukkan bisa menjadi pilihan bagi mereka yang ingin sekadar bersantai.

Kepuasan pendengar dalam teori *uses and gratifications* terkait dengan sejauh mana media yang mereka pilih dapat memenuhi kebutuhan yang mereka harapkan. Jika sebuah program acara dapat memenuhi kebutuhan tersebut, maka kepuasan pendengar akan tercapai. Kepuasan ini dapat dianalisis melalui Program yang disiarkan harus sesuai dengan minat dan kebutuhan pendengar. Misalnya, program yang berfokus pada isu-isu lokal dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat Makassar dan sekitarnya akan lebih dapat memenuhi kebutuhan pendengar dibandingkan program yang lebih generik. Kemudian, kualitas suara, alur penyampaian informasi, dan cara penyiar berinteraksi dengan pendengar (misalnya melalui interaksi langsung atau komentar) juga memengaruhi tingkat kepuasan. Penyiar yang berkompeten dan komunikatif cenderung dapat menarik perhatian dan meningkatkan kepuasan pendengar. Program yang mudah diakses oleh berbagai kalangan (misalnya melalui berbagai platform seperti siaran FM, streaming online, atau aplikasi

mobile) juga berkontribusi pada kepuasan pendengar. Pendengar cenderung juga lebih puas dengan program yang secara konsisten menyediakan konten baru yang relevan, tanpa terkesan monoton atau tidak *update*.

C. Tinjauan Konseptual

1. Strategi

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.²⁴ Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.²⁵

Strategi adalah aspek penting dalam persiapan dan pelaksanaan siaran secara menyeluruh, mencakup perencanaan dan pelaksanaan program siaran dari stasiun radio.²⁶ Proses penyiaran radio memerlukan waktu dan usaha yang cukup rumit, namun harus dilakukan dengan pikiran dan tindakan yang fleksibel, tepat,

²⁴Khalisa Takdir, Abdi Abdi, and Nur Wahid, "Strategi Peningkatan Kompetensi Sumber Daya Manusia Di Dinas Perhubungan Kabupaten Luwu Utara," KIMAP: JURNAL ILMIAH MAHASISWA ADMINISTRASI PUBLIK 3, no. 2 (2024): hlm. 1182–92.

²⁵ Birul Walidaini, "Analisis Tekstual Koyunbaba Karya Carlo Domeniconi: Bentuk Dan Struktur Bagian I Moderato," *Musikolastika Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik* 2, no. 2 (2020): hlm. 94–104, <https://doi.org/10.24036/musikolastika.v2i2.53>.

²⁶Dheraya Ananda D et al., "Strategi Manajemen Penyiaran Radio Gen FM Surabaya Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital," *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika* 3, no. 1 (2025): hlm. 54–61, <https://doi.org/10.70052/jeba.v3i1.662>.

dinamis, cepat, dan berkualitas. Untuk mencapai siaran berkualitas tinggi dan menarik bagi pendengar, diperlukan strategi yang efektif dalam radio:

- a. Strategi kesesuaian (*Compability*). Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Radio siaran harus memproduksi program yang cocok dengan kegiatan sehari - hari pendengarnya dan selalu berbeda -beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang yang tepat.²⁷
- b. Strategi pembentukan kebiasaan (*Habbit Formation*). Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu tertentu. Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka akan semakin berdampak pula pemasangan iklan. Sehingga iklan yang ada di Radio RRI Banjarbaru harus memiliki keunikan, menyenangkan, dan menggunakan penyampaian dengan bahasa tutur pendengarnya.
- c. Strategi pengontrolan arus pendengar (*Control of Audience Flow*). Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing.

²⁷Dwi Nur Alim and Rina Pebriana, "Strategi Rri Pro2 Dalam Meningkatkan Pendengar Milenial Di Kota Palembang," *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi* 01, no. 02 (2022): hlm. 1–9.

Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*).

- d. Penyimpanan sumber-sumber program (*Consevation of Program Resources*). Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar suatu saat program bisa dipakai kembali, tapi tentu saja dengan cara menyajikan yang berbeda pula. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar Penyimpanan sumber- sumber program (*Consevation of Program Resources*). Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar suatu saat program bisa dipakai kembali, tapi tentu saja dengan cara menyajikan yang berbeda pula. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar.²⁸

Dalam konteks organisasi dan perusahaan, strategi memainkan peran krusial dalam mencapai tujuan. Hal ini karena strategi memberikan panduan tentang langkah- langkah yang harus diambil serta cara-cara pelaksanaannya untuk memastikan tujuan yang diinginkan tercapai. Strategi memiliki tiga peranan penting yaitu sebagai berikut.

- a. Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan. Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai sukses. Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.

²⁸Dwi Nur Alim and Rina Pebriana, “Strategi Rri Pro2 Dalam Meningkatkan Pendengar Milenial Di Kota Palembang,” *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi* 01, no. 02 (2022): hlm. 1–9.

- b. Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi. Salah satu peranan penting strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan
- c. Strategi sebagai target. Konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan di mana perusahaan berada dalam masa yang 10 akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi, tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi perusahaan. Dengan demikian, strategi juga dapat berperan sebagai target perusahaan.²⁹

Pentingnya mengapa strategi ini diperlukan, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk memberikan sebuah arahan yang jelas pada semua jajaran manajemen yang berada dalam perusahaan.
- b. Agar seorang manajer dapat berpikir jauh ke depan dengan kreatif (tidak hanya tentang hal-hal yang bersifat rutin sehingga ia melupakan pemikiran jangka panjang).
- c. Memaksa seorang manajer untuk mengantisipasi dan juga meramalkan faktor eksternal yang bersifat rumit dan juga tidak pasti.
- d. Dengan menyusun sebuah strategi, para manajer untuk dapat berkomunikasi dengan jelas kepada satu dengan yang lainnya. Strategi dapat menyatukan sebuah pandangan yang berbeda dari setiap manajer dan juga departemen dalam sebuah perusahaan.

²⁹Ghepira Raudhatul Jannah et al., "Manajemen Strategis," *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran (JUMPER)* 2, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.51771/jumper.v2i1.578>.

- e. Perusahaan selalu dihadapkan dengan sebuah situasi persaingan. Maka dari itu, kalau tidak mampu untuk mengantisipasi ke depan, maka akan menyebabkan ketertinggalan dengan para pesaingnya.³⁰

2. Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis merupakan suatu aspek yang sangat vital dalam pengelolaan suatu organisasi karena tidak hanya menentukan arah dan tujuan yang ingin dicapai, tetapi juga memberikan kerangka kerja yang terstruktur untuk mencapainya. Dengan perencanaan yang matang dan terstruktur, suatu organisasi dapat menghindari kekacauan dan mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Proses perencanaan strategis tidak hanya merupakan sebuah alat atau instrumen bagi kepemimpinan, tetapi juga suatu pendekatan sistematis dalam mengatur langkah- langkah yang diperlukan untuk mencapai visi dan misi organisasi di masa yang akan datang.³¹

Perencanaan strategis juga melibatkan pengembangan visi untuk masa depan yang diinginkan oleh organisasi, yang kemudian menjadi landasan dalam mengambil keputusan saat ini. Dalam hal ini, perencanaan strategis mengubah cara pandang manajemen dalam mengalokasikan sumber daya serta merencanakan dan melaksanakan program-program yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan jangka panjang organisasi. Proses penyusunan perencanaan strategis biasanya meliputi tiga tahapan utama, yaitu diagnosis, perencanaan, dan penyusunan dokumen rencana. Tahap diagnosis melibatkan

³⁰Premi Widyaningrum, "Peran Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang," *Al Tijarah* 2, no. 2 (2016): 230, <https://doi.org/10.21111/tijarah.v2i2.744>.

³¹Daniar Wulan Aura Rahma et al., "Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Pembangunan Berkelanjutan," *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2024): 186–197.

pengumpulan informasi yang diperlukan sebagai dasar analisis, sementara tahap perencanaan dimulai dengan penetapan visi dan misi organisasi. Dokumen rencana strategis yang dihasilkan haruslah cukup jelas dan terukur agar dapat dipahami dan dilaksanakan oleh seluruh tim manajemen dengan fleksibilitas yang memadai.³²

3. Program Empat RRI Makassar (Pro 4)

RRI Programa 4 merupakan salah satu saluran dari Radio Republik Indonesia yang fokus pada penyajian konten kebudayaan lokal. RRI Pro 4 Makassar menyajikan beragam lagu daerah dan informasi mengenai acara kebudayaan lainnya. Saluran ini juga memberikan kesempatan kepada pendengar untuk menikmati musik daerah dan berpartisipasi dalam acara budaya.

RRI Pro 4 Makassar menyajikan beragam konten yang mencakup berita lokal dan nasional, musik tradisional maupun modern, diskusi mengenai budaya lokal, acara *talk show*, serta program-program pendidikan dan informasi yang bermanfaat. Konten yang disajikan tidak hanya memuat berita terkini dan wawancara dengan tokoh-tokoh lokal, tetapi juga materi yang mencerminkan kehidupan sehari-hari masyarakat makassar dan sekitarnya. Namun, dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan kajian hanya pada aspek budaya dan tradisi lokal, dengan menitikberatkan pada konten yang berupa berita diskusi mengenai kebudayaan, tradisi, dan adat istiadat di daerah makassar. Selain itu, RRI Pro 4 Makassar menghadirkan berita local dan nasuiona, musik tradisional serta modern, diskusi mengenai budaya local, acara *talkshow*, dan program–

³²Audra Indah Lestari, Amaluddin Amaluddin, and Muhammad Ilham, “Strategi Komunikasi Radio Venus FM Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengarntya,” *RESPON Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2022): 34–55, <https://doi.org/10.33096/respon.v1i2.22>.

program pendidikan dan informasi. Konten yang disajikan meliputi berita terkini, wawancara dengan tokoh-tokoh lokal, serta materi yang mencerminkan kehidupan sehari-hari di Makassar dan sekitarnya. Pengetahuan yang disajikan didalam program Pro 4 RRI Makassar bias meliputi :

Berita lokal dan informasi : informasi terkini tentang peristiwa penting di Makassar dan sekitarnya, serta berita nasional yang relevan.

- a. Budaya dan tradisi lokal : diskusi tentang kebudayaan, tradisi, dan adat istiadat di daerah Makassar.
- b. Musik lokal dan nasional : pemutaran music tradisional dan modern daerah Makassar dan Indonesia secara umum.
- c. *Talkshow* dan wawancara : acara-acara yang mengundang tokoh-tokoh lokal, ahli, dan profesional untuk berbicara tentang berbagai topik yang menarik dan manfaat.

Jadwal siaran program di RRI Pro 4 Makassar mungkin berbeda setiap harinya, tetapi biasanya mencakup segmen-segmen berikut :

- a. Pagi : Acara *Baribbasa*, dan *Mozaik Budaya*
- b. Siang : *Obrolan budaya*, *Cobek-cobekna mangkasara'*, *Sipatokkong*, *Ga'de- ga'de na to Mandar*, *Solata*, *Makkelong*.
- c. Sore : *Pro Dangdut*
- d. Malam : *Kelongta' rong*

4. Pendengar

Pendengar adalah public audiens yang memiliki keinginan atau harapan terhadap stasiun radio yang ia dengarkan. Oleh sebab itu, stasiun radio harus mengenali pendengarnya agar dapat memenuhi keinginan atau harapan mereka

melalui program– program siaran yang diudarkan.³³ Pola perilaku pendengar radio bisa menjadi suatu dasar bagi masing-masing stasiun radio dalam menetapkan program siaran radio mereka. Hal ini tentunya bisa memberikan pencerahan dalam perkembangan industri radio, agar tetap bisa bertahan, berkembang, dan berkompetisi dengan media massa lainnya. Adapun karakteristik pendengar ialah sebagai berikut :

- a. Heterogen, yaitu masa pendengar terdiri dari orang–orang yang berbeda usia, ras, suku, agama, sastra sosial, latar belakang, sosial-politik-budaya, dan kepentingan.
- b. Pribadi, yaitu *radio is personal*. Pendengar adalah individu – individu, bukan tim atau organisasi. Karenanya, komunikasi yang berlangsung bersifat inter personal (antarpribadi), yakni penyiar dengan pendengar, dengan gaya ngobrol. Penyiar harus membayangkan seolah – olah sedang berbicara kepada satu orang pada saat siaran.
- c. Aktif, yaitu pendengar radio siaran tidak pasif. Akan tetapi, cara berpikir dan dapat melakukan interpretasi dan menilainya apa yang didengarnya.
- d. Selektif, yaitu pendengar dapat memilih gelombang frekuensi atau stasiun radio mana saja sesuai selera pendengar. Penyiar juga tidak bisa memaksa pendengar tetap stay tune di gelombang yang sama tiap saat.³⁴

D. Kerangka Pikir

³³ Mutia Husnah, “Strategi Penyiar Programa 2 RRI Makassar Dalam Menarik Perhatian Kawula Muda Pada Program ‘Sore Ceria’” (Skripsi Mahasiswa: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2024).

³⁴ Mutia Husnah, “Strategi Penyiar Programa 2 RRI Makassar Dalam Menarik Perhatian Kawula Muda Pada Program ‘Sore Ceria’” (Skripsi Mahasiswa: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2024).

Penelitian ini mengikuti prosedur sistematis yang sesuai dengan standar ilmiah. Kerangka pemikiran yang digunakan didasarkan pada teori dan konsep yang relevan serta pendekatan metodologis yang diterapkan untuk membimbing proses penelitian. Kerangka ini juga membantu peneliti dalam merumuskan pertanyaan penelitian, mengidentifikasi variabel yang relevan, serta memahami elemen-elemen yang saling terkait dalam studi tersebut.



Gambar 2.1 Kerangka pikir Sumber.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini, menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif, deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam.

Metode kualitatif dirancang untuk mendapatkan data yang mendalam dan signifikan dengan menekankan pengertian dalam konteks spesifik, alih-alih membuat generalisasi luas. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara deskriptif menggunakan kata-kata dan memperhatikan konteks yang relevan, dengan memanfaatkan berbagai teknik alami. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengevaluasi secara rinci tantangan yang dihadapi oleh strategi program empat RRI Makassar dalam upaya meningkatkan jumlah pendengarnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menerapkan pendekatan studi lapangan, di mana peneliti akan secara langsung mengumpulkan data dari lokasi penelitian.

Dalam penelitian lapangan, metode yang digunakan meliputi observasi, dokumentasi, dan wawancara. Data yang dikumpulkan dari literatur dan hasil lapangan akan disajikan sebagai temuan penelitian, kemudian dirangkum untuk memperoleh informasi menyeluruh, dan diinterpretasikan untuk membentuk pemahaman mendalam guna menarik kesimpulan. Metode ini membantu dalam mencari dan mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik penelitian. Temuan

dari penelitian akan dianalisis dan diidentifikasi berdasarkan data yang diperoleh di lapangan.³⁵

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang menjadi tempat penelitian ini yaitu Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Makassar yang beralamat tepat pada jalan Jl. Riburane No.3, Bulu Gading, Kec. Ujung Pandang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu dari penelitian ini yaitu sekitar 1 bulan atau disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, yakni setelah penyusunan skripsi dan telah memperoleh izin penelitian.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat oleh penulis maka penelitian ini akan berfokus pada Penelitian yang akan menganalisis dua aspek utama: pertama, strategi penyiar di Program 4, termasuk penyampaian konten, pemilihan tema, penggunaan media sosial, dan interaksi dengan pendengar untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menarik dan mempertahankan audiens. Kedua, penelitian ini akan mengkaji efektivitas penyiar radio di RRI Makassar, menilai keterampilan komunikasi penyiar dan pengaruh karakteristik mereka terhadap preferensi audiens, dengan harapan menemukan hubungan antara strategi penyajian dan jumlah pendengar.

D. Jenis dan Sumber Data

³⁵Sapto Haryoko, Bahartiar, and Fajar Arwadi, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*, Cet-1 (Makassar: Badan Penerbit UNM, 2020).

Penelitian ini menggunakan data kualitatif, di mana peneliti menjelaskan mengenai strategi Program Empat RRI Makassar dalam meningkatkan jumlah pendengar. Data diperoleh melalui observasi dan wawancara informal dengan staf terkait, yang memungkinkan peneliti untuk memberikan gambaran dan pemahaman tentang penerapan strategi di RRI Makassar dalam meningkatkan pendengarnya.³⁶

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh melalui kata-kata yang telah diuraikan dan ditafsirkan. Untuk mendapatkan informasi dan data yang lengkap, jelas, akurat, serta valid mengenai objek yang diteliti, sangat penting untuk memilih jenis dan sumber data yang sesuai. Pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan dua cara menggunakan data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria tertentu. Penyiar di Program 4 RRI Makassar, sebagian besar penyiar yang dijadikan responden telah memiliki pengalaman lebih dari 15 tahun. Dewi Hardianty telah menjadi penyiar di Pro 4 sejak tahun 2006 hingga sekarang, sedangkan Richard mulai bertugas sebagai penyiar di Pro 4 RRI Makassar sejak tahun 2008. Adapun penyiar lainnya umumnya mulai menyiar sejak tahun 2010.³⁷

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah jenis data dalam penelitian berdasarkan cara memperolehnya, yang artinya sumber data penelitian yang diperoleh dan

³⁶ Ahmad Firdaus, "Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar Mempertahankan Minat Pendengar Di Era Digital," *Saraq Opat: Jurnal Administrasi Publik* 5, no. 1 (2023): hlm. 86– 103, <https://doi.org/10.55542/saraqopat.v5i1.609>.

³⁷ Dewi Satriani, Richard, Ruslan, and Harianti, Selaku Penyiar Pro4, "Kriteria Penyiar Pro 4 Radio Republik Indonesia Makassar". Wawancara dilakukan secara Personal pada tanggal 16 Juni 2025.

dikumpulkan peneliti secara tidak langsung melainkan dengan pihak lain. Lain dengan data primer, data sekunder merupakan data pendukung yang dapat meningkatkan kualitas suatu penelitian.³⁸ Dalam penelitian ini data sekunder akan diperoleh dari jurnal ataupun buku-buku yang ada kaitannya dengan Strategi penyiar dalam meningkatkan jumlah pendengar, yang nantinya penulis akan mengambil referensi dari penelitian yang sudah ada sebelumnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang akurat, sehingga tanpa mengetahui teknik pengumpulan data peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan”.³⁹ Peneliti dapat melakukan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyajian dan efektivitas penyiar Pro 4 Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar dalam menarik dan meningkatkan jumlah pendengar. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi teknik yang digunakan oleh penyiar dalam menyampaikan materi siaran agar lebih menarik serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat pendengar terhadap program yang disiarkan.

2. Wawancara

³⁸ Rian Tineges, “Data Sekunder Adalah Jenis Data Penelitian yang Wajib Diketahui”, (online), (Data Sekunder Adalah Jenis Data Penelitian yang Wajib Diketa... (dqlab.id) diunduh 15 Desember 2025), 2021.

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D, Dan Penelitian Tindakan)* (Bandung: Alfabeta, 2019).

Wawancara adalah proses tanya jawab lisan yang bertujuan mengumpulkan data penting untuk meningkatkan jumlah pendengar Pro 4, seperti data audiens dan kriteria penyiar yang ideal. Serta elemen-elemen yang lain yang dapat mendukung pengembangan program siaran. Selain itu, wawancara membantu peneliti memahami proses kreatif, dinamika penyiaran, serta faktor yang memengaruhi penyajian program. Dengan demikian, wawancara menjadi alat analisis untuk menyajikan siaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan pendengar.

Tabel 3.1: Daftar Nama Penyiar PRO 4 RRI Makassar

No.	Nama	Jabatan
1	Wahyuni Kadir	Koordinator Pengelola PRO 4 RRI Makassar
2	Hariyanti	Pranata Ahli Muda/Penyiar PRO 4 RRI Makassar
3	Richard	Pranata Ahli Muda/Penyiar PRO 4 RRI Makassar
4	Ruslan	Pranata Ahli Muda/Penyiar PRO 4 RRI Makassar
5	Dewi Satryani	Pranata Ahli Muda/Penyiar PRO 4 RRI Makassar
6	Febryan	Pranata Ahli Muda/Penyiar PRO 4 RRI

		Makassar
--	--	----------

Sumber : diolah oleh peneliti tahun 2025

Tabel 3.2 Daftar Nama Informan Pendengar PRO 4 RRI Makassar

No.	Nama	Alamat
1	Jono	Jl. Barukang Raya No. 11 Makassar
2	Ismail	Jln. Borong indah 10 No.6 RT 7 RW 9 kel.Kassi-kassi, kec Rappocini Makassar

Sumber : diolah oleh peneliti tahun 2025

3. Dokumentasi

Dokumentasi program acara juga menjadi fokus penting dalam penelitian ini. Peneliti mengumpulkan rekaman beberapa acara yang telah disiarkan, kemudian menganalisis konten dan formatnya. Proses ini melibatkan peninjauan mendalam terhadap setiap elemen yang ada, mulai dari gaya penyampaian hingga pilihan tema yang diangkat. Hal ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah program tersebut mampu menarik perhatian pendengar dan memenuhi tujuan informasi yang diharapkan. Dengan cara ini, peneliti berharap dapat mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi daya tarik program, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan di masa depan, sehingga program-program yang dihasilkan dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan membangun keterlibatan audiens.

F. Teknik Keabsaan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data tidak hanya digunakan untuk menyanggah apa yang telah di tuduhkan kepada konsep penelitian kualitatif, yang mengatakan bahwa penelitian ini tidak bersifat ilmiah, tetapi teknik pemeriksaan keabsahan data ini merupakan sebagai tahapan yang tidak dapat dipisahkan dari tubuh pengetahuan pada penelitian kualitatif.⁴⁰ Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Kredibilitas (*Credibility*)

Dalam penelitian kualitatif, kredibilitas dan kepercayaan data dapat ditingkatkan melalui pengamatan yang diperpanjang. Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan member *check*.⁴¹

2. Uji Validitas (*Transferability*)

Keteralihan pada dasarnya merupakan validitas eksternal pada penelitian kualitatif. Tujuan dari keteralihan ini agar orang lain dapat memahami hasil penelitian, oleh karena itu agar orang lain dapat memahami penelitian kualitatif sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hal tersebut, maka peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang jelas, sistematis, dan dapat dipercaya.⁴²

3. Uji Realibilitas (*Dependability*)

⁴⁰M. Husnailail et al., “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah,” *Journal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): hlm. 70–78.

⁴¹Rika Octaviani and Elma Sutriani, “Topik: Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data,” *Ina- Rxiv*, 2019, 1–22, <https://doi.org/10.31227/osf.io/3w6qs>.

⁴²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).

Dalam penelitian kualitatif, dependability dalam penelitian kualitatif disebut reliabilitas. Suatu penelitian dikatakan dependability apabila orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut. Dalam penelitian kualitatif, uji dependability dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan 61 proses penelitian. Caranya dilakukan oleh auditor yang independen atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian.⁴³

4. Uji Objektivitas (*Confirmability*)

Pengujian *confirmability* dalam penelitian kualitatif mirip dengan uji dependability, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian telah memenuhi standar *confirmability*. Dalam penelitian, jangan sampai proses tidak ada, tetapi hasilnya ada.⁴⁴

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data. Selama wawancara, peneliti secara terus-menerus menilai jawaban yang diberikan oleh informan. Jika jawaban tersebut belum memadai setelah dianalisis, peneliti dapat mengajukan pertanyaan tambahan untuk memperoleh informasi yang lebih akurat. Penelitian kualitatif sering kali kompleks dan bervariasi karena informasi yang diperoleh dapat berkembang sesuai dengan situasi di lapangan, bukan hanya terbatas pada masalah yang sudah ditentukan.

⁴³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).

⁴⁴ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)* (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN" Veteran" Yogyakarta Press, 2020).

Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara menjabarkan, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh penulis maupun orang lain.⁴⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Aktivitas analisis data model Miles dan Huberman dilakukan secara interaktif dengan empat langkah sebagai berikut:⁴⁶

1. Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data yang harus dilakukan dapat melalui observasi, wawancara, atau analisis konten. Tujuannya, yaitu agar dapat dipahami, tentang fenomena-fenomena atau pengalaman manusia secara mendalam dengan menggali makna dan memahami konteksnya dengan mendapatkan perspektif yang lebih luas dan dikembangkan untuk dapat menyempurnakan data melalui penelitian.

2. Data Reduksi (*Reduction Data*)

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi,

⁴⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).

⁴⁶ Milles Matthew B. and A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis* (Jakarta: UNHI Press, 2005).

dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti.⁴⁷ Reduksi data dalam penelitian kualitatif mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi, dan hal tersebut terjadi secara terus menerus selama penelitian berlangsung.⁴⁸

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian bagan singkat, hubungan kategori, *flowchart* dan sejenisnya, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.⁴⁹ Dalam hal ini, yang menjadi dasar penyajian data adalah analisis kualitatif yang valid, dan dalam penyajian data terdapat berbagai jenis diantaranya matriks, grafik, bagan, dan jaringan, serta data harus disajikan sesuai dengan apa yang diteliti.⁵⁰

4. Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah keempat dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk mencari atau memahami makna, keteraturan pola-pola penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Kesimpulan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak

⁴⁷ Hayyu Anindita, "Teknik Analisis Data Kualitatif Pengertian Analisis Data Kualitatif," *Journal On Education* 1, no. 2 (2021): hlm.3–5.

⁴⁸ Huberman, *Qualitative Data Analysis*.

⁴⁹ Rizka Mutiarani, Amrazi Amrazi, and Izhar Izhar, "Implementasi Dan Implikasi Full Day School Pada Pembelajaran Sosiologi Di Sman 10 Pontianak," *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 8, no. 3 (2019): hlm.1–8.

⁵⁰ Huberman, *Qualitative Data Analysis*.

awal dan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada atau di dapatkan. Dalam tahapan ini dilakukan secara terus menerus selama di lapangan. Peneliti mengurangi data yang sebelumnya sudah dikategorikan, kemudian menjelaskan hasil temuan selama proses penelitian dan menarik kesimpulan dari penjelasan tersebut. Penarikan kesimpulan dengan menguraikan hasil temuan yang telah didapatkan di lapangan sebagai jawaban dari rumusan masalah yang sudah dirumuskan dari awal.⁵¹



⁵¹ Syafrida Hafni Sahir, Metodologi Penelitian, Cetakan 1 (Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Strategi Penyiar pada Program Acara Empat RRI Makassar dalam Meningkatkan Pendengar pada Program Acara

a. Penyusunan Tema dan Materi Siaran “*Baribbasa*”

Dalam menjalankan fungsinya sebagai media publik, Pro 4 RRI Makassar selalu berupaya menyajikan siaran yang relevan, edukatif, dan sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik pendengarnya. Salah satu kunci keberhasilan siaran Pro 4 adalah proses pemilihan tema siaran yang dilakukan secara cermat dan responsif. Tim penyiar dan redaksi Pro 4 RRI Makassar biasanya menentukan tema dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting, antara lain isu aktual yang sedang berkembang di masyarakat, nilai-nilai budaya lokal Sulawesi Selatan, serta aspirasi dan masukan dari para pendengar setia.

Setiap tema yang diangkat bertujuan untuk memberikan informasi yang bermanfaat, membangun kesadaran masyarakat, dan memperkuat identitas budaya. Misalnya, pada segmen *Baribbasa*, tema-tema yang dibahas sering kali berkaitan dengan kearifan lokal, sejarah, bahasa daerah, hingga dinamika sosial yang terjadi di wilayah Sulawesi Selatan. Dengan pendekatan ini, Pro 4 RRI Makassar tidak hanya menjadi sarana hiburan dan informasi, tetapi juga berperan sebagai wadah pelestarian budaya dan pembentukan opini publik yang konstruktif.

Melalui interaksi langsung dengan pendengar, seperti melalui sambungan telepon atau media sosial, Pro 4 juga menerima masukan untuk tema siaran ke depan. Hal ini menunjukkan bahwa Pro 4 RRI Makassar mengedepankan partisipasi publik dalam menentukan arah kontennya, sehingga siaran yang dihasilkan benar-benar mencerminkan kebutuhan, minat, dan nilai-nilai masyarakat lokal. Selain aspek perancangan dan penyampaian pesan siaran, strategi dalam penentuan tema siaran juga menjadi bagian penting yang dapat digali lebih dalam melalui wawancara dengan beberapa penyiar. Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Hariyanti selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan

bahawa:

“menurut saya, kita pancing dulu dengan contoh di masyarakat. Contohnya, kalo kita dirumahta masih diadakan ji gotong royong? Masih ji dilakukan gotong royong? Apa itu contohnya? Terus terutama kita itu kalau di segmen baribbasa biasanya kita mengangkat tema sesuai apa yang diangkat di pro 1, seumpama yang diangkat pro 1 itu tentang narkoba, itupun kita ambil juga tentang narkoba biasa tapi dalam sisi budaya. Kan kalau narkoba itu menyangkut dengan obat-obatan. Nah, obat-obatan yang mempengaruhi pikirannya kita dikaitkan dengan sifatnya manusia atau tradisilah atau pesan orang tua dan ini juga merupakan *pappaseng* namanya ada pesannya orang tua dulu kalau yang tidak baik jangan dilakukan tapi yang bagus itu harus dilakukan. Contoh tema yang biasa diangkat yaitu, *sipakainge*, *sipakalebbi*, *sipakatau*”.⁵²

Pernyataan informan tersebut menunjukkan bahwa dalam menentukan tema siaran, khususnya pada segmen *Baribbasa*, digunakan pendekatan yang kontekstual dan berbasis budaya. Tema siaran tidak ditentukan secara sepihak, melainkan dimulai dengan melihat contoh nyata

⁵²Hariyanti, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Senin, 16 Juni 2025.

yang terjadi di masyarakat, seperti kegiatan gotong royong yang masih berlangsung di lingkungan sekitar. Pendekatan ini bertujuan agar tema yang diangkat relevan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari pendengar. Selain itu, segmen *Baribbasa* juga kerap mengadaptasi tema dari siaran Pro 1, namun dibahas dari sudut pandang budaya. Misalnya, ketika Pro 1 mengangkat tema tentang narkoba, maka *Baribbasa* juga mengangkat tema serupa, tetapi mengaitkannya dengan nilai-nilai budaya lokal, seperti sifat manusia, tradisi, serta pesan-pesan orang tua yang dikenal sebagai *pappaseng*. Hal ini menunjukkan bahwa siaran *Baribbasa* tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berupaya menanamkan nilai-nilai moral dan kearifan lokal kepada pendengarnya melalui pendekatan budaya yang kuat. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Richard selaku

Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahawa:

“Jadi, waktu kita pilih tema siaran itu, kita usahakan yang gampang dimengerti, yang ringan-ringan saja, nggak yang terlalu rumit atau berat. Kita juga hindari tema yang kesannya menggurui atau menghakimi pendengar. Pokoknya, temanya itu kita buat supaya nyaman didengar dan bisa diterima semua kalangan”.⁵³

Sebagaimana hasil wawancara bapak Ruslan selaku Pranata

Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan menyatakan bahawa:

“kalau menurut saya, dari sisi kemasan acaranya itu dibuat seinjeks mungkin. Artinya, isu-isu yang kami angkat kayak kita di acara baribbasa itu sesuai dengan hasil agenda setting apa yang di sukai di pemberitaan itu yang kita angkat, tapi kita ambil dari sisi budayanya karena kita di Pro 4 itu lebih mengarah pada sesi budayanya. misalnya masalah penerimaan siswa baru banyak siswa yang tidak lulus sekolah di negeri karena daya tampungnya tidak mampu, ternyata data dari pendengar banyak yang bilang kosong cuma banyak siswa juga yang berlomba-lomba untuk masuk disekolah

⁵³Richard, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Selasa 17 Juni 2025.

unggulan. Kalau di pro 1 mungkin dia bahas masalahnya dari sisi apanya, tapi kami di Pro 4 dari sisi budayanya, pendekatan budayanya. Misalnya, kita sisipkan mi pesan-pesan contohnya pappaseng to riolo yang artinya kita angkat kearifan lokal kira kira ada kaitannya dengan masalah itu jadi kita tidak bahas secra lebih dalam serta kenapa itu banyak yang lari ke sekolah unggulan tapi diliat dari sisi misalnya *mappasittinaja* yang diangkat dari istilah yang artinya kepantasan. Dalam artian banyak sekolah- sekolah yang sebenarnya berada didekat rumah tapi banyak yang lebih mendaftar ke sekolah-sekolah unggulan. Jadi setiap ada isu yang diangkat oleh pemerintahan itu yang kita tarik di pro 4 sebagai penutan”.⁵⁴

Penyiar menjelaskan bahwa dalam program Baribbasa di Pro 4 RRI, isu-isu yang diangkat disesuaikan dengan topik pemberitaan yang sedang hangat, namun dibahas dari sudut pandang budaya. Misalnya, isu penerimaan siswa baru dibahas bukan dari segi kebijakan pendidikan, tetapi dari nilai-nilai budaya lokal, seperti pepatah atau kearifan lokal (contohnya *pappaseng* atau *mappasittinaja*) yang relevan dengan fenomena tersebut. Dengan begitu, siaran Pro 4 tetap mengikuti isu terkini namun dengan pendekatan khas budaya. Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Dewi

Satryani selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa: “menentukan tema siaran itu biasanya kayak di hari ini misalkan hari kebangkitan nasionalkah, jadi itu yang kita angkat atau yang kita bahas. Tapi kan hari ini tidak adaji hari besar, jadi angkat saja topik lain tentang kebudayaanlah”⁵⁵

Pernyataan penyiar tersebut menggambarkan bahwa dalam menentukan tema siaran, mereka biasanya menyesuaikan dengan momen atau peringatan hari- hari besar yang sedang berlangsung. Misalnya, jika pada hari itu bertepatan dengan Hari Kebangkitan Nasional, maka tema siaran

⁵⁴Ruslan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 18 Juni 2025.

⁵⁵Dewi Satryani, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Kamis 19 Juni 2025.

akan disesuaikan dengan nilai atau isu yang berkaitan dengan hari tersebut. Namun, jika tidak ada peringatan atau hari besar nasional pada hari itu, maka mereka memilih untuk mengangkat tema lain, misalnya tema tentang kebudayaan. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan tema siaran bersifat fleksibel dan kontekstual, disesuaikan dengan kalender nasional atau isu yang relevan di masyarakat. Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Febryan selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“Strategi yaitu banyak melihat, membaca dan mendengar perkembangan berbagai isu ditengah publik khususnya isu kebudayaan dan membuat topik dengan bahasa yang mudah dipahami pendengar. Sedangkan untuk pendengar agar lebih interaktif yaitu memberikan akses kemudahan agar dapat terhubung ke studio melalui via telepon biasa atau *whatsapp* serta pesan online melalui *live streaming facebook*, *tiktok* dan *youtube*. Beri waktu pendengar agar dapat menyampaikan komentar tapi dengan durasi tidak terlalu lama dan tidak terlalu singkat”.⁵⁶

Menurut peneliti, strategi yang dimaksud adalah pendekatan penyiaran yang responsif dan partisipatif. Penyiar aktif mengikuti perkembangan isu budaya dan menyusunnya menjadi topik siaran dengan bahasa yang sederhana agar mudah dipahami pendengar. Untuk meningkatkan interaksi, penyiar memberi akses komunikasi yang mudah seperti telepon, *WhatsApp*, dan *platform live streaming*. Pendengar juga diberi kesempatan menyampaikan komentar dengan durasi yang proporsional agar tetap efisien namun tetap memberi ruang partisipasi. Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Wahyuni Kadir selaku Koordinator Pengelola PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

⁵⁶Febryan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

“Efektifnya itu kita harus memperkenalkan diluar, bahwa RRI itu masih ada dan RRI sudah menjangkau diseluruh dunia ya karna bahkan sudah ada RRI Digitalnya jadi melalui handphone kita juga sudah bisa dengar. Nah kemudian, strategi lainnya itu yaitu membuat program-program khusus untuk menarik minatnya pendengar, terus tema-tema menarik, isu-isu yang cukup viral, itu bisa di bahas juga, tapi harus juga berkaitan dengan budaya. Misalnya, lebih ke pariwisata terus strateginya juga itu harus banyak- banyak kerja sama beberapa pihak misalnya dari kampus, universitas, kemudian dari dinas-dinas. jadi setiap ada kegiatannya kalau memang bisa di programkan sejalan ke programnya pemerintah dengan program-programnya RRI ya disiarkan. Jadi strateginya akhirnya RRI bisa dikenal di semua pihak”.⁵⁷

Menurut peneliti, pernyataan tersebut menjelaskan bahwa strategi efektif untuk memperkenalkan RRI adalah dengan keluar dari batasan siaran tradisional dan menyosialisasikan bahwa RRI masih eksis dan telah berkembang secara digital, sehingga dapat diakses melalui handphone. Selain itu, RRI juga perlu menghadirkan program-program menarik yang membahas isu-isu viral namun tetap berkaitan dengan budaya, seperti tema pariwisata. Strategi lainnya adalah menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, seperti kampus dan instansi pemerintah, agar kegiatan mereka bisa diselaraskan dan disiarkan melalui program- program RRI. Dengan cara ini, RRI dapat lebih dikenal luas oleh masyarakat dari berbagai kalangan.

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa penentuan tema siaran pada segmen Baribbasa Pro 4 RRI Makassar dilakukan secara kontekstual, fleksibel, dan berbasis budaya. Penyiar menggunakan pendekatan budaya yang kontekstual dan relevan dengan kehidupan masyarakat. Tema diambil dari isu aktual, nilai lokal, atau momen

⁵⁷Wahyuni Kadir, Koordinaroe PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

penting, lalu dibahas dengan bahasa yang sederhana agar mudah dipahami. Penyiar juga memberi ruang partisipasi pendengar melalui berbagai media komunikasi. Strategi ini membuat siaran lebih dekat dengan masyarakat dan efektif memperkenalkan RRI, termasuk melalui platform digital dan kerja sama dengan berbagai pihak.

Berdasarkan hasil keseluruhan wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa Pro 4 RRI Makassar secara konsisten menyusun tema dan materi siaran dengan pendekatan yang kontekstual, fleksibel, dan berbasis budaya lokal. Setiap program dirancang agar dekat dengan kehidupan pendengar melalui bahasa sederhana, nilai budaya, serta isu-isu aktual yang relevan. Penyiar tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kedekatan emosional, melibatkan pendengar secara aktif, dan menyesuaikan gaya siaran dengan karakter program serta waktu siaran. Pemanfaatan media digital dan kerja sama dengan berbagai pihak turut memperkuat jangkauan siaran. Dengan strategi tersebut, Pro 4 RRI Makassar berhasil menjalankan perannya sebagai media publik yang edukatif, partisipatif, dan berperan penting dalam pelestarian serta penguatan budaya lokal.

b. Gaya Bahasa dan Teknik Komunikasi “*Baribassa*”

Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Hariyanti selaku Pranata

Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahawa:

“saya lebih ke humor, atau bercanda melalui humor dengan pendengar melalui topik yang dibahas diacara “baribbasa”.⁵⁸

⁵⁸Hariyanti, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Senin, 16 Juni 2025.

Lanjut bapak Richard selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI

juga menyatakan bahwa:

“Saya pribadi selalu berusaha membangun hubungan yang sehat dengan pendengar. Misalnya kalau ketemu langsung di luar, saya usahakan untuk selalu menyapa duluan. Menurut saya, itu bentuk kecil dari kepedulian yang bisa bikin mereka merasa dekat. Karena meskipun kita hanya bertemu lewat suara di radio, tapi kalau aslinya ramah, itu akan terasa juga oleh pendengar. Mereka jadi nyaman dan merasa dihargai. Jadi tidak sekadar penyiar dan pendengar, tapi seperti teman ngobrol”.⁵⁹

Lanjut bapak Ruslan selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI

juga menyatakan bahwa:

“ya kalau strateginya itu adalah kalau di pro 4 itu kan memang siarannya khusus budaya ya, jadi dalam hal pembawaan karakter penyiar dalam menyiar itu menggunakan bahasa-bahasa yang digunakan berdialog ujungpandang atau logat sulawesi selatan ya itu yang menjadi strukturnya. Kedua, kita mengkomplain biasa kadang komunikasi dengan pendengar kita berusaha ini temanya suku bugis, suku makassar, atau toraja kita sisipkan bahasa-bahasa daerah dan itu akan menjadi nilai poinnya kita sebagai penyiar artinya menyapa dengan pendengar dengan menggunakan bahasa daerah berdasarkan sukunya. Contohnya, ketika pendengar atukah orang yang menelpon dari soppeng atau wajo itu biasanya saya dalam komunikasi saya itu selain menggunakan bahasa indonesia saya sisipkan lagu-lagu daerah. Misalnya, *agatukareba sappo* nah contohnya itu.”⁶⁰

Lanjut ibu Dewi Satriany selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4

RRI juga menyatakan bahwa:

“kita disini gaya penyiaranta santai jeki, biasa kita menggunakan dialek makassar biasa juga kita menggunakan bahasa Bugis, Makassar, Mandar, Toraja tapi kalau kayak beginiji toh pake jeki dialek. Tapi kalau di jam 12 itu setiap hari dia ada acara khusus

⁵⁹Richard, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Selasa 17 Juni 2025.

⁶⁰Ruslan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 18 Juni 2025.

misalnya pake bahasa mandar, bahasa toraja, bahasa bugis, bahasa jawa, begitu.”⁶¹

Lanjut bapak Febryan selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4

RRI juga menyatakan bahwa:

“Ya itu tadi dek, banyaknya penelpon yg ikut berpartisipasi. Kalau data baik itu tertulis atau terketik itu tdk ada dek tp bs kt lihat langsung video pasca livenya di halaman facebook pro 4 makassar”.⁶²

Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Wahyuni Kadir selaku

Koordinator Pengelola PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“Sejauh ini terbukti efektif, karena akan selalu ada pendengar baru yang masuk sedangkan pendengar yang lama juga tetap monitor. Ketika ada penelpon, kita tulis data pendengar karena ada yang perlu diisi, lalu tiap bulan mereka dijumlah. Selain itu, ada indikator yang bernama Diaz, ini merupakan indikator khusus yang digunakan untuk mengetahui jumlah pendengar. Indikator ini hanya diterapkan di PRO 1, tapi di PRO 4 masih menggunakan cara yang manual.”⁶³

Dari pernyataan dari para narasumber atau penyiar, dapat disimpulkan bahwa Strategi penyiaran dalam program Baribbasa Pro 4 RRI Makassar menunjukkan pendekatan yang beragam namun berfokus pada kedekatan emosional, penggunaan bahasa lokal, dan keterlibatan aktif pendengar. Hariyanti memilih gaya humoris sebagai cara mencairkan suasana dan menarik perhatian pendengar. Richard menekankan pentingnya interaksi yang hangat dan personal, bahkan di luar siaran, untuk membangun relasi yang bersifat akrab dan manusiawi. Ruslan dan Dewi Satriyani memanfaatkan kekayaan bahasa daerah seperti Bugis, Makassar, Toraja, dan Mandar untuk menyapa pendengar sesuai latar budaya mereka, sehingga

⁶¹Dewi Satriany, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Kamis 19 Juni 2025.

⁶²Febryan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

⁶³Wahyuni Kadir, Koordinator PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

siaran terasa lebih dekat secara kultural. Dewi juga menambahkan bahwa penggunaan dialek lokal telah menjadi bagian dari gaya siaran yang santai dan inklusif. Sementara itu, Febryan menunjukkan bahwa partisipasi pendengar dalam siaran dapat diamati langsung melalui media sosial, meskipun belum terdokumentasi secara sistematis. Koordinator Pro 4, Wahyuni Kadir, menjelaskan bahwa meski metode pendataan pendengar masih manual, efektivitas siaran tetap tinggi, ditandai dengan terus bertambahnya pendengar baru dan tetapnya loyalitas pendengar lama. Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Hariyanti selaku Pranata Ahli

Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“jadi saya itu menyesuaikan dengan konten acaranya. Misalnya kalau acaranya bersifat informatif, ya saya bawa dengan gaya yang agak formal, supaya informasi yang disampaikan bisa diterima dengan jelas dan tetap serius. Tapi kalau acara hiburan, tentu beda. Saya lebih santai, banyak bercanda, supaya suasananya lebih hidup dan pendengar merasa terhibur”.⁶⁴

Adapun bapak Richard selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI juga menyatakan bahwa:

“iye, sebenarnya memang sudah ada dari DAS, maksudnya itu sudah ada aturannya langsung dari Jakarta Pusat. Jadi, setiap segmen siaran, termasuk segmen Baribbasa, itu memang sudah diatur sesuai dengan pedoman atau arahan pusat. Kami tinggal menyesuaikan dengan karakter pendengar lokal tapi tetap mengikuti koridor yang sudah ditetapkan”.⁶⁵

Adapun bapak Ruslan selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI juga menyatakan bahwa:

“oh itu memang sudah ada regulasinya dari pusat nanti untuk data-datanya itu ada sekian % hiburan, sekian % pendidikan, sekian %

⁶⁴Hariyanti, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Senin, 16 Juni 2025.

⁶⁵Richard, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Selasa 17 Juni 2025.

informasi jadi memang kita sudah diatur oleh pedoman siaran.”⁶⁶
 Berdasarkan pernyataan Hariyanti, Richard dan Ruslan dapat disimpulkan bahwa gaya penyampaian dalam siaran disesuaikan dengan jenis program serta pedoman yang telah ditetapkan oleh pusat. Hariyanti menjelaskan bahwa ia menyesuaikan gaya siarannya dengan konten acara menggunakan pendekatan formal untuk program informatif dan santai untuk acara hiburan agar lebih hidup dan menghibur. Richard menambahkan bahwa pelaksanaan program, termasuk segmen Baribbasa, telah diatur melalui pedoman siaran dari pusat (DAS), sehingga penyiar hanya perlu menyesuaikan dengan karakter lokal pendengar. Hal ini ditegaskan pula oleh Ruslan, yang menyebutkan bahwa regulasi siaran mengatur proporsi konten seperti hiburan, pendidikan, dan informasi. Dengan demikian, siaran tidak hanya mengikuti kreativitas penyiar, tetapi juga berada dalam kerangka kebijakan nasional yang terstruktur. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Dewi Satriany selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI juga menyatakan bahawa:

“tergantung dari jam siaran, misalnya jam sekarang ini sudah termasuk jam hiburan dan informasi, kalau jam11 itu dialog informatif, jam 3 itu hiburan (Segmen Pro Dangdut). Jadi tergantung jam siaran atau pola siaran”.⁶⁷

Menurut bapak Febryan selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahawa:

⁶⁶Ruslan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 18 Juni 2025.

⁶⁷Dewi Satriany, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Kamis 19 Juni 2025.

“acara-acara seperti live Makelong itu memang menarik dan menghibur, tapi kalau kita bicara soal konten yang punya nilai tambah, seperti informasi budaya, pendidikan, atau wawasan lokal, itu belum terlalu banyak dimunculkan. Jadi kesannya siarannya hanya fokus ke hiburan semata”.⁶⁸

Adapun ibu Wahyuni Kadir selaku Koordinator Pengelola PRO 4 RRI

Makassar menyatakan bahwa:

“harus berjalan, hiburannya itu lagu-lagu daerah, dangdut, lagu keroncong masuk kehiburannya”.⁶⁹

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat diketahui bahwa pola siaran RRI Pro 4 Makassar dibentuk berdasarkan segmentasi waktu dan jenis konten yang disajikan. Dewi Satryani menjelaskan bahwa jenis program disesuaikan dengan jam siaran, seperti jam 11 untuk dialog informatif dan jam 3 untuk hiburan seperti segmen Pro Dangdut. Hal ini mencerminkan fleksibilitas siaran berdasarkan kebutuhan audiens. Namun, Febryan mengkritisi bahwa meskipun acara hiburan seperti *Live Makelong* menarik, konten yang memiliki nilai edukatif dan budaya seperti informasi lokal atau wawasan kebudayaan masih kurang dimunculkan. Wahyuni Kadir menegaskan pentingnya keseimbangan antara hiburan dan nilai budaya, di mana hiburan yang disajikan dapat berupa lagu-lagu daerah, dangdut, maupun keroncong. Dengan demikian, siaran tidak hanya bersifat menghibur, tetapi juga berfungsi sebagai media pelestarian budaya dan penyampai informasi yang bermanfaat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan enam narasumber dari Pro 4 RRI Makassar, dapat disimpulkan bahwa perbedaan antara konten

⁶⁸Febryan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

⁶⁹Wahyuni Kadir, Koordinator PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

informatif dan hiburan dalam siaran radio dilakukan secara terstruktur, baik berdasarkan pedoman pusat maupun disesuaikan dengan karakter siaran dan pendengar. Secara umum, para penyiar menyadari bahwa gaya penyampaian harus disesuaikan dengan jenis acara. Misalnya, Hariyanti menyesuaikan gaya formal untuk konten informatif dan gaya santai untuk acara hiburan agar pesan tersampaikan dengan tepat dan suasana tetap hidup. Dewi Satryani menyatakan bahwa pola siaran harian juga telah mengatur jam-jam khusus untuk konten informatif dan hiburan, seperti dialog edukatif di pagi hari dan hiburan musik di sore hari. Secara keseluruhan, kombinasi antara pendekatan emosional, kultural, dan partisipatif menjadi kekuatan utama dalam menjaga interaktivitas dan relevansi program Baribbasa di tengah dinamika media dan keberagaman audiens.

Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Jono selaku pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“saya mendengarkan segmen baribbasa mulai tahun 2015 dan tema atau pembahasannya menarik, karena kebanyakan yg dibahas kan mengenai budaya atau kearifan lokal yg di sulawesi selatan yg biasanya dihubungkan degan kebijakan-kebijakan pemerintah atau keadaan masyarakat saat ini. Banyak seperti mengenai budaya yg ada di daerah sulawesi selatan khususnya apakah itu filosofi org bugis makassar atau pesan2 org tua dulu, apa lagi memang kan PRO 4 itu *basicnya* budaya, jadi apa yg dibahas umumnya tentang budaya dan kearifan lokal darah Sulawesi Selatan yg biasanya dikaitkan dengan kebijakan2 pemerintah atau keadaan yg terjadi dimasyarakat dan itu sangat penting untuk mengedukasi dan manambah pengetahuan masyarakat akan budaya yg ada di Sulawesi selatan mau pun daerah lainnya”.⁷⁰

⁷⁰Jono, Pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar, Wawancara di Kota Makassar Rabu 25 Juni 2025.

Adapun bapak Ismail selaku pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“Iya betul mungkin bukan hanya saya ya tapi hampir semua yg mendengar acara baribbasa sehingga pendengarnya banyak dari daerah termasuk dari pare2, pinrang, seluruh sulawesi selatanlah bahkan dari luar sulawesi selatan, mereka2 ini adalah pencinta budaya dan kearifan lokal, dan apa yg dibahas di baribbasa sangat relevan dengan kehidupan kita sehari hari. Iya, menurut saya segmen Baribbasa itu sangat bermanfaat. Bukan hanya saya yang merasa begitu, tapi juga banyak teman-teman saya di Parepare dan Pinrang yang ikut mendengarkan. Bahkan ada juga yang dari luar Sulawesi Selatan, karena mereka memang pencinta budaya. Isi siarannya itu relevan dengan kehidupan sehari-hari, karena banyak membahas budaya dan nilai-nilai lokal yang mulai jarang diangkat. Jadi, selain dapat informasi, kita juga merasa terhibur karena disampaikan dengan cara yang santai dan mudah dipahami”.⁷¹

Dapat disimpulkan dari pernyataan Pak Jono dan Pak Ismail bahwa segmen *Baribbasa* di RRI Pro 4 Makassar mendapat apresiasi tinggi dari pendengar karena muatan kontennya yang kuat dalam mengangkat budaya dan kearifan lokal Sulawesi Selatan. Pak Jono menilai bahwa pembahasan dalam *Baribbasa* tidak hanya menarik tetapi juga edukatif, karena mengaitkan nilai-nilai budaya seperti filosofi Bugis-Makassar dan pesan orang tua dahulu dengan kebijakan pemerintah dan kondisi sosial masyarakat saat ini. Senada dengan itu, Pak Ismail menegaskan bahwa segmen ini memiliki daya tarik luas hingga menjangkau pendengar dari berbagai daerah, termasuk Parepare, Pinrang, bahkan dari luar Sulawesi Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa *Baribbasa* tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan pendengar melalui penyampaian yang santai dan mudah dipahami. Dengan demikian,

⁷¹Ismail, Pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar, Wawancara di Kota Makassar Rabu 25 Juni 2025.

Baribbasa berperan penting dalam pelestarian budaya lokal sekaligus menjadi media hiburan dan pembelajaran yang relevan dengan kehidupan masyarakat.

Lanjut bapak Jono selaku pendengar Radio PRO 4 RRI

Makassar menyatakan bahwa:

“Kepuasan itu relatif, tapi apa yg selama ini materi yg disampaikan sangat membantu masih banyak budaya-budaya kita yg belum tersentuh terekspose mungkin perlu digali lagi.” Pernah juga ketika tema yg dibahas berulang ulang, saran saya sih lebih menggali dan mencari lagi budaya dan kearifan lokal lainnya krn saya yakin masih ada budaya di daerah lain yg masih terpendam dan saran sudah sering saya sampaikan setiap kali HUTnya RRI”.⁷²

Lanjut bapak Ismail selaku pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“Pernah, ada beberapa kali siaran Baribbasa yang membahas tema yang itu- itu saja. Sepertinya kurang digali lebih dalam lagi. Saya yakin masih banyak budaya atau kearifan lokal lain di Sulawesi Selatan yang belum pernah diangkat. Jadi kalau temanya berulang-ulang, pendengar bisa bosan juga. Saran saya, coba cari lagi budaya yang belum terekspose, apalagi dari daerah- daerah pelosok yang mungkin belum banyak diketahui. Saya sendiri sering menyampaikan saran itu setiap kali ada momen HUT RRI”.⁷³

Pernyataan dari Pak Jono dan Pak Ismail diatas dapat kita simpulkan bahwa meskipun segmen Baribbasa dinilai bermanfaat dan menarik, tetap terdapat masukan dari pendengar terkait variasi tema siaran. Baik Pak Jono maupun Pak Ismail mengungkapkan bahwa beberapa kali materi yang diangkat terasa berulang dan kurang menggali budaya-budaya lokal yang belum terekspose. Keduanya menyarankan agar tim siaran lebih proaktif dalam menelusuri dan mengangkat kearifan lokal dari daerah-daerah

⁷²Jono, Pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar, Wawancara di Kota Makassar Rabu 25 Juni 2025.

⁷³Ismail, Pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar, Wawancara di Kota Makassar Rabu 25 Juni 2025.

pelosok yang mungkin belum banyak dikenal masyarakat luas. Masukan ini menunjukkan bahwa pendengar menginginkan konten yang lebih eksploratif dan beragam, agar siaran tetap segar, menarik, dan semakin memperkaya wawasan budaya pendengar.

c. Interaksi dengan Pendengar (Telepon, WhatsApp, Live dan Chat) “Baribassa”

Dalam konteks siaran program Baribbasa di RRI Pro 4 Makassar, salah satu strategi penting yang digunakan oleh para penyiar adalah membangun interaksi dua arah antara penyiar dan pendengar. Interaksi ini tidak hanya bersifat teknis atau sekadar hiburan, tetapi memiliki dimensi sosial yang lebih luas, yaitu sebagai bentuk integrasi sosial antara lembaga penyiaran dan komunitas pendengarnya. Penyiar secara aktif membuka ruang komunikasi melalui berbagai kanal seperti telepon, *WhatsApp*, maupun *live chat* di media sosial yang memungkinkan pendengar menyampaikan komentar, pertanyaan, maupun kritik dan saran secara langsung. Dengan semua pendekatan ini, dapat disimpulkan bahwa motif integrasi dan interaksi sosial dalam program *Baribbasa* terwujud melalui kesungguhan penyiar dalam menanggapi komentar pendengar dan menjadikannya bagian dari isi siaran. Tidak hanya membentuk hubungan yang akrab dan komunikatif, strategi ini juga memperkuat posisi RRI sebagai media publik yang responsif, inklusif, dan relevan dengan kehidupan sosial budaya masyarakat Sulawesi Selatan. Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Wahyuni Kadir selaku Koordinator Pengelola PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“Kalau saya sendiri itu selama siaran, lebih banyak berinteraksi lewat WhatsApp. Biasanya pendengar ngirim pesan untuk request lagu, kirim salam, atau kasih komentar soal tema yang kita bahas di Programa 4 Saya baca dan balas satu per satu ji , supaya mereka merasa dihargai. Kadang ada juga itu yang rutin kirim pesan tiap hari, jadi sudah seperti teman sendiri di udara”.⁷⁴

Adapun hasil wawancara dengan ibu Hariyanti selaku Pranata Ahli Muda/ Peniar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“kalau biasanya itu pada saat terima banyak pesan dari pendengar itu biasanya lewat WhatsAppji dan juga telepon studio. Pendengar juga sering kasih tanggapan soal tema yang kita angkat toh atau sekadar menyapa juga. dan selalu ka jg berusaha menjaga komunikasi itu, karena menurutku interaksi itu yang bikin siaran jadi lebih hidup dan akrab sama pendengar.”⁷⁵

Adapun bapak Richard selaku Pranata Ahli Muda/ Peniar PRO 4 RRI juga menyatakan bahwa:

“Kalau saya paling suka sih interaksi langsung lewat telepon. Soalnya kita bisa langsung dengar suara pendengar, dan itu bikin suasana siaran jadi lebih seru dan hangat. Tapi WhatsApp juga sering saya pakai, terutama buat respon cepat atau pas lagi kuis. Kadang ada juga pendengar yang kasih opini atau cerita, itu saya bacain juga di udara”.⁷⁶

Adapun bapak Ruslan selaku Pranata Ahli Muda/ Peniar PRO 4 RRI juga menyatakan bahwa:

“Saya biasanya pakai tiga-tiganya: telepon, WhatsApp, sama live chat. Tapi memang yang paling dominan sekarangkan WhatsApp. Pendengar lebih nyaman kirim teks, dan biasanya mereka kirim salam, komentar, atau bahkan curhat. Tapi kalau siaran yang lebih interaktif, saya senang juga pakai telepon supaya suasanaanya lebih terasa langsung.”⁷⁷

⁷⁴Wahyuni Kadir, Koordinaroe PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

⁷⁵Hariyanti, Pranata Ahli Muda/ Peniar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Senin, 16 Juni 2025.

⁷⁶Richard, Pranata Ahli Muda/ Peniar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Selasa 17 Juni 2025.

⁷⁷Ruslan, Pranata Ahli Muda/ Peniar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 18 Juni 2025.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Dewi Satriany selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI juga menyatakan bahwa:

“Saya sering pakai live chat sih kara pada saat siaran live di media sosial itu terutama Instagram atau Facebook. Banyak pendengar yang ikut komentarki, dan langsung saya baca toh di tengah siaran. terus kadang juga mereka kasih saran atau kritik secara langsung di situ”.⁷⁸

Menurut bapak Febryan selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“Bagi saya, interaksi dengan pendengar itu penting banget. Biasanya saya pakai WhatsApp karena pendengar aktif banget di situ. Mereka bukan cuma request lagu, tapi juga cerita tentang kegiatan mereka atau tanggapan soal topik. Saya selalu sempatkan untuk membalas, karena itu bentuk penghargaan kita ke mereka. Jadi siaran terasa dua arah, bukan cuma kita yang ngomong”.⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan para penyiar Program Baribbasa di RRI Pro 4 Makassar, dapat disimpulkan bahwa interaksi dua arah dengan pendengar melalui telepon, WhatsApp, dan live chat menjadi strategi utama yang efektif dalam membangun kedekatan dan integrasi sosial antara penyiar dan pendengar. Seluruh penyiar menunjukkan kesadaran yang sama bahwa keterlibatan aktif pendengar—baik dalam bentuk request lagu, salam, komentar, hingga curahan cerita—mampu menciptakan suasana siaran yang lebih hidup, hangat, dan komunikatif. Dominasi penggunaan WhatsApp dinilai paling praktis dan responsif, sementara telepon dan live chat memperkuat kesan interaksi langsung dan real time. Kesungguhan penyiar dalam membaca, menanggapi, dan melibatkan pesan pendengar ke dalam isi siaran membuktikan bahwa strategi ini tidak hanya meningkatkan

⁷⁸Dewi Satriany, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Kamis 19 Juni 2025.

⁷⁹Febryan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

partisipasi pendengar, tetapi juga memperkuat citra RRI sebagai media publik yang responsif, inklusif, dan relevan dengan kehidupan sosial budaya masyarakat Sulawesi Selatan.

d. Pemanfaatan Media Sosial (*Facebook*, *Instagram*, dan *Youtube*) “*Baribassa*”

Pemanfaatan media sosial oleh program Baribbasa RRI Pro 4 Makassar menunjukkan upaya strategis dalam menjangkau pendengar yang lebih luas di era digital. Platform seperti *Facebook*, *instagram*, dan *youtube* dimanfaatkan untuk membagikan konten siaran ulang, cuplikan acara, serta informasi terkait budaya lokal dan kegiatan komunitas. Strategi ini sejalan dengan perubahan pola konsumsi media masyarakat, khususnya generasi muda yang lebih aktif di media sosial dibandingkan dengan media radio konvensional.

Dari hasil observasi dan wawancara, terlihat bahwa kehadiran program Baribbasa di media sosial turut berperan dalam memperkuat loyalitas pendengar serta memperluas jangkauan audiens di luar wilayah siaran FM. *Facebook* digunakan untuk menjalin interaksi langsung dengan pendengar melalui kolom komentar dan siaran langsung (*live streaming*), sementara *Instagram* lebih difokuskan pada penyampaian visual dan promosi konten. *Youtube* menjadi kanal penting dalam mendokumentasikan episode-episode program, sehingga memungkinkan pendengar untuk mengakses kembali siaran yang telah lewat. Pemanfaatan ketiga platform ini tidak hanya memperluas distribusi konten, tetapi juga menciptakan ruang dialog dua arah antara penyiar dan publik, yang menjadi ciri khas media baru dalam

paradigma komunikasi modern. Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Wahyuni Kadir selaku Koordinator Pengelola PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“Iye, kami memanfaatkan mi itu media sosial kayak Facebook sama Instagram untuk promosi program siaran. Kadang saya posting juga potongan video di YouTube, biar orang-orang bisa liat ulang kalau nda sempat dengar langsung. Apalagi sekarang banyak pendengar lebih aktif di medsos, jadi penting sekali itu kita hadir di situ.”.⁸⁰

Wahyuni Kadir memandang media sosial sebagai sarana penting untuk memperluas jangkauan program siaran. Ia secara aktif menggunakan Facebook dan Instagram untuk promosi, serta YouTube untuk membagikan potongan video siaran. Menurutnya, media sosial memberi kesempatan bagi pendengar yang tidak sempat mendengarkan secara langsung untuk tetap menikmati isi program. Hal ini menunjukkan bahwa Wahyuni berorientasi pada kontinuitas dan dokumentasi siaran, serta menyadari perubahan perilaku audiens yang kini lebih aktif di media sosial. Sedangkan menurut narasumber selanjutnya, Hariyanti, Hariyanti memanfaatkan media sosial dengan pendekatan yang lebih informatif dan promosi. Ia menggunakan *Facebook* untuk memberikan informasi terkait kegiatan stasiun dan acara yang akan tayang, sedangkan Instagram digunakan secara dinamis melalui fitur *story* untuk memperkenalkan tamu atau mempromosikan lagu-lagu yang sedang tren. Youtube hanya dimanfaatkan untuk mengunggah cuplikan acara. Pendekatan Hariyanti menunjukkan fokus pada penyampaian informasi acara secara cepat dan menarik perhatian audiens sebelum siaran

⁸⁰Wahyuni Kadir, Koordinator PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

berlangsung. Adapun hasil wawancara dengan ibu Hariyanti selaku Pranata

Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahawa:

“Biasanya kalau saya pake Facebook mi, saya kasi info-info kegiatan stasiun radio, atau acara yang mau tayang. Instagram juga sering dipake buat *story*, promosi tamu yang datang atau lagu-lagu yang lagi trending. Kalau Youtube, saya bantu upload juga cuplikan acara, biar bisa lebih banyak yang liat-liat”.⁸¹

Adapun bapak Richard selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI juga menyatakan bahawa:

“Media sosial itu sudah jadi bagian dari kerja-kerja penyiar sekarang, dek. Kita nda bisa tinggal diammi di radio saja. Saya sering pake Instagram untuk *update* kegiatan live, terus facebook buat interaksi sama pendengar yang di luar kota. Youtube juga saya manfaatkan untuk rekaman ulang siaran, jadi orang bisa tonton ulang kapan maunya”.⁸²

Begitupun hal yang sama dikatakan oleh Richard. Bagi Richard, media sosial telah menjadi bagian integral dari pekerjaan penyiar. Ia menekankan pentingnya tidak hanya bergantung pada radio, tetapi juga aktif membangun interaksi dengan pendengar melalui platform digital. Instagram digunakan untuk *update* kegiatan live, Facebook dimanfaatkan untuk berinteraksi khususnya dengan pendengar dari luar kota, dan YouTube dipakai untuk menyebarkan ulang rekaman siaran. Pendekatan Richard bersifat komunikatif dan berorientasi pada keterlibatan audiens, dengan tujuan menjaga relasi jangka panjang. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Ruslan selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI juga menyatakan bahawa:

⁸¹Hariyanti, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Senin, 16 Juni 2025.

⁸²Richard, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Selasa 17 Juni 2025.

“Kalau saya pribadi, lebih aktif di facebook. Karena banyak juga pendengar kita yang umurnya di atas 30-an, mereka lebih suka di facebook. Tapi instagram juga kita pake, posting *story*, *behind the scene*. Youtube? Iye, kadang ada juga video- video yang kita share di situ, macam dokumentasi event atau talkshow.”⁸³

Ruslan memilih strategi yang disesuaikan dengan karakteristik audiens. Ia lebih aktif di facebook karena sebagian besar pendengarnya berusia di atas 30 tahun dan lebih nyaman dengan platform tersebut. Instagram digunakan untuk *story* dan membagikan momen di balik layar, sementara Youtube hanya dimanfaatkan sesekali untuk mendokumentasikan event atau talkshow. Strateginya cukup realistis dan segmentatif, dengan fokus pada media yang sesuai dengan kebiasaan dan preferensi pendengar lokal. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Dewi Satriany selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI juga menyatakan bahwa:

“Media sosial itu sangat membantu ki’ dek. Saya pake facebook buat share info program, Instagram buat *update* kegiatan sehari-hari di studio. Kadang-kadang kita posting juga video di youtube, apalagi kalau ada acara spesial atau kolaborasi dengan tokoh masyarakat. Jadi makin banyak ji yang bisa liat kegiatan ta.”⁸⁴

Dewi Satriyani memanfaatkan media sosial secara menyeluruh untuk membagikan informasi program dan kegiatan di studio. Facebook digunakan sebagai kanal utama untuk promosi program, sementara Instagram dipakai untuk memperlihatkan aktivitas sehari-hari di balik siaran. Youtube dimanfaatkan untuk membagikan video acara spesial atau kolaborasi dengan tokoh masyarakat. Pendekatannya menunjukkan pemahaman akan pentingnya *eksposure* media dan membangun citra positif lembaga

⁸³Ruslan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 18 Juni 2025.

⁸⁴Dewi Satriany, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Kamis 19 Juni 2025.

penyiaran di mata publik. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Febryan selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“Saya paling aktif di Instagram, karena banyak anak muda di situ. Saya *update* mi *story*, *reels*, sama info lagu-lagu baru. Facebook juga tetap dipake, walaupun sudah mulai berkurang penggunaanya. Nah kalau Youtube, kita buat konten yang agak panjang, semacam vlog penyiar atau rekaman siaran. Biar orang bisa lebih kenal ki dengan isi radio”.⁸⁵

Febryan lebih fokus menjangkau audiens muda melalui Instagram. Ia aktif membagikan *story*, *reels*, serta info lagu-lagu baru sebagai bagian dari upaya menarik perhatian generasi milenial dan *Gen Z*. Meski facebook masih digunakan, ia mengakui penggunaannya mulai menurun. Sementara itu, youtube dimanfaatkannya untuk membuat konten berdurasi panjang seperti vlog penyiar atau rekaman siaran. Strateginya lebih bersifat kreatif dan personal, berupaya membangun kedekatan antara penyiar dan pendengar secara visual dan emosional.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh program Baribbasa RRI Pro 4 Makassar merupakan langkah strategis dalam memperluas jangkauan audiens dan membangun hubungan yang lebih erat dengan pendengar di era digital. Para penyiar secara aktif menggunakan platform seperti *facebook*, *instagram*, dan *youtube* untuk membagikan informasi program, cuplikan siaran, serta mendokumentasikan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan budaya lokal dan komunitas. Facebook digunakan sebagai sarana interaksi langsung dengan pendengar melalui

⁸⁵Febryan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

kolom komentar dan siaran langsung, sementara Instagram dimanfaatkan untuk memperkuat promosi visual seperti *story*, *reels*, dan *update* kegiatan studio. youtube berperan sebagai kanal dokumentasi yang memungkinkan audiens mengakses ulang siaran atau acara penting. Para penyiar menyadari bahwa media sosial bukan sekadar pelengkap, tetapi telah menjadi bagian integral dari kerja penyiaran, terutama dalam menjangkau generasi muda dan pendengar di luar wilayah siaran FM. Pemanfaatan media sosial ini juga mendorong terciptanya komunikasi dua arah, yang memperkuat loyalitas pendengar dan meningkatkan eksistensi program *baribbasa* di tengah persaingan media yang semakin digital.

e. Kerjasama dengan Narasumber/Komunitas Lokal “Baribbasa”

Program siaran radio seperti *baribbasa* di RRI Pro 4 Makassar tidak lepas dari pentingnya menjalin kerjasama yang erat dengan narasumber dan komunitas lokal. Kerjasama ini tidak hanya memperkaya isi siaran, tetapi juga memperkuat keterikatan antara media dan masyarakat. Narasumber yang memiliki kredibilitas dan komunitas lokal yang aktif menjadi sumber informasi, inspirasi, serta jejaring sosial yang saling menguntungkan. Dengan melibatkan mereka secara langsung, siaran radio tidak hanya menjadi media satu arah, melainkan ruang interaktif yang hidup dan relevan dengan kehidupan pendengar. Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Wahyuni Kadir selaku Koordinator Pengelola PRO 4 RRI Makassar

menyatakan bahwa:

“Iye, kita biasa kerja sama mi sama narasumber, utamanya kalau ada kegiatan yang butuh informasi valid, kayak dari dinas, tokoh masyarakat, atau komunitas. Jadi kita undangka di studio atau wawancarai langsung di lokasi. Komunitas lokal juga sering bantu-

bantu mi kalau ada program sosial, contohnya bakti sosial atau edukasi ke masyarakat. Komunikasina jalan terus, karena mereka juga senangka kalau dilibatkan.”⁸⁶

Kerjasama dengan narasumber dan komunitas lokal sudah menjadi praktik rutin, terutama dalam mendukung kegiatan yang membutuhkan informasi valid, seperti kegiatan dari dinas atau tokoh masyarakat. Ia menekankan pentingnya komunikasi yang berkelanjutan agar keterlibatan komunitas tetap terjaga, apalagi dalam kegiatan sosial atau edukatif. Sedangkan menurut ibu Hariyanti selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4

RRI menyatakan bahwa:

“Kerja sama dengan narasumber itu penting sekali ya. Biasanya kita saling bantu, mereka butuh wadah buat sampaikan info, kita juga butuh konten yang berbobot. Komunitas lokal juga sangat mendukung, apalagi kalau acara radio kita angkat hal-hal lokal yang menyentuh mereka. Jadi ibaratnya saling menopang ki”.⁸⁷

Menurutnya, narasumber memerlukan media untuk menyampaikan informasi, dan sebaliknya, media membutuhkan konten yang berkualitas. Komunitas lokal, menurutnya, sangat mendukung program siaran yang menyentuh kepentingan mereka. Begitupun hal yang sama dikatakan oleh narasumber selanjutnya, Richard, yang menegaskan bahwa keterlibatan komunitas lokal membuat siaran terasa lebih nyata dan dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Adapun bapak Richard selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI juga menyatakan bahwa:

“Kalau saya pribadi, sering memang saya libatkan komunitas lokal. Mereka banyak kegiatan positif, dan kita dari radio bantu ekspos. Narasumber juga begitu, apalagi yang paham betul dengan topik, jadi

⁸⁶Wahyuni Kadir, Koordinaroe PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

⁸⁷Hariyanti, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Senin, 16 Juni 2025.

pendengar juga dapat ilmu. Itu yang bikin siaran makin menarik, karena real dan menyentuh kehidupan sehari-hari orang lokal”.⁸⁸

Richard lebih menekankan aspek nilai dari konten yang dihasilkan lewat kerjasama ini. Ia melihat komunitas lokal sebagai penghasil kegiatan positif yang layak untuk diekspos oleh radio, sehingga siaran menjadi lebih “real” dan edukatif. Menurutnya, narasumber yang paham topik bisa memperkaya wawasan pendengar. Sedangkan menurut narasumber selanjutnya, Ruslan, posisi penyiar memang membutuhkan dukungan dari luar seperti komunitas dan narasumber agar bisa menjalankan siaran secara maksimal. Menurut bapak Ruslan selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO

4 RRI juga menyatakan bahwa:

“kita ini sebagai penyiar tidak bisa kerja sendiri. Makanya narasumber dan komunitas itu jadi mitra. Kadang komunitas punya *event*, mereka hubungi ki minta bantu promosika, dan kita juga biasa undang bicara di studio. Jadi itu saling menguntungkan, bukan cuma kita, tapi masyarakat juga dapat manfaatnya”.⁸⁹

Pentingnya membangun kemitraan. Ia melihat narasumber dan komunitas bukan hanya sebagai sumber konten, tapi juga sebagai pihak yang secara aktif membantu menyukseskan program siaran, terutama saat promosi acara atau kehadiran di studio. Hubungan timbal balik ini, menurutnya, memberikan manfaat langsung ke masyarakat. Begitupun hal yang sama dikatakan oleh narasumber selanjutnya, Dewi Satryani, yang melihat komunitas lokal sebagai aset berharga. Adapun ibu Dewi Satriany selaku

Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI juga menyatakan bahwa:

“Saya senangka kerja sama dengan narasumber yang punya kapasitas. Kita bisa gali informasi lebih dalam, dan pendengar juga senangka

⁸⁸Richard, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Selasa 17 Juni 2025.

⁸⁹Ruslan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 18 Juni 2025.

dengar wawancara yang berbobot. Kalau komunitas lokal, mereka itu aset. Banyak kegiatan sosial atau budaya yang bisa kita angkat ke siaran. Jadi kita jaga ki komunikasi baik- baik sama mereka.”⁹⁰

Mengapresiasi narasumber yang memiliki kapasitas keilmuan tinggi karena dapat menyajikan wawancara yang berbobot. Ia juga menilai komunitas lokal sebagai sumber ide dan kegiatan budaya atau sosial yang layak disiarkan. Oleh karena itu, menjaga komunikasi yang baik menjadi hal utama. Sedangkan menurut narasumber selanjutnya, Febryan, hubungan ini bahkan sudah seperti keluarga, bukan sekadar hubungan kerja biasa. Menurut bapak Febryan selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI

menyatakan bahwa:

“Narasumber itu seperti jantung informasi kita, jadi harus jaga hubungan baik. Komunitas juga sama, apalagi yang sering bikin kegiatan positif. Kita ini dari radio kasih mereka panggung, tapi mereka juga bantu mi hidupkan konten siaran. Jadi kerjasama itu bukan cuma formal, tapi sudah seperti keluarga”.⁹¹

Komunitas lokal, menurutnya, telah menjadi bagian penting dalam menghidupkan konten siaran melalui kontribusi mereka dalam berbagai kegiatan. Kerjasama yang dibangun bukan sekadar formalitas, melainkan hubungan emosional dan kolektif yang erat.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa kerjasama antara program Baribbasa RRI Pro 4 Makassar dengan narasumber dan komunitas lokal merupakan elemen penting dalam mendukung kualitas dan kedekatan siaran dengan masyarakat. Narasumber berperan sebagai penyedia informasi yang kredibel, sementara komunitas lokal memberikan kontribusi nyata

⁹⁰Dewi Satriany, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Kamis 19 Juni 2025.

⁹¹Febryan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

melalui kegiatan sosial, budaya, dan edukatif yang diangkat dalam siaran. Hubungan ini bersifat timbal balik radio memberi ruang untuk eksposur, sementara narasumber dan komunitas membantu menghidupkan isi siaran. Bahkan, kerjasama ini tidak hanya bersifat profesional, tetapi telah berkembang menjadi hubungan yang erat dan penuh rasa kekeluargaan.

2. Efektivitas yang ditampilkan oleh penyiar untuk meningkatkan audiens dalam program siaran

Efektivitas penyiar dalam meningkatkan audiens pada program siaran sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam membangun hubungan emosional dengan pendengar. Penyiar tidak hanya dituntut memiliki suara yang enak didengar, namun juga mampu menciptakan suasana yang menyenangkan, menyentuh kebutuhan informasi audiens, serta menjalin komunikasi yang bersifat dua arah. Program siaran yang berhasil mempertahankan dan menambah jumlah pendengar biasanya menunjukkan pola komunikasi penyiar yang dinamis, penuh improvisasi, dan mampu membaurkan antara unsur hiburan dan informasi secara seimbang.

Strategi penyiar yang efektif juga terlihat dari bagaimana mereka memanfaatkan bahasa yang akrab dengan masyarakat lokal, menyisipkan humor, atau membangun partisipasi pendengar lewat media interaktif seperti *WhatsApp*, telepon, maupun media sosial. Hal ini bukan hanya memperkuat loyalitas audiens, tetapi juga memberi kesan bahwa mereka dilibatkan secara aktif dalam program, bukan sekadar sebagai pendengar pasif.

a. Persepsi Pendengar

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Jono selaku pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“Saya melihat strategi yang paling efektif adalah interaksi langsung antara penyiar dan pendengar, misalnya melalui telepon, chat, atau media sosial. Saat penyiar menyapa pendengar, membacakan pesan, atau menanggapi komentar, saya merasa lebih dekat dengan program. Strategi ini efektif karena membuat pendengar merasa dihargai dan dilibatkan, bukan sekadar mendengarkan siaran satu arah. Akibatnya, orang jadi lebih tertarik untuk tetap mengikuti *Baribassa* secara rutin”.⁹²

Adapun bapak Ismail selaku pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“Menurut saya, strategi yang paling efektif adalah penyiar yang konsisten menghadirkan konten menarik dan relevan dengan kebutuhan audiens, sambil membuka ruang untuk partisipasi pendengar. Misalnya, memberi kesempatan untuk request lagu, berbagi cerita, atau menyampaikan pendapat. Ini efektif karena pendengar merasa memiliki peran dalam siaran dan bisa menantikan program setiap kali tayang. Loyalitas audiens meningkat karena mereka merasa siaran ini juga untuk mereka, bukan hanya hiburan semata”.⁹³

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi yang paling efektif untuk meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens *Baribassa* adalah interaksi langsung antara penyiar dan pendengar serta penyajian konten yang menarik dan relevan. Dengan menyapa pendengar, menanggapi pesan, membuka ruang partisipasi, dan menghadirkan konten yang sesuai minat audiens, pendengar merasa dihargai, dilibatkan, dan memiliki keterikatan emosional dengan program. Hal ini membuat mereka lebih tertarik untuk terus mengikuti siaran secara rutin.

⁹²Jono, Pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar, Wawancara di Kota Makassar Rabu 25 Juni 2025.

⁹³Ismail, Pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar, Wawancara di Kota Makassar Rabu 25 Juni 2025.

b. Jumlah Interaksi dan Partisipasi Pendengar “Baribassa”

Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Wahyuni Kadir selaku

Koordinator Pengelola PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“Kalau saya sendiri itu selama siaran, lebih banyak berinteraksi lewat WhatsApp. Biasanya pendengar ngirim pesan untuk request lagu, kirim salam, atau kasih komentar soal tema yang kita bahas di Program 4. Saya baca dan balas satu per satu ji, supaya mereka merasa dihargai. Kadang ada juga itu yang rutin kirim pesan tiap hari, jadi sudah seperti teman sendiri di udara”.⁹⁴

Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Hariyanti selaku Pranata

Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“Biasanya itu pada saat terima banyak pesan dari pendengar, lewat *whatsapp* ji dan juga telepon studio. Pendengar juga sering kasih tanggapan soal tema yang kita angkat toh, atau sekadar menyapa juga. Saya selalu berusaha menjaga komunikasi itu, karena menurutku interaksi itu yang bikin siaran jadi lebih hidup dan akrab sama pendengar”.⁹⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Richard selaku Pranata

Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“Kalau saya paling suka sih interaksi langsung lewat telepon. Soalnya kita bisa langsung dengar suara pendengar, dan itu bikin suasana siaran jadi lebih seru dan hangat. Tapi *whatsapp* juga sering saya pakai, terutama buat respon cepat atau pas lagi kuis. Kadang ada juga pendengar yang kasih opini atau cerita, itu saya bacain juga di udara”.⁹⁶

Sebagaimana hasil wawancara bapak Ruslan selaku Pranata

Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan menyatakan bahwa:

“Saya biasanya pakai tiga-tiganya: telepon, *whatsapp*, sama *live chat*. Tapi memang yang paling dominan sekarang *whatsapp*. Pendengar lebih nyaman kirim teks, dan biasanya mereka kirim salam, komentar, atau bahkan curhat. Tapi kalau siaran yang lebih interaktif, saya

⁹⁴Wahyuni Kadir, Koordinator PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

⁹⁵Hariyanti, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Senin, 16 Juni 2025.

⁹⁶Richard, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Selasa 17 Juni 2025.

senang juga pakai telepon supaya suasananya lebih terasa langsung”.⁹⁷

Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Dewi Satryani selaku

Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“Saya sering pakai *live chat* sih, karena pada saat siaran *live* di media sosial itu terutama instagram atau facebook banyak pendengar yang ikut komentarki, dan langsung saya baca toh di tengah siaran. Terus kadang juga mereka kasih saran atau kritik secara langsung di situ”⁹⁸

Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Febryan selaku Pranata

Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“Bagi saya, interaksi dengan pendengar itu penting banget. Biasanya saya pakai *whatsapp* karena pendengar aktif banget di situ. Mereka bukan cuma request lagu, tapi juga cerita tentang kegiatan mereka atau tanggapan soal topik. Saya selalu sempatkan untuk membalas, karena itu bentuk penghargaan kita ke mereka. Jadi siaran terasa dua arah, bukan cuma kita yang ngomong”.⁹⁹

Dapat disimpulkan bahwa keterlibatan pendengar dalam program *baribbasa* tidak hanya tinggi secara kuantitas, tetapi juga berkualitas dalam bentuk komunikasi yang aktif, emosional, dan berkesinambungan.

c. Kepuasan Pendengar terhadap Konten dan Penyiar

Laporan bulanan data pendengar programa 4 RRI Makassar 2025:

Pada bulan Mei, jumlah pendengar Programa 4 mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan bulan sebelumnya. Berdasarkan data yang tercatat, total pendengar pada bulan Mei mencapai 155 orang. Angka ini menunjukkan adanya tren positif dalam minat masyarakat terhadap tayangan- tayangan yang disajikan oleh Programa 4.

⁹⁷Ruslan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 18 Juni 2025.

⁹⁸Dewi Satryani, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Kamis 19 Juni 2025.

⁹⁹Febryan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

Peningkatan ini tidak terlepas dari berbagai upaya yang telah dilakukan oleh tim redaksi dan penyiar, seperti peningkatan kualitas konten, penyajian program yang lebih variatif, serta optimalisasi promosi melalui media sosial. Selain itu, interaksi aktif antara penyiar dan pendengar melalui berbagai platform komunikasi juga menjadi faktor pendorong dalam membangun loyalitas pendengar. Dengan capaian ini, Programa 4 terus berkomitmen untuk meningkatkan kualitas siaran dan menjangkau lebih banyak lapisan masyarakat di bulan-bulan berikutnya.

Berdasarkan hasil wawancara keseluruhan dengan narasumber terhadap beberapa program siaran, dapat disimpulkan bahwa Program Baribassa, Obrolan Budaya, Mozaik Budaya, Program Acara *Cobek Cobekna To Mangkasara*, *Sipatokkong*, *Gadegade Na To Mandar*, *Solata*, dan *Makkelong*, Program Acara *Pro Dangdut*, serta Program Acara *Kelongta' Rong*, terlihat adanya perbedaan dari segi konsep, isi, dan minat pendengar. Setiap program memiliki ciri khas masing-masing dalam menyajikan konten kepada pendengar.

Program *Baribassa* menunjukkan tingkat ketertarikan pendengar yang paling tinggi dibandingkan program lainnya. Hal ini terlihat dari jumlah partisipasi pendengar yang lebih banyak, baik melalui pesan WhatsApp, telepon, maupun interaksi langsung saat siaran berlangsung. Program ini dinilai mampu menghadirkan topik yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, disampaikan dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami, sehingga menarik berbagai kalangan pendengar.

Sementara itu, Program Obrolan Budaya dan Mozaik Budaya lebih berfokus pada pembahasan nilai-nilai budaya dan tradisi. Kedua program ini memiliki pendengar yang cukup setia, namun segmentasinya lebih terbatas pada pendengar yang memiliki minat khusus terhadap budaya. Interaksi pendengar dalam program ini cenderung bersifat informatif dan tidak sebanyak Program Baribassa.

Program Acara *Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, dan Makkelong* menonjolkan unsur budaya lokal dari berbagai daerah. Program ini berperan penting dalam pelestarian budaya, namun daya tariknya lebih kuat pada komunitas tertentu. Partisipasi pendengar tetap ada, tetapi tidak sebesar Program *Baribassa* yang bersifat lebih umum dan menghibur.

Program Acara *Pro Dangdut* memiliki daya tarik tersendiri, terutama bagi pendengar pecinta musik dangdut. Interaksi pendengar biasanya berupa permintaan lagu dan salam, sehingga sifatnya lebih hiburan. Meskipun memiliki penggemar yang cukup banyak, interaksi dan kedalaman pembahasan tidak seaktif Program *Baribassa*.

Program Acara *Kelongta' Rong* menggabungkan unsur hiburan dan budaya lokal dengan interaksi pendengar yang cukup aktif. Program ini mampu membangun kedekatan antara penyiar dan pendengar, namun dari segi jumlah peminat, masih berada di bawah Program *Baribassa* yang memiliki jangkauan pendengar lebih luas. Dengan demikian, disimpulkan bahwa meskipun semua program memiliki keunikan dan fungsi masing-masing, Program *Baribassa* merupakan program yang paling banyak

diminati pendengar. Hal ini disebabkan oleh konsep acara yang lebih fleksibel, interaktif, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, sehingga mampu menarik perhatian dan partisipasi pendengar dari berbagai latar belakang.

d. Peningkatan Jumlah Pendengar

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Jono selaku pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“Kepuasan itu relatif tapi apa yg selama ini materi yg disampaikan sangat membantu, Namun masih banyak budaya-budaya kita yang belum tersentuh terekspos mungkin perlu digali lagi”.¹⁰⁰

Adapun bapak Ismail selaku pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“Kepuasan itu relatif tapi apa yg selama ini materi yg disampaikan sangat membantu, Namun masih banyak budaya-budaya kita yang belum tersentuh terekspos mungkin perlu digali lagi”.¹⁰¹

Berdasarkan pendapat Pak Jono dan Pak Ismail, dapat disimpulkan bahwa secara umum pendengar merasa puas terhadap materi dan konten siaran yang disajikan. Materi yang disampaikan dinilai bermanfaat, terutama dalam membantu pendengar memahami budaya lokal serta mendapatkan informasi yang relevan. Namun, masih terdapat masukan bahwa ekspos budaya lokal belum sepenuhnya tergali, sehingga diperlukan pengembangan konten agar lebih banyak budaya yang dapat diangkat dan diperkenalkan kepada pendengar.

¹⁰⁰Jono, Pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar, Wawancara di Kota Makassar Rabu 25 Juni 2025.

¹⁰¹Ismail, Pendengar Radio PRO 4 RRI Makassar, Wawancara di Kota Makassar Rabu 25 Juni 2025.

Selain itu, kualitas penyiar juga mendapat penilaian positif. Penyiar dinilai memiliki suara yang enak didengar, pembawaan yang santai namun tetap sopan, serta mampu menciptakan suasana siaran yang nyaman. Interaksi antara penyiar dan pendengar, khususnya melalui WhatsApp, menjadi faktor penting dalam membangun kedekatan dan meningkatkan kepuasan pendengar. Meskipun terdapat beberapa bagian siaran yang terasa monoton, secara keseluruhan pendengar merasa terhibur dan puas dengan program yang disajikan.

e. Kepuasan Pendengar terhadap Konten dan Penyiar

Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Hariyanti selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“jadi tantangannya itu lebih ke bagaimana kita menyapa pendengar yang mungkin secara jarak tidak bisa kita jangkau langsung. Mereka kan ada di berbagai daerah, bahkan mungkin di pelosok yang jauh dari kota. Nah, karena nggak bisa bertemu langsung, maka cara satu-satunya ya lewat udara melalui siaran langsung. Menyapa mereka saat on-air itu jadi momen penting buat membangun kedekatan, walaupun hanya lewat suara. Kita harus bisa bikin mereka merasa disapa secara pribadi, seolah-olah kita ada di dekat mereka, padahal kita sebenarnya di studio”.¹⁰²

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Richard selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“begini saya tidak pernah menganggap itu sebagai tantangan, tapi sebagai sebuah kesempatan. Bagaimana kesempatan disetiap-setiap saya siaran itu selalu berkesan ke pendengar”.¹⁰³

Sebagaimana hasil wawancara bapak Ruslan selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

¹⁰²Hariyanti, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Senin, 16 Juni 2025.

¹⁰³Richard, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Selasa 17 Juni 2025.

“tantangannya itu, bagaimana membahas tentang materi-materi siaran yang lebih ke anak-anak milenial itu karna ini adalah budaya akhirnya kita harus cari memang pormasi khusus untuk dinikmati oleh anak-anak muda juga melalui media sosial. Tapi caranya itu tadi mempertahankan pendengar itu harus siap menjadi pendengar dari keluh kesah yang menjadi kebutuhannya apa yang perlu di perbaiki”.¹⁰⁴

Pernyataan diatas dapat diketahui bahwa tantangan dalam siaran radio tidak hanya terletak pada aspek teknis, tetapi juga pada bagaimana membangun kedekatan emosional dengan pendengar dari berbagai wilayah, termasuk pelosok yang tidak terjangkau secara langsung. Hariyanti menekankan pentingnya menyapa pendengar melalui suara sebagai upaya menciptakan kehangatan dan kedekatan meski terbatas oleh jarak. Sementara itu, Richard memandang tantangan bukan sebagai hambatan, melainkan sebagai peluang untuk menjadikan setiap momen siaran sebagai pengalaman yang berkesan bagi pendengar. Di sisi lain, Ruslan menyoroti tantangan dalam menjangkau generasi milenial, yang memerlukan pendekatan dan format siaran khusus agar tetap relevan, termasuk melalui pemanfaatan media sosial. Ketiganya menunjukkan bahwa keberhasilan siaran bergantung pada kemampuan penyiar dalam beradaptasi, membangun koneksi emosional, dan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi audiens lintas generasi dan wilayah. Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Dewi Satryani

selaku Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“tantangannya itu, banyaknya persaingan antar media yang ada di makassar sulawesi selatan termasuk dimediaa sosial”¹⁰⁵

¹⁰⁴Ruslan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 18 Juni 2025.

¹⁰⁵Dewi Satryani, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Kamis 19 Juni 2025.

Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Febryan selaku Pranata

Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI menyatakan bahwa:

“Bagaimana membuat dan mengemas program acara radio sedemikian menarik mengikuti tren kekinian dan juga tidak hanya mendengarkan tapi siaran radio juga dapat dilihat secara visual melalui *streaming*”.¹⁰⁶

Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Wahyuni Kadir selaku

Koordinator Pengelola PRO 4 RRI Makassar menyatakan bahwa:

“tantangannya itu, yaitu bisa mempertahankan program-program untuk berkesinambungan. Program acara siaran luar itu untuk memperkenalkan RRI itu bisa berkesinambungan kemudian, tantangannya di era sekarang karna orang lebih dengar handphone lebih banyak dengar di youtube untuk dengar musik. Nah tantangannya itu disitu bagaimana para pendengar bisa tetap stay di era globalisasi atau di era digital saat ini. Kami harus sering mensosialisasikan itu di konten media.”¹⁰⁷

Hasil pernyataan narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa tantangan utama siaran radio di era digital saat ini adalah meningkatnya persaingan dengan berbagai media, khususnya media sosial dan platform digital lainnya. Dewi Satryani menyoroti ketatnya kompetisi antar media di makassar dan sulawesi selatan, termasuk dominasi media sosial sebagai sumber informasi dan hiburan. Febryan menekankan pentingnya inovasi dalam mengemas program siaran agar tetap menarik dan relevan, seperti dengan memanfaatkan fitur visual melalui streaming agar siaran radio tidak hanya didengar tetapi juga dapat dilihat. Sementara itu, Wahyuni Kadir menyoroti tantangan mempertahankan keberlanjutan program, terutama siaran luar, di tengah kebiasaan masyarakat yang lebih memilih

¹⁰⁶Febryan, Pranata Ahli Muda/ Penyiar PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

¹⁰⁷Wahyuni Kadir, Koordinator PRO 4 RRI, Wawancara di Kota Makassar, Rabu 2 Juli 2025.

mendengarkan musik melalui platform digital seperti youtube. Oleh karena itu, strategi sosialisasi dan adaptasi konten melalui media digital menjadi sangat penting untuk menjaga eksistensi dan daya tarik radio di tengah arus globalisasi dan perubahan perilaku pendengar.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa tantangan penyiar RRI Pro 4 Makassar dalam mempertahankan pendengar meliputi aspek jarak geografis, persaingan media, pergeseran tren konsumsi media, dan kebutuhan generasi muda akan konten yang relevan dan interaktif. Menjawab tantangan ini, para penyiar terus berupaya membangun hubungan personal dengan pendengar, memodernisasi format siaran, serta mengintegrasikan siaran radio ke dalam platform digital secara kreatif dan berkesinambungan.

Penyajian strategi penyiaran dalam bentuk tabel bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai langkah-langkah konkret yang dilakukan oleh penyiar dalam menjalankan program *baribbasa* di RRI Pro 4 Makassar. Tabel ini memuat rangkuman strategi siaran yang meliputi perencanaan isi program, gaya komunikasi, interaksi dengan pendengar, serta pemanfaatan media sosial. Setiap strategi disertai dengan bukti praktik di lapangan dan hasil yang dicapai, sehingga dapat menggambarkan efektivitas pendekatan yang digunakan dalam meningkatkan keterlibatan dan loyalitas audiens.

Untuk memberikan gambaran yang lebih sistematis dan terstruktur mengenai upaya yang dilakukan oleh penyiar dalam meningkatkan

keterlibatan pendengar, berikut disajikan Tabel Rekap Strategi Penyiar Baribbasa RRI Pro 4 Makassar.

Tabel 4.1 Rekap Strategi Penyiar *Baribbasa* RRI Pro 4 Makassar.

Strategi Penyiaran	Bukti Praktik	Hasil / Dampak
1. Penyusunan Tema Kontekstual dan Budaya	- Tema diambil dari isu aktual, momen nasional, dan budaya lokal (Hariyanti, Ruslan, Dewi) - Pendekatan <i>pappaseng</i> & nilai lokal seperti <i>mappasittinaja</i>, <i>sipakatau</i>, dll	- Siaran relevan dengan kehidupan lokal - Meningkatkan minat pendengar lintas wilayah - Pelestarian budaya lokal
2. Gaya Bahasa & Teknik Komunikasi Personal	- Humor (Hariyanti) - Bahasa lokal (Bugis, Makassar, Mandar, Toraja) disisipkan dalam siaran (Ruslan, Dewi) - Penyesuaian gaya formal/santai sesuai jenis program (Hariyanti) - Interaksi hangat seperti teman (Richard)	- Terbangun kedekatan emosional - Pendengar merasa dihargai - Meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pendengar

3. Interaksi Multikanal dengan Pendengar	• Gunakan telepon, WhatsApp, live chat (Dewi, Richard, Ruslan) • Respon cepat & akrab dengan pendengar (Febryan)	• Siaran dua arah • Meningkatkan partisipasi dan loyalitas pendengar • Membangun komunitas pendengar yang aktif
4. Pemanfaatan Media Sosial (FB, IG, YouTube)	• Promosi program via Facebook & Instagram (Wahyuni, Richard) • Cuplikan siaran & <i>behind-the-scenes</i> di YouTube (Hariyanti, Febryan)	• Jangkauan audiens lebih luas • Menarik pendengar generasi muda • Dokumentasi dan rekam jejak siaran
5. Kolaborasi dengan narasumber dan komunitas lokal	• Wawancara tokoh budaya, dinas, komunitas lokal (Wahyuni, Richard) • Promosi kegiatan komunitas melalui siaran (Ruslan, Dewi)	• Konten lebih berbobot dan aktual • Siaran menyentuh kebutuhan masyarakat lokal • Meningkatkan kredibilitas RRI
6. Penyesuaian pola siaran berdasarkan segmentasi waktu	• Jam informatif (pagi), hiburan (sore) – Dewi • Segmen Pro Dangdut jam 3 (Dewi) • Disesuaikan DAS dari pusat (Richard, Ruslan)	• Konten sesuai kebutuhan waktu audiens • Menjaga keseimbangan hiburan dan edukasi • Meningkatkan efektivitas siaran

7. Pendekatan emosional dan sosial	• Membangun hubungan seperti teman udara (Richard) • Menyapa pendengar jauh di pelosok (Hariyanti) • Menghadapi tantangan sebagai peluang (Richard)	• Terbangun loyalitas dan empati • Menumbuhkan rasa memiliki pada RRI • Pendengar dari berbagai daerah tetap terlibat
8. Adaptasi terhadap media digital	• Promosi digital RRI (Wahyuni) • Platform digital seperti RRI Play, HP, medsos aktif	• RRI makin dikenal generasi muda • Menjangkau audiens global melalui platform digital
9. Respons terhadap Kritik Pendengar	• Pak Jono & Pak Ismail: tema kadang Berulang • Harapan agar konten lebih eksploratif	• Menjadi bahan evaluasi tim penyiar • Dorongan untuk menggali budaya daerah lebih dalam
10. Peningkatan Interaksi dan Jumlah Pendengar	• <i>Whatsapp</i> & <i>live chat</i> aktif setiap siaran (semua penyiar) • Mei 2025: pendengar mencapai 155 orang	• Meningkatnya minat partisipasi pendengar • Siaran terasa hidup relevan

Sumber : diolah oleh peneliti tahun 2025

Tren jumlah pendengar PRO 4 RRI Makassar

Strategi penyiaran yang diterapkan dalam program acara di PRO 4 RRI Makassar, penting untuk terlebih dahulu melihat gambaran umum mengenai tren jumlah pendengar dalam beberapa tahun terakhir. Data ini menjadi landasan awal untuk memahami dinamika audiens dan mengukur sejauh mana efektivitas upaya penyiaran yang telah dilakukan. Secara umum, jumlah pendengar PRO 4 RRI Makassar menunjukkan pola fluktuatif dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, tercatat sebanyak 2.318 pendengar. Angka ini kemudian mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2023, yakni mencapai 3.515 pendengar. Namun, tren tersebut tidak sepenuhnya stabil, karena pada tahun 2024 jumlah pendengar menurun menjadi 2.812. Selain itu, jika ditinjau secara lebih rinci berdasarkan data bulanan, variasi jumlah pendengar berkisar antara 118 hingga 457 orang. Fluktuasi ini mencerminkan adanya tantangan sekaligus peluang yang dapat dianalisis lebih lanjut. Oleh karena itu, data tren pendengar ini menjadi indikator penting dalam menilai bagaimana strategi siaran dan pendekatan komunikasi yang diterapkan oleh penyiar dapat mempengaruhi tingkat keterlibatan dan loyalitas audiens. Dengan memahami kecenderungan tersebut, pembahasan mengenai strategi penyiaran selanjutnya akan lebih kontekstual dan relevan terhadap kebutuhan aktual pendengar.

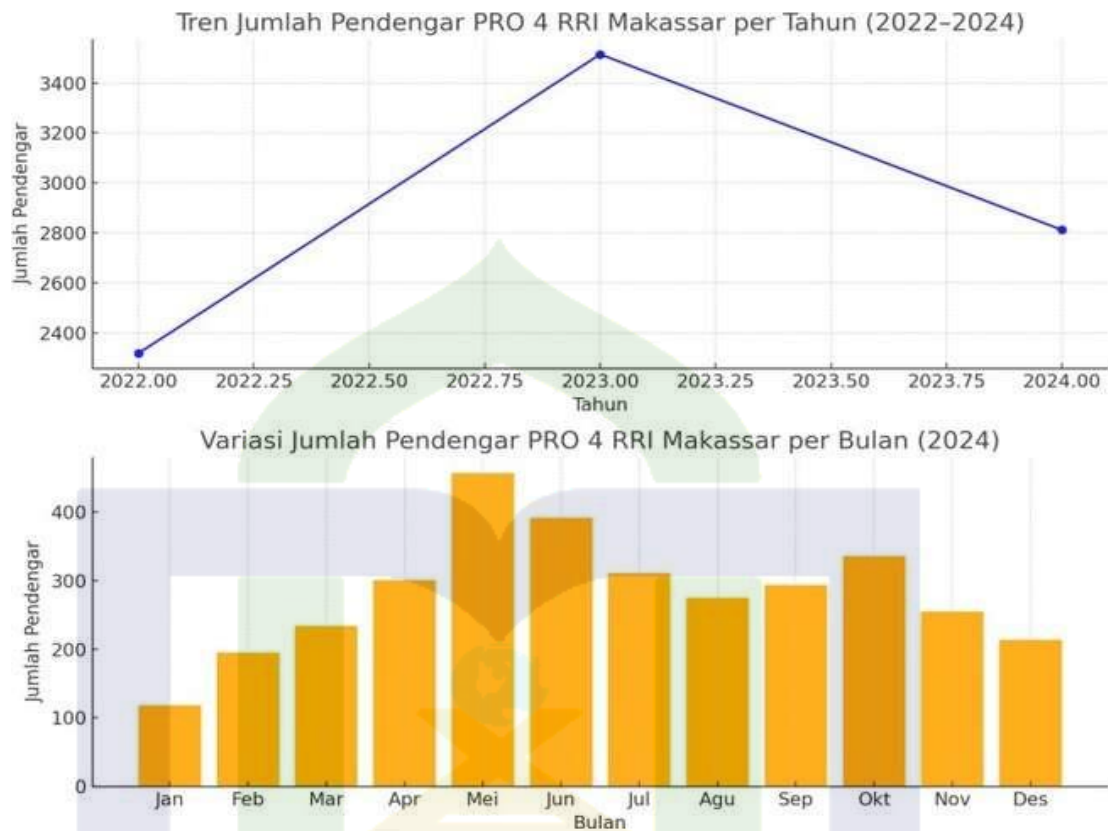
Strategi penyiar pada Program Empat (Pro 4) RRI Makassar memiliki peran penting dalam memengaruhi tren jumlah pendengar. Penyiar tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penggerak minat audiens melalui cara penyampaian, pemilihan bahasa, serta kemampuan membangun interaksi. Setiap program acara memiliki strategi penyiaran yang berbeda, disesuaikan dengan karakter konten dan segmentasi pendengar, sehingga berdampak pada naik turunnya jumlah audiens Pro 4 RRI Makassar.

Pada Program Acara Baribassa, penyiar menerapkan strategi komunikasi yang interaktif dan dekat dengan kehidupan sehari-hari pendengar. Penyiar aktif mengajak pendengar berpartisipasi melalui WhatsApp dan telepon, serta mengangkat topik yang aktual dan relevan. Strategi ini dinilai efektif karena mampu menarik perhatian pendengar dari berbagai kalangan dan berkontribusi besar terhadap peningkatan jumlah pendengar Pro 4. Baribassa menjadi salah satu program yang menunjukkan tren pendengar paling stabil dan cenderung meningkat. Program Acara Obrolan Budaya dan Mozaik Budaya menampilkan strategi penyiaran yang lebih edukatif dan informatif. Penyiar berfokus pada penyampaian materi budaya secara mendalam dengan bahasa yang jelas dan terstruktur. Efektivitas strategi ini terlihat dari konsistensi pendengar yang memiliki minat terhadap budaya lokal. Meskipun tidak mengalami lonjakan pendengar yang signifikan, kedua program ini berperan penting dalam menjaga basis pendengar setia Pro 4 RRI Makassar. Pada Program Acara *Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, dan Makkelong*, penyiar menggunakan pendekatan budaya lokal dengan memanfaatkan bahasa daerah dan narasi tradisional. Strategi ini efektif dalam memperkuat identitas Pro 4 sebagai radio berbasis budaya. Dampaknya terhadap tren pendengar bersifat stabil, terutama dari komunitas dan pendengar yang memiliki kedekatan dengan budaya lokal. Program Acara Pro Dangdut menerapkan strategi hiburan dengan menonjolkan musik dan interaksi ringan. Penyiar membangun suasana siaran yang ceria dan responsif terhadap permintaan lagu pendengar. Efektivitas strategi ini terlihat dari peningkatan pendengar pada jam-jam tertentu, khususnya dari kalangan pecinta musik dangdut, sehingga memberikan kontribusi positif terhadap fluktuasi jumlah pendengar Pro 4. Sementara itu, Program Acara *Kelongta' Rong*

mengombinasikan unsur hiburan dan budaya dengan gaya penyiaran yang santai dan komunikatif. Penyiar secara aktif melibatkan pendengar melalui pembacaan pesan, diskusi ringan, dan respon langsung. Strategi ini efektif dalam membangun kedekatan emosional, yang berdampak pada peningkatan loyalitas pendengar dan membantu menjaga tren pendengar Pro 4 tetap stabil.

Secara keseluruhan dapat kita simpulkan bahwa strategi penyiar pada berbagai program acara Pro 4 RRI Makassar menunjukkan efektivitas yang berbeda-beda terhadap tren jumlah pendengar. Program yang mengedepankan interaksi, relevansi topik, dan gaya penyiaran yang komunikatif cenderung memberikan dampak lebih besar terhadap peningkatan audiens. Dengan demikian, peran penyiar menjadi faktor kunci dalam menjaga eksistensi dan pertumbuhan jumlah pendengar Pro 4 RRI Makassar.

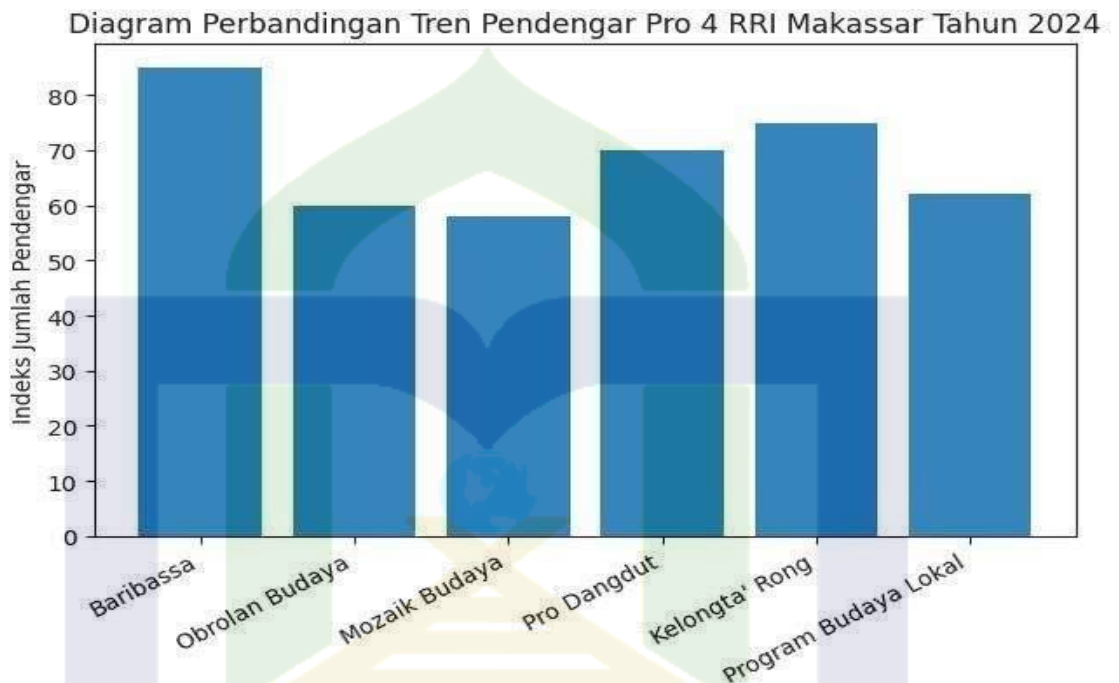
Grafik di bawah ini menunjukkan tren fluktuasi jumlah pendengar PRO 4 RRI Makassar dari tahun 2022 hingga 2024, serta variasi jumlah pendengar per bulan pada tahun 2024. Data mencatat jumlah pendengar sebesar 2.318 orang pada 2022, meningkat menjadi 3.515 pada 2023, dan sedikit menurun menjadi 2.812 pada 2024. Variasi bulanan menunjukkan lonjakan pendengar tertinggi pada Mei (457) dan terendah pada Januari (118).



Sumber : diolah oleh peneliti tahun 2025

Diagram fluktuasi jumlah pendengar PRO 4 RRI Makassar menunjukkan dinamika audiens yang berubah-ubah sepanjang periode pengamatan. Secara tahunan, jumlah pendengar mengalami peningkatan signifikan dari tahun 2022 ke 2023, yang menandakan efektivitas strategi program dan peran penyiar dalam menarik minat pendengar. Namun, pada tahun 2024 terlihat adanya penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, meskipun jumlah pendengar masih lebih tinggi dibandingkan tahun 2022. Secara bulanan pada tahun 2024, pendengar cenderung meningkat dari Januari hingga mencapai puncak pada bulan Mei. Setelah itu terjadi penurunan pada pertengahan tahun, khususnya pada bulan Juli dan Agustus. Menjelang akhir tahun, jumlah pendengar kembali mengalami kenaikan pada Oktober sebelum kembali

menurun pada November dan Desember. Pola fluktuatif ini menunjukkan bahwa minat pendengar dipengaruhi oleh waktu, konten siaran, serta intensitas interaksi antara penyiar dan audiens.



Sumber : diolah oleh peneliti tahun 2025

Diagram perbandingan tren pendengar Pro 4 RRI Makassar tahun 2024 menunjukkan adanya variasi tingkat minat pendengar pada masing-masing program siaran. Program Baribassa menempati posisi tertinggi dengan indeks pendengar sekitar 85, yang mengindikasikan daya tarik yang kuat bagi audiens. Selanjutnya, Kelongtai Rong dan Pro Dangdut juga menunjukkan angka yang relatif tinggi, masing-masing sekitar 75 dan 70, menandakan bahwa program berbasis musik dan budaya lokal masih diminati pendengar. Sementara itu, Obrolan Budaya dan Mozaik Budaya berada pada tingkat yang lebih rendah, yakni sekitar 60 dan 58, yang menunjukkan perlunya strategi pengemasan konten yang lebih inovatif agar dapat meningkatkan keterlibatan pendengar.

Adapun Program Budaya Lokal mencatat indeks sekitar 62, yang berada pada kategori menengah. Secara keseluruhan, diagram ini memperlihatkan bahwa program hiburan dan budaya yang dikemas secara komunikatif cenderung memiliki tren pendengar yang lebih tinggi dibandingkan program yang bersifat diskusi atau informatif murni.

B. Pembahasan Penelitian

1. Strategi Penyiar pada Program Acara Empat RRI Makassar dalam Meningkatkan Pendengar pada Program Acara

a. Penyusunan Tema dan Materi Siaran

Strategi penyiar dalam program acara Empat (Programa 4) RRI Makassar dirancang untuk membangun kedekatan dengan pendengar serta memperluas jangkauan siaran, khususnya dalam konteks pelestarian budaya lokal. Dalam program unggulan seperti *baribbasa*, strategi komunikasi bersifat humanis dan interaktif, dengan mengutamakan pendekatan yang akrab serta penggunaan bahasa yang santai, lugas, dan mudah dipahami oleh masyarakat lintas usia. Penyiar berupaya menciptakan suasana siaran yang hidup melalui gaya bahasa yang disesuaikan dengan konten siaran. Untuk konten informatif, penyiar membawakan dengan gaya lebih formal agar pesan tersampaikan dengan baik. Sedangkan pada konten hiburan, mereka menyisipkan humor dan bahasa lokal, sehingga pendengar merasa terhibur dan terlibat secara emosional. Dalam upaya membangun hubungan dua arah, penyiar juga aktif merespon interaksi pendengar melalui telepon, media sosial, maupun pesan singkat selama siaran berlangsung. Pendengar tidak hanya dianggap sebagai audiens pasif, tetapi sebagai bagian dari dialog yang dibangun secara langsung.

1) Program Acara “*Baribassa*”

Penyusunan tema dan materi siaran pada segmen *baribbasa* Pro 4 RRI Makassar dapat dijelaskan melalui pendekatan teori *uses and gratification*, yang menempatkan pendengar sebagai individu aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Dalam praktiknya, Pro 4 RRI Makassar tidak menyajikan siaran secara satu arah, melainkan merancang tema-tema siaran berdasarkan kebutuhan dan karakteristik pendengarnya. Hal ini terlihat dari pemilihan tema yang relevan dengan isu-isu aktual di masyarakat, serta pendekatan budaya lokal yang kuat, seperti mengangkat nilai-nilai kearifan lokal Bugis-Makassar melalui *pappaseng* atau *mappasittinaja*.

Melalui teori ini, dapat dipahami bahwa pendengar menggunakan media Pro 4 RRI bukan hanya untuk mendapatkan informasi (kebutuhan kognitif), tetapi juga untuk memperkuat identitas budaya mereka (kebutuhan identitas pribadi), menjalin keterhubungan sosial (kebutuhan integrasi sosial), dan mendapatkan hiburan dalam bentuk siaran yang ringan dan mudah dipahami (kebutuhan afektif dan eskapisme). Selain itu, keaktifan pendengar juga difasilitasi melalui berbagai media interaktif seperti telepon, WhatsApp, dan platform digital lainnya, yang memungkinkan mereka berpartisipasi secara langsung dalam siaran. Dengan demikian, Pro 4 RRI Makassar berhasil menerapkan prinsip-prinsip *Uses and Gratification* dengan menjadikan pendengar sebagai pusat perencanaan siaran. Media tidak hanya menjadi alat penyampaian

pesan, tetapi juga menjadi ruang partisipatif yang menjawab berbagai kebutuhan sosial, emosional, dan budaya masyarakat lokal.

2) Program Acara “Obrolan Budaya”

Gaya bahasa dan teknik komunikasi dalam program Obrolan Budaya dilakukan secara santai, ramah, dan mudah dipahami. Penyiar menggunakan bahasa sehari-hari, bahasa daerah, serta gaya berbicara seperti berbincang dengan teman agar pendengar merasa nyaman dan tidak bosan. Selain itu, komunikasi dua arah sangat diutamakan melalui telepon dan pesan singkat sehingga pendengar dapat terlibat langsung. Strategi ini membuat suasana siaran lebih hidup, akrab, dan mampu mendekatkan pendengar dengan budaya yang dibahas.

3) Program Acara “Mozaik Budaya”

Program Mozaik Budaya disajikan dengan gaya bahasa yang ringan, santai, dan mudah dipahami agar sesuai dengan karakter pendengar pagi hari. Penyiar menggunakan bahasa sehari-hari, campuran bahasa Indonesia dan daerah, serta penyampaian yang tidak terlalu panjang agar pendengar tetap nyaman meski sedang beraktivitas. Teknik komunikasi dua arah juga sangat diutamakan melalui pertanyaan, pesan, dan telepon sehingga pendengar merasa dilibatkan. Strategi ini membuat Mozaik Budaya terasa hidup, akrab, dan dekat dengan kehidupan pendengarnya.

4) Program Acara “Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, Dan Makkelong”

Strategi penyiaran pada program budaya seperti *Cobek-Cobekna To Mangkasara*, *Sipatokkong*, *Gadegade'na To Mandar*, *Solata*, dan *Makkelong* dilakukan dengan pendekatan yang santai, dekat dengan kehidupan pendengar, dan menggunakan bahasa daerah yang sederhana. Penyiar menyesuaikan tema dengan usia dan karakter pendengar, menghadirkan cerita sehari-hari, serta melibatkan pendengar secara langsung. Strategi ini membuat program budaya tetap menarik, mudah dipahami, dan diminati oleh berbagai kalangan

5) Program Acara “Pro Dangdut”

Dalam program Pro Dangdut, penyiar memiliki strategi tersendiri dalam menyampaikan siaran agar pendengar merasa dekat dan nyaman. Hardianty menggunakan bahasa santai dan penuh semangat, serta selalu menyapa pendengar secara langsung supaya suasana siaran terasa hangat dan akrab. Dewi Satriany menambahkan bahwa ia kerap memadukan bahasa Indonesia dengan bahasa sehari-hari dan menyelipkan humor ringan, sekaligus mengajak pendengar berinteraksi melalui telepon atau pesan singkat agar komunikasi terasa dua arah. Febryan menekankan penggunaan bahasa yang cepat dan energik, serta aktif memanfaatkan WhatsApp dan media sosial agar pendengar dapat mengirim permintaan lagu dan berbagi cerita singkat. Richard menggunakan pendekatan ngobrol seperti teman, dengan gaya santai dan ramah, sehingga siaran tidak terasa menggurui. Sedangkan Ruslan menambahkan istilah lokal dan bahasa ringan yang mudah dipahami, membuat pendengar lebih dekat dengan musik dangdut dan tetap nyaman mengikuti acara

6) Program Acara “*Kelongta' Rong*”

Pada program *Kelongta' Rong*, penyiar menggunakan gaya bahasa yang sederhana, lembut, dan banyak memakai bahasa daerah agar mudah dipahami dan terasa dekat dengan pendengar. Teknik komunikasi dilakukan secara personal dan emosional dengan mengaitkan kelong yang diputar dengan cerita serta pengalaman pendengar. Pendengar juga dilibatkan melalui pesan dan telepon, sehingga komunikasi berlangsung dua arah dan suasana siaran terasa hangat serta akrab.

Berdasarkan hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa penyusunan Tema dan Materi Siaran Pro 4 RRI Makassar secara konsisten menyusun tema dan materi siaran dengan pendekatan yang kontekstual, fleksibel, dan berbasis budaya lokal. Setiap program dirancang agar dekat dengan kehidupan pendengar melalui bahasa sederhana, nilai budaya, serta isu-isu aktual yang relevan. Penyiar tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kedekatan emosional, melibatkan pendengar secara aktif, dan menyesuaikan gaya siaran dengan karakter program serta waktu siaran. Pemanfaatan media digital dan kerja sama dengan berbagai pihak turut memperkuat jangkauan siaran. Dengan strategi tersebut, Pro 4 RRI Makassar berhasil menjalankan perannya sebagai media publik yang edukatif, partisipatif, dan berperan penting dalam pelestarian serta penguatan budaya lokal.

b. Gaya Bahasa dan Teknik Komunikasi

1) Program Acara “*Baribassa*”

Pendekatan gaya bahasa dan teknik komunikasi yang digunakan dalam program Baribbasa Pro 4 RRI Makassar dapat dianalisis melalui *teori uses and gratification*, yang menekankan bahwa khalayak atau pendengar bersifat aktif dalam memilih media serta cara berkomunikasi yang mampu memenuhi kebutuhan mereka. Dalam konteks ini, para penyiar *baribbasa* secara sadar menerapkan strategi komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga emosional, kultural, dan interaktif untuk menjawab berbagai bentuk kepuasan yang dicari oleh pendengar.

Salah satu bentuk pemenuhan kebutuhan tersebut adalah kebutuhan akan hiburan, yang terlihat dari gaya penyampaian yang santai dan penuh humor, seperti yang dilakukan oleh penyiar Hardianty. Hal ini membuat pendengar merasa nyaman dan terhibur selama mengikuti siaran. Sementara itu, kebutuhan akan identitas dan keterikatan budaya dipenuhi melalui penggunaan bahasa daerah dan penyampaian nilai-nilai lokal seperti pappaseng atau filosofi hidup masyarakat Bugis-Makassar, seperti yang dijelaskan oleh penyiar Ruslan dan Dewi Satriyani. Penyiar secara aktif membangun kedekatan kultural dengan pendengar melalui sapaan dalam dialek lokal, lagu daerah, serta tema-tema yang relevan dengan kehidupan masyarakat Sulawesi Selatan.

Selain itu, kebutuhan akan interaksi sosial dan integrasi personal juga terpenuhi melalui strategi komunikasi yang hangat dan terbuka. Penyiar seperti Richard berusaha menjalin relasi personal dengan pendengar, bahkan di luar siaran, sehingga menciptakan kesan bahwa radio bukan hanya media informasi, tetapi juga menjadi teman yang dapat dipercaya. Fasilitas interaktif seperti sambungan telepon dan media sosial juga memperkuat dimensi partisipatif ini, memungkinkan pendengar untuk turut serta dalam siaran dan menyampaikan pandangan mereka. Kebutuhan akan informasi dan edukasi juga dipenuhi, terutama dalam segmen-segmen yang menyampaikan nilai-nilai budaya dan membahas isu-isu sosial yang dikaitkan dengan kebijakan pemerintah. Hal ini memberikan nilai tambah bagi pendengar yang tidak hanya ingin terhibur, tetapi juga ingin mendapatkan wawasan baru mengenai budaya dan realitas sosial di sekitarnya.

Dengan demikian, gaya bahasa dan teknik komunikasi dalam program *baribbasa* tidak hanya sekadar menyampaikan konten, tetapi telah disusun secara sadar untuk menjawab berbagai kebutuhan audiens sebagaimana dijelaskan dalam teori *uses and gratification*. Pendengar tidak lagi diposisikan sebagai pihak pasif, tetapi sebagai subjek aktif yang mencari kepuasan personal, sosial, kultural, dan emosional dari setiap siaran yang mereka ikuti.

2) Program Acara “Obrolan Budaya”

Gaya bahasa dan teknik komunikasi dalam program Obrolan Budaya dilakukan secara santai, ramah, dan mudah dipahami. Penyiar

menggunakan bahasa sehari-hari, bahasa daerah, serta gaya berbicara seperti berbincang dengan teman agar pendengar merasa nyaman dan tidak bosan. Selain itu, komunikasi dua arah sangat diutamakan melalui telepon dan pesan singkat sehingga pendengar dapat terlibat langsung. Strategi ini membuat suasana siaran lebih hidup, akrab, dan mampu mendekatkan pendengar dengan budaya yang dibahas.

3) Program Mozaik Budaya

Program Mozaik Budaya disajikan dengan gaya bahasa yang ringan, santai, dan mudah dipahami agar sesuai dengan karakter pendengar pagi hari. Penyiar menggunakan bahasa sehari-hari, campuran bahasa Indonesia dan daerah, serta penyampaian yang tidak terlalu panjang agar pendengar tetap nyaman meski sedang beraktivitas. Teknik komunikasi dua arah juga sangat diutamakan melalui pertanyaan, pesan, dan telepon sehingga pendengar merasa dilibatkan. Strategi ini membuat Mozaik Budaya terasa hidup, akrab, dan dekat dengan kehidupan pendengarnya.

4) Program Acara “Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, Dan Makkelong”

Strategi penyiaran pada program budaya seperti *Cobek-Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade'na To Mandar, Solata, dan Makkelong* dilakukan dengan pendekatan yang santai, dekat dengan kehidupan pendengar, dan menggunakan bahasa daerah yang sederhana. Penyiar menyesuaikan tema dengan usia dan karakter pendengar, menghadirkan cerita sehari-hari, serta melibatkan pendengar secara

langsung. Strategi ini membuat program budaya tetap menarik, mudah dipahami, dan diminati oleh berbagai kalangan.

5) Program Acara Pro Dangdut

Dalam program Pro Dangdut, penyiar memiliki strategi tersendiri dalam menyampaikan siaran agar pendengar merasa dekat dan nyaman. Hardianty menggunakan bahasa santai dan penuh semangat, serta selalu menyapa pendengar secara langsung supaya suasana siaran terasa hangat dan akrab. Dewi Satriany menambahkan bahwa ia kerap memadukan bahasa Indonesia dengan bahasa sehari-hari dan menyelipkan humor ringan, sekaligus mengajak pendengar berinteraksi melalui telepon atau pesan singkat agar komunikasi terasa dua arah. Febryan menekankan penggunaan bahasa yang cepat dan energik, serta aktif memanfaatkan WhatsApp dan media sosial agar pendengar dapat mengirim permintaan lagu dan berbagi cerita singkat. Richard menggunakan pendekatan ngobrol seperti teman, dengan gaya santai dan ramah, sehingga siaran tidak terasa menggurui. Sedangkan Ruslan menambahkan istilah lokal dan bahasa ringan yang mudah dipahami, membuat pendengar lebih dekat dengan musik dangdut dan tetap nyaman mengikuti acara.

6) Program Acara “Kelongta’ Rong”

Pada program Kelongta’ Rong, penyiar menggunakan gaya bahasa yang sederhana, lembut, dan banyak memakai bahasa daerah agar mudah dipahami dan terasa dekat dengan pendengar. Teknik komunikasi

dilakukan secara personal dan emosional dengan mengaitkan kelong yang diputar dengan cerita serta pengalaman pendengar. Pendengar juga dilibatkan melalui pesan dan telepon, sehingga komunikasi berlangsung dua arah dan suasana siaran terasa hangat serta akrab.

Program Acara “*Baribassa*” di RRI Pro 4 Makassar menggunakan strategi penyiaran yang beragam, seperti gaya humoris, interaksi hangat, dan penggunaan bahasa lokal, untuk membangun kedekatan emosional dengan pendengar. Program-program seperti “Obrolan Budaya”, “Mozaik Budaya”, “*Cobek Cobekna To Mangkasara*”, dan “Pro Dangdut” menggunakan bahasa sehari-hari, bahasa daerah, dan komunikasi dua arah untuk membuat suasana siaran lebih hidup dan akrab. Pendengar dilibatkan melalui telepon, pesan, dan media sosial, membuat mereka merasa dekat dan terlibat dalam siaran. Koordinator Pro 4, Wahyuni Kadir, menyatakan bahwa efektivitas siaran tinggi, dengan loyalitas pendengar lama dan penambahan pendengar baru.

c. Interaksi dengan Pendengar (Telepon, WhatsApp, Live Chat)

1) Program Acara “*Baribassa*”

Interaksi antara penyiar dan pendengar dalam program *Baribassa* Pro 4 RRI Makassar dapat dijelaskan melalui teori *uses and gratification*, yang menempatkan audiens sebagai pihak aktif dalam memilih media dan isi siaran sesuai dengan kebutuhan pribadi, sosial, dan psikologis mereka. Dalam konteks ini, pendengar tidak hanya menjadi konsumen pasif informasi, melainkan ikut membentuk isi siaran melalui komunikasi dua arah yang dibangun secara intensif oleh para penyiar melalui telepon,

whatsApp, *live chat*, dan media sosial seperti *facebook* dan Instagram. Melalui interaksi ini, pendengar memperoleh kepuasan sosial dan kebutuhan akan integrasi personal. Ketika penyiar seperti Wahyuni, Hariyanti, atau Febryan secara konsisten membaca dan membalas pesan pendengar, bahkan menyebut nama mereka di udara, hal itu menciptakan perasaan dihargai dan diakui. Pendengar merasa menjadi bagian dari komunitas siaran, yang tidak hanya mendengar, tetapi juga didengar. Kebutuhan akan hiburan dan pelarian emosional (*escapism*) juga terpenuhi, karena siaran menjadi ruang untuk bercanda, berbagi cerita, bahkan curhat, seperti yang disampaikan oleh Ruslan dan Richard.

Penggunaan media sosial dan aplikasi chatting memungkinkan pemenuhan kebutuhan akan interaktivitas dan partisipasi aktif, di mana pendengar tidak hanya menyimak konten, tetapi juga memberi komentar, kritik, saran, hingga menentukan arah topik siaran. Ini menunjukkan bahwa program *Baribbasa* tidak hanya menyampaikan informasi satu arah, tetapi membuka ruang dialog yang memperkuat hubungan emosional antara media dan audiens.

2) Program Acara “Obrolan Budaya”

Interaksi dengan pendengar membuat suasana siaran lebih hidup dan menciptakan kedekatan antara penyiar dan pendengar. Pendengar dapat menyapa, menyampaikan pendapat, atau request lagu.

3) Program Mozaik Budaya

Program ini mengenalkan budaya daerah dan tradisi kepada pendengar, menambah pengetahuan dan kepedulian terhadap budaya.

4) Program Acara “Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, Dan Makkelong”

Program ini membahas nilai budaya dan kebiasaan masyarakat daerah, membuat pendengar lebih memahami dan menghargai budaya daerah.

5) Program Acara Pro Dangdut

Interaksi dengan pendengar membuat siaran lebih hidup dan partisipatif Pendengar dapat request lagu, menyapa penyiar, atau berbagi cerita.

6) Program Acara “*Kelongta' Rong*”

Interaksi langsung dengan pendengar membuat siaran lebih seru dan menyenangkan. Pendengar merasa dekat dan terlibat dalam program. Dalam keseluruhan, interaksi dengan pendengar melalui berbagai kanal membuat siaran lebih hidup, hangat, dan partisipatif, serta membuat pendengar merasa dilibatkan dan terlibat dalam program. Dengan demikian, interaksi yang dibangun oleh Pro 4 RRI Makassar membuktikan penerapan nyata teori *uses and gratification*, di mana pendengar memilih untuk terlibat aktif dalam siaran karena media tersebut mampu memenuhi berbagai dimensi kebutuhan mereka: mulai dari hiburan, identitas, interaksi sosial, hingga pemahaman budaya lokal. Pendengar menjadi subjek yang berdaya, bukan sekadar objek komunikasi.

d. Pemanfaatan Media Sosial (*Facebook, Instagram, Youtube*)

1) Program Acara “*Baribassa*”

Pemanfaatan media sosial oleh penyiar Baribbasa Pro 4 RRI Makassar dapat dipahami secara lebih mendalam melalui teori *Uses and Gratification*, yang menekankan bahwa audiens secara aktif menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka, seperti informasi, hiburan, identitas pribadi, dan integrasi sosial. Dalam konteks ini, platform seperti *facebook*, *instagram*, dan *youtube* menjadi perpanjangan dari siaran radio konvensional, yang memungkinkan pendengar mengakses konten secara lebih fleksibel, personal, dan interaktif.

Sebagaimana disampaikan oleh Wahyuni, Hariyanti, dan Richard, media sosial digunakan untuk menyebarluaskan informasi siaran, mempromosikan program, serta mengunggah ulang potongan acara agar bisa diakses kapan saja. Hal ini mencerminkan pemenuhan kebutuhan informatif dan kognitif, karena pendengar dapat memperoleh wawasan mengenai budaya lokal atau isu aktual melalui berbagai platform yang mereka pilih sesuai kenyamanan. Sementara itu, sebagaimana diungkapkan oleh Dewi dan Febryan, *instagram* dan *youtube* juga digunakan untuk menyajikan konten hiburan dan *behind-the-scenes*, yang mampu memenuhi kebutuhan akan hiburan dan identitas pribadi. Pendengar terutama dari kalangan muda dapat merasa terhubung secara emosional dan personal dengan penyiar melalui konten visual, *story*, atau *vlog* yang disajikan secara lebih santai dan akrab.

Penggunaan *facebook* untuk berinteraksi langsung dengan pendengar, seperti disampaikan oleh Ruslan dan Richard, juga

menunjukkan pemenuhan kebutuhan integrasi sosial. Pendengar tidak hanya menjadi penonton pasif, melainkan bisa berpartisipasi aktif melalui komentar, tanggapan, atau sekadar memberikan salam dan pesan. Interaksi ini membangun rasa kebersamaan dan keterikatan antara media, penyiar, dan audiens.

2) Program Acara “Obrolan Budaya”

Program ini memanfaatkan media sosial untuk membagikan cuplikan diskusi, informasi tentang tema berikutnya, dan membuka ruang komentar agar penonton bisa menyampaikan pendapat atau pertanyaan.

3) Program Mozaik Budaya

Program ini menggunakan media sosial untuk membagikan informasi seputar episode, cuplikan diskusi, dan membuka kolom komentar untuk pendapat penonton.

4) Program Acara “Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, Dan Makkelong”

Program ini memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan budaya lokal kepada masyarakat luas dan mendorong partisipasi aktif melalui komentar, like, dan berbagi konten.

5) Program Acara Pro Dangdut

Interaksi dengan pendengar melalui telepon, WhatsApp, live, dan chat membuat siaran lebih hidup dan partisipatif.

6) Program Acara “*Kelongta' Rong*”

Interaksi langsung dengan pendengar melalui telepon, WhatsApp, live, maupun chat membuat siaran lebih seru dan menyenangkan. Dalam

keseluruhan, pemanfaatan media sosial oleh program Baribbasa RRI Pro 4 Makassar merupakan langkah strategis dalam memperluas jangkauan audiens dan membangun hubungan yang lebih erat dengan pendengar di era digital. Dengan demikian, strategi pemanfaatan media sosial oleh Pro 4 RRI Makassar sepenuhnya sejalan dengan prinsip teori *uses and gratification*, di mana audiens dilayani sebagai individu aktif yang menggunakan media untuk memenuhi beragam kebutuhannya. Media sosial menjadi saluran alternatif yang memperkuat fungsi edukatif, informatif, komunikatif, dan kultural dari siaran radio, menjadikan Baribbasa tidak hanya sebagai program siaran, tetapi juga sebagai ruang interaksi publik yang adaptif terhadap perubahan zaman.

e. Kerjasama dengan Narasumber/Komunitas Lokal

Dalam konteks teori *uses and gratification*, kerja sama antara RRI Pro 4 Makassar dengan narasumber dan komunitas lokal pada program *baribbasa* mencerminkan pemenuhan kebutuhan audiens dalam aspek informasi, integrasi sosial, dan identitas personal. Teori ini menjelaskan bahwa khalayak secara aktif memilih media dan isi siaran untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam hal ini, keterlibatan narasumber yang kompeten dan komunitas lokal yang relevan membuat konten siaran menjadi lebih otentik, bermakna, dan sesuai dengan realitas sosial budaya pendengar.

1) Program Acara “Baribassa”

Ketika narasumber menyampaikan informasi dari institusi resmi atau tokoh masyarakat, pendengar mendapatkan kepuasan kognitif berupa pengetahuan baru yang kredibel. Sementara itu, pelibatan komunitas

lokal, seperti dalam kegiatan sosial dan budaya, menciptakan rasa kedekatan dan keterlibatan emosional antara media dan audiens, sehingga memenuhi kebutuhan integrasi sosial dan afiliasi. Pendengar merasa bahwa suara dan kepentingan komunitas mereka diwakili, yang memperkuat loyalitas terhadap program *baribbasa*.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi siaran yang diterapkan oleh penyiar program *baribbasa* terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pendengar. Pendekatan personal, penggunaan *branding personality*, serta komunikasi yang hangat dan relevan dengan kehidupan sosial budaya pendengar menjadi kunci utama keberhasilan siaran. Strategi ini bukan hanya menciptakan hubungan emosional yang kuat antara penyiar dan audiens, tetapi juga menjadikan siaran lebih bermakna, partisipatif, dan mampu membangun rasa memiliki di kalangan pendengar.

2) Program Acara “Obrolan Budaya”

Program ini aktif menjalin kerjasama dengan narasumber dan komunitas lokal untuk menghadirkan konten budaya yang autentik dan menarik.

3) Program Mozaik Budaya

Program ini menjalin kerjasama dengan narasumber dan komunitas lokal untuk menghadirkan konten budaya yang autentik dan menarik.

4) Program Acara “Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, Dan Makkelong”

Program ini aktif menjalin kerjasama dengan narasumber dan komunitas lokal untuk menghadirkan konten budaya yang autentik dan menarik.

5) Program Acara Pro Dangdut

Program ini menjalin kerjasama dengan narasumber dan komunitas lokal untuk menghadirkan siaran yang lebih menarik dan dekat dengan pendengar. Dalam keseluruhan, kerjasama dengan narasumber dan komunitas lokal merupakan elemen penting dalam mendukung kualitas dan kedekatan siaran dengan masyarakat. Kerjasama ini tidak hanya memperkaya konten, tetapi juga memperkuat hubungan antara program dengan masyarakat dan komunitas lokal. Lebih jauh lagi, ketika topik-topik lokal yang dibahas menyentuh nilai-nilai budaya dan kehidupan sehari-hari, hal ini juga menjawab kebutuhan akan identitas personal, di mana pendengar merasa bangga dan terwakili sebagai bagian dari komunitas budaya tertentu. Oleh karena itu, kerja sama ini tidak sekadar menjadi strategi produksi siaran, tetapi menjadi jembatan antara media dan masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial audiens, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka teori *Uses and Gratification*.

Selain itu, efektivitas penyiar juga terlihat dari kemampuannya membaca perkembangan isu-isu aktual di masyarakat dan menjadikannya sebagai bahan siaran yang kontekstual. Strategi ini membuat konten siaran terasa segar dan berdaya tarik tinggi. Penyiar juga

melakukan pendekatan langsung ke ruang publik melalui siaran luar studio untuk menjangkau audiens baru, khususnya generasi muda. Semua upaya ini menjadikan program lebih dinamis dan meningkatkan loyalitas serta jumlah pendengar secara berkelanjutan.

2. Analisis Efektivitas yang ditampilkan oleh penyiar untuk meningkatkan audiens dalam program siaran

Efektivitas yang ditampilkan oleh penyiar dalam meningkatkan audiens pada program siaran tercermin dari kemampuan mereka dalam membangun komunikasi yang interaktif dan menyenangkan. Penyiar tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menghadirkan suasana akrab dengan gaya penyampaian yang menarik, penuh humor, atau empati, sesuai dengan karakter program dan kebutuhan pendengar. Ketepatan memilih topik, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, serta kemampuan membaca respons audiens, menjadi kunci utama dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendengar secara konsisten.

Dalam upaya mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan media yang semakin ketat, RRI Pro 4 Makassar menerapkan berbagai strategi penyiaran yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah serta loyalitas audiens. Salah satu strategi paling efektif yang diakui oleh para penyiar adalah pendekatan berbasis budaya lokal, di mana siaran tidak hanya menyampaikan informasi atau hiburan semata, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kearifan lokal yang dekat dengan kehidupan masyarakat.

Strategi lain yang juga dianggap efektif adalah kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti universitas, instansi pemerintah, serta komunitas budaya.

Melalui kerja sama ini, RRI tidak hanya memperluas cakupan konten, tetapi juga menjangkau audiens baru dari berbagai latar belakang. Program-program hasil kolaborasi biasanya lebih kaya konten dan aktual, yang membuat siaran semakin relevan dan menarik. Dengan menggabungkan pendekatan budaya lokal, gaya komunikasi yang akrab, interaktivitas digital, serta kolaborasi strategis, RRI Pro 4 Makassar mampu memperkuat hubungan dengan audiensnya dan secara berkelanjutan meningkatkan jumlah serta loyalitas pendengarnya. Strategi-strategi ini menunjukkan bahwa radio tetap memiliki daya tarik kuat, terutama bila mampu beradaptasi dengan dinamika sosial dan teknologi tanpa kehilangan identitas lokalnya.

Strategi siaran yang efektif harus tetap menjaga kesantunan dan keramahan penyiar terhadap pendengar, termasuk dalam pemenuhan permintaan lagu. Ia juga menekankan pentingnya pemilihan lagu daerah yang kekinian namun tetap mengandung nilai edukatif dan positif. Pendekatan ini menunjukkan bahwa program tidak hanya menjalin kedekatan, tetapi juga menjaga kualitas isi siaran sebagai bentuk tanggung jawab media

Upaya membangun kedekatan antara penyiar dan pendengar menjadi aspek penting dalam menjaga loyalitas audiens RRI Pro 4 Makassar. Hariyanti menunjukkan bahwa pendekatan konten yang menyentuh kehidupan pendengar dan lingkungan mereka efektif membangun ikatan emosional. Richard memperkuat hal ini dengan menjadikan pendengar bukan sekadar audiens, melainkan teman ngobrol yang diperlakukan dengan sapaan pribadi, humor, dan interaksi dua arah melalui berbagai platform. Ruslan menilai kedekatan ini dapat diukur melalui partisipasi aktif pendengar, baik lewat telepon maupun media

sosial, serta pencatatan data keterlibatan. Sementara itu, Dewi Satriyani menyoroti hubungan emosional yang terbentuk, baik dengan pendengar yang datang langsung ke studio maupun yang berinteraksi melalui media, menunjukkan bahwa komunikasi dapat terbangun meskipun tanpa pertemuan fisik. Febryan menambahkan bahwa segmen Baribbasa terbukti mampu menarik banyak audiens dari berbagai kalangan, baik dari komunitas maupun masyarakat umum.

Dari sisi manajerial, Koordinator Pro 4 RRI Makassar menekankan pentingnya strategi penyiar yang ramah dan responsif terhadap permintaan pendengar, terutama dalam hal pemutaran lagu daerah yang tetap mempertahankan nilai-nilai edukatif dan positif. Secara keseluruhan, strategi komunikasi interpersonal, adaptasi konten yang relevan, dan penghargaan terhadap partisipasi pendengar menjadi kunci dalam menciptakan kedekatan yang berkelanjutan antara penyiar dan audiens.

a. Persepsi Pendengar

1) Program Acara “Baribbasa”

Strategi yang paling efektif untuk meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens Baribbasa adalah interaksi langsung antara penyiar dan pendengar serta penyajian konten yang menarik dan relevan. Dengan menyapa pendengar, menanggapi pesan, membuka ruang partisipasi, dan menghadirkan konten yang sesuai minat audiens, pendengar merasa dihargai, dilibatkan, dan memiliki keterikatan emosional dengan program. Hal ini membuat mereka lebih tertarik untuk terus mengikuti siaran secara rutin.

2) Program Acara “Obrolan Budaya”

Strategi yang paling efektif untuk meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens Obrolan Budaya adalah menghadirkan narasumber dan komunitas lokal yang berkompeten serta melibatkan pendengar secara aktif melalui pertanyaan, komentar, atau diskusi. Strategi ini dianggap efektif karena membuat program lebih autentik, interaktif, dan menarik, sehingga pendengar merasa dihargai, mendapatkan pengalaman dan pengetahuan baru, serta lebih termotivasi untuk terus mengikuti siaran secara rutin.

3) Program Acara “Mozaik Budaya”

Strategi yang paling efektif untuk meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens Mozaik Budaya adalah menghadirkan narasumber dan komunitas lokal yang berkompeten serta melibatkan pendengar secara aktif melalui pertanyaan, komentar, atau diskusi. Strategi ini dianggap efektif karena membuat program lebih autentik, interaktif, dan menarik, sehingga pendengar merasa dihargai, mendapatkan pengalaman dan pengetahuan baru, serta lebih termotivasi untuk terus mengikuti siaran secara rutin.

4) Program Acara “Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, Dan Makkelong”

Strategi penyiar yang paling efektif dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens pada program “*Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, Dan Makkelong*” adalah menghadirkan narasumber dan komunitas lokal serta menyajikan konten secara interaktif. Strategi ini efektif karena membuat siaran lebih hidup, menarik, dan relevan dengan budaya lokal, sehingga pendengar merasa

dilibatkan, dekat dengan acara, dan terdorong untuk terus mengikuti program secara rutin.

5) Program Acara “Pro Dangdut”

Strategi penyiar yang paling efektif dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens pada program “Pro Dangdut” adalah kombinasi interaksi langsung dengan pendengar melalui telepon, chat, atau WhatsApp, serta menghadirkan konten yang variatif dan melibatkan musisi atau komunitas lokal. Strategi ini efektif karena membuat siaran terasa lebih dekat, personal, hidup, dan menarik, sehingga pendengar merasa dilibatkan dan terdorong untuk mengikuti program secara rutin.

6) Program Acara “*Kelongta’ Rong*”

Efektivitas penyiar dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens pada program siaran “*Kelongta’ Rong*” terletak pada kemampuan membangun interaksi dan komunikasi dua arah dengan pendengar. Strategi yang melibatkan pendengar secara langsung, seperti membuka kesempatan untuk berkomunikasi, membaca pesan, serta mengajak berbincang, mampu menciptakan rasa dihargai dan kedekatan emosional. Selain itu, penyajian konten yang menarik dan sesuai dengan minat pendengar semakin memperkuat keterlibatan audiens.

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis, strategi penyiaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens pada program-program di Pro 4 RRI Makassar adalah interaksi langsung dengan pendengar melalui telepon, chat, atau WhatsApp, penyajian konten yang menarik, relevan, dan variatif, menghadirkan narasumber dan komunitas

lokal yang berkompeten, melibatkan pendengar secara aktif melalui pertanyaan, komentar, atau diskusi, menggunakan bahasa lokal dan gaya komunikasi yang santai dan ramah, mengkombinasikan konten dengan hiburan, seperti musik dan cerita, serta membuka ruang partisipasi dan membuat pendengar merasa dihargai dan dilibatkan. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, Pro 4 RRI Makassar dapat meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens, serta memperkuat peranannya sebagai media publik yang edukatif, partisipatif, dan berperan penting dalam pelestarian serta penguatan budaya lokal.

b. Jumlah interaksi dan Partisipasi Pendengar

1) Program Acara “Baribassa”

Keterlibatan pendengar dalam program Baribassa tidak hanya tinggi secara kuantitas, tetapi juga berkualitas dalam bentuk komunikasi yang aktif, emosional, dan berkesinambungan. Pendengar terlibat dengan menyampaikan pendapat, pertanyaan, serta pengalaman budaya melalui media WhatsApp, telepon, dan live chat. Interaksi ini memberikan dampak positif terhadap jalannya siaran karena membuat suasana acara lebih hidup, interaktif, dan menarik. Selain itu, partisipasi pendengar juga memperkaya isi pembahasan budaya yang disampaikan oleh penyiar. Melalui komunikasi dua arah ini, tercipta kedekatan antara penyiar, pendengar, dan narasumber, sehingga pendengar merasa dihargai dan menjadi bagian dari program “Baribassa”.

2) Program Acara “Obrolan Budaya”

Interaksi dan partisipasi pendengar dalam program acara “Obrolan Budaya” berlangsung secara aktif dan berkelanjutan. Pendengar tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga ikut terlibat dalam diskusi dengan menyampaikan pendapat, pertanyaan, dan pengalaman melalui media WhatsApp, telepon, dan live chat. Interaksi tersebut memberikan pengaruh positif terhadap kualitas siaran karena membuat suasana acara lebih hidup, komunikatif, dan menarik. Selain itu, keterlibatan pendengar juga memperkaya isi pembahasan budaya yang disampaikan oleh penyiar. Melalui komunikasi dua arah ini, tercipta kedekatan emosional antara penyiar, pendengar, dan narasumber, sehingga pendengar merasa dihargai dan menjadi bagian dari program “Obrolan Budaya”.

3) Program Acara “Mozaik Budaya”

Interaksi dan partisipasi pendengar dalam program acara “Mozaik Budaya” berlangsung secara aktif. Pendengar terlibat dengan menyampaikan pendapat, pertanyaan, serta pengalaman budaya melalui media WhatsApp, telepon, dan live chat. Interaksi tersebut memberikan dampak positif terhadap jalannya siaran karena membuat suasana acara lebih hidup, menarik, dan komunikatif. Selain itu, partisipasi pendengar juga memperkaya isi pembahasan budaya yang disampaikan oleh penyiar. Melalui komunikasi dua arah ini, tercipta kedekatan antara penyiar, pendengar, dan narasumber, sehingga pendengar merasa dihargai dan menjadi bagian dari program “Mozaik Budaya”.

4) Program Acara “Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, Dan Makkelong”

Interaksi dan partisipasi pendengar dalam program “*Cobek-Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, dan Makkelong*” berlangsung secara aktif dan beragam. Pendengar terlibat dengan menyampaikan pendapat, bertanya, dan berbagi pengalaman budaya melalui media WhatsApp, telepon, dan live chat. Interaksi ini memberikan dampak positif terhadap siaran karena membuat suasana acara lebih hidup, interaktif, dan menarik. Selain itu, partisipasi pendengar juga memperkaya pembahasan budaya yang disampaikan oleh penyiar. Melalui komunikasi dua arah, tercipta kedekatan emosional antara penyiar, pendengar, dan narasumber, sehingga pendengar merasa dihargai dan menjadi bagian dari program budaya ini.

5) Program Acara “Pro Dangdut”

Interaksi dan partisipasi pendengar dalam program “Pro Dangdut” berlangsung secara aktif dan beragam. Pendengar terlibat dengan mengirim request lagu, ucapan, pertanyaan, dan komentar melalui media WhatsApp, telepon, dan live chat. Interaksi ini memberikan pengaruh positif terhadap siaran karena membuat acara lebih hidup, menarik, dan interaktif. Selain itu, partisipasi pendengar membantu penyiar menyesuaikan isi siaran dengan selera audiens. Melalui komunikasi dua arah ini, tercipta kedekatan emosional antara penyiar dan pendengar, sehingga pendengar merasa dihargai dan menjadi bagian dari program Pro Dangdut.

6) Program Acara “*Kelongta' Rong*”

Interaksi dan partisipasi pendengar dalam Program Acara *Kelongta' Rong* berjalan dengan baik dan aktif. Pendengar tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga ikut terlibat secara langsung melalui pengiriman pesan, tanggapan, cerita, serta permintaan lagu selama siaran berlangsung. Media yang paling banyak digunakan dalam interaksi tersebut adalah *WhatsApp*, kemudian didukung oleh telepon dan live chat. Interaksi yang terjalin memberikan pengaruh positif terhadap jalannya siaran, karena membantu penyiar menciptakan suasana yang lebih hidup, komunikatif, dan tidak monoton. Selain itu, komunikasi dua arah ini juga membangun kedekatan emosional antara penyiar dan pendengar, sehingga tercipta hubungan yang akrab dan rasa kebersamaan. Dengan adanya interaksi yang baik dan berkelanjutan, Program Acara *Kelongta' Rong* mampu meningkatkan kualitas siaran serta memperkuat loyalitas pendengar terhadap program tersebut.

Keseluruhan, program-program di Pro 4 RRI Makassar memiliki interaksi dan partisipasi pendengar yang aktif dan beragam, dengan menggunakan media *WhatsApp*, telepon, dan live chat. Interaksi ini memberikan dampak positif terhadap siaran karena membuat suasana acara lebih hidup, interaktif, dan menarik, serta memperkaya isi pembahasan budaya yang disampaikan oleh penyiar.

c. Peningkatan Jumlah Pendengar

1) Program Acara “Baribassa”

Program Baribassa menunjukkan tingkat ketertarikan pendengar yang paling tinggi dibandingkan program lainnya. Hal ini terlihat dari

jumlah partisipasi pendengar yang lebih banyak, baik melalui pesan WhatsApp, telepon, maupun interaksi langsung saat siaran berlangsung. Program ini dinilai mampu menghadirkan topik yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, disampaikan dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami, sehingga menarik berbagai kalangan pendengar.

2) Program Acara “Obrolan Budaya”

Program Obrolan Budaya dan Mozaik Budaya lebih berfokus pada pembahasan nilai-nilai budaya dan tradisi. Kedua program ini memiliki pendengar yang cukup setia, namun segmentasinya lebih terbatas pada pendengar yang memiliki minat khusus terhadap budaya. Interaksi pendengar dalam program ini cenderung bersifat informatif dan tidak sebanyak Program Baribassa.

3) Program Acara “Mozaik Budaya”

Program Mozaik Budaya memiliki pendengar yang cukup setia, namun segmentasinya lebih terbatas pada pendengar yang memiliki minat khusus terhadap budaya. Interaksi pendengar dalam program ini cenderung bersifat informatif dan tidak sebanyak Program Baribassa.

4) Program Acara “Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, Dan Makkelong”

Program Acara *Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, dan Makkelong* menonjolkan unsur budaya lokal dari berbagai daerah. Program ini berperan penting dalam pelestarian budaya, namun daya tariknya lebih kuat pada komunitas

tertentu. Partisipasi pendengar tetap ada, tetapi tidak sebesar Program Baribassa yang bersifat lebih umum dan menghibur.

5) Program Acara “Pro Dangdut”

Program Acara Pro Dangdut memiliki daya tarik tersendiri, terutama bagi pendengar pecinta musik dangdut. Interaksi pendengar biasanya berupa permintaan lagu dan salam, sehingga sifatnya lebih hiburan. Meskipun memiliki penggemar yang cukup banyak, interaksi dan kedalaman pembahasan tidak seaktif Program Baribassa.

6) Program Acara “*Kelongta' Rong*”

Program Acara *Kelongta' Rong* menggabungkan unsur hiburan dan budaya lokal dengan interaksi pendengar yang cukup aktif. Program ini mampu membangun kedekatan antara penyiar dan pendengar, namun dari segi jumlah peminat, masih berada di bawah Program Baribassa yang memiliki jangkauan pendengar lebih luas.

Keseluruhan, meskipun semua program memiliki keunikan dan fungsi masing-masing, Program Baribassa merupakan program yang paling banyak diminati pendengar. Hal ini disebabkan oleh konsep acara yang lebih fleksibel, interaktif, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, sehingga mampu menarik perhatian dan partisipasi pendengar dari berbagai latar belakang.

d. Kepuasan Pendengar terhadap Konten dan Penyiar

1) Program Acara “Baribassa”

Pendengar merasa puas terhadap materi dan konten siaran yang disajikan. Materi yang disampaikan dinilai bermanfaat, terutama dalam membantu pendengar memahami budaya lokal serta mendapatkan informasi yang relevan. Penyiar dinilai memiliki suara yang enak didengar, pembawaan yang santai namun tetap sopan, serta mampu menciptakan suasana siaran yang nyaman.

2) Program Acara “Obrolan Budaya”

Pendengar merasa puas terhadap materi dan konten siaran yang disajikan. Materi yang disampaikan dinilai bermanfaat, terutama dalam membantu pendengar memahami budaya lokal serta mendapatkan informasi yang relevan. Penyiar dinilai memiliki suara yang enak didengar, pembawaan yang santai namun tetap sopan, serta mampu menciptakan suasana siaran yang nyaman.

3) Program Acara “Mozaik Budaya”

Pendengar merasa puas terhadap materi dan konten siaran yang disajikan. Materi yang disampaikan dinilai bermanfaat, terutama dalam membantu pendengar memahami budaya lokal serta mendapatkan informasi yang relevan. Penyiar dinilai memiliki suara yang enak didengar, pembawaan yang santai namun tetap sopan, serta mampu menciptakan suasana siaran yang nyaman.

4) Program Acara “Cobek Cobekna To Mangkasara, Sipatokkong, Gadegade Na To Mandar, Solata, Dan Makkelong”

Pendengar merasa puas terhadap materi dan konten siaran yang disajikan. Materi yang disampaikan dinilai bermanfaat, terutama dalam

membantu pendengar memahami budaya lokal serta mendapatkan informasi yang relevan. Penyiar dinilai memiliki suara yang enak didengar, pembawaan yang santai namun tetap sopan, serta mampu menciptakan suasana siaran yang nyaman.

5) Program Acara “Pro Dangdut”

Pendengar merasa puas terhadap materi dan konten siaran yang disajikan. Materi yang disampaikan dinilai bermanfaat, terutama dalam membantu pendengar memahami budaya lokal serta mendapatkan informasi yang relevan. Penyiar dinilai memiliki suara yang enak didengar, pembawaan yang santai namun tetap sopan, serta mampu menciptakan suasana siaran yang nyaman.

6) Program Acara “*Kelongta' Rong*”

Pendengar merasa puas terhadap materi dan konten siaran yang disajikan. Materi yang disampaikan dinilai bermanfaat, terutama dalam membantu pendengar memahami budaya lokal serta mendapatkan informasi yang relevan. Penyiar dinilai memiliki suara yang enak didengar, pembawaan yang santai namun tetap sopan, serta mampu menciptakan suasana siaran yang nyaman.

Keseluruhan, pendengar merasa puas terhadap materi dan konten siaran yang disajikan. Materi yang disampaikan dinilai bermanfaat, terutama dalam membantu pendengar memahami budaya lokal serta mendapatkan informasi yang relevan. Penyiar dinilai memiliki suara yang enak didengar, pembawaan yang santai namun tetap sopan, serta mampu menciptakan suasana siaran yang nyaman.

e. Hambatan yang Dihadapi Penyiar

Tantangan penyiar radio meliputi membangun kedekatan emosional dengan pendengar dari berbagai wilayah, menjangkau generasi milenial dengan pendekatan dan format siaran khusus, serta menghadapi persaingan antar media di Makassar, Sulawesi Selatan. Selain itu, penyiar juga harus membuat program acara radio yang menarik dan mengikuti tren kekinian, serta mempertahankan program-program siaran yang berkesinambungan. Mensosialisasikan RRI di era digital juga menjadi tantangan tersendiri bagi penyiar.

Program Acara “*Baribassa*” di RRI Pro 4 Makassar telah menunjukkan efektivitas yang tinggi dalam meningkatkan audiens melalui strategi penyiaran yang beragam, seperti interaksi langsung dengan pendengar, penggunaan bahasa lokal, dan penyajian konten yang menarik dan relevan. Pendengar merasa puas dengan materi dan konten siaran yang disajikan, serta dengan kemampuan penyiar dalam menciptakan suasana siaran yang nyaman dan akrab. Interaksi dan partisipasi pendengar dalam program-program di Pro 4 RRI Makassar juga sangat aktif, dengan menggunakan media *WhatsApp*, telepon, dan *live chat*. Hal ini membuat suasana acara lebih hidup, interaktif, dan menarik, serta memperkaya isi pembahasan budaya yang disampaikan oleh penyiar.

Namun, penyiar juga menghadapi beberapa hambatan, seperti membangun kedekatan emosional dengan pendengar dari berbagai wilayah, menjangkau generasi milenial, dan menghadapi persaingan antar media di Makassar, Sulawesi Selatan. Oleh karena itu, penyiar harus terus meningkatkan

kemampuan dan strategi penyiaran untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendengar. Dengan demikian, Program Acara “Baribassa” di RRI Pro 4 Makassar dapat menjadi contoh bagi program-program lain dalam meningkatkan efektivitas penyiaran dan meningkatkan jumlah pendengar.

1. Indikator Khusus dalam Penilaian Efektivitas Penyiar (Keberhasilan):

a. Peningkatan Interaksi

Program *baribbasa* menunjukkan peningkatan interaksi yang signifikan antara penyiar dan pendengar, sebagaimana ditunjukkan oleh penggunaan berbagai saluran komunikasi seperti telepon, *whatsapp*, *live chat*, hingga media sosial (*facebook*, *instagram*, *youtube*). Wahyuni Kadir menyampaikan bahwa pendengar rutin mengirim pesan setiap hari, bahkan sudah seperti “teman di udara”. Hal ini diperkuat oleh Richard dan Ruslan yang menekankan pentingnya interaksi langsung sebagai penguat suasana siaran yang hangat dan menyenangkan. Dewi Satriyani juga menggarisbawahi bagaimana kolom komentar media sosial menjadi ruang saran dan komunikasi dua arah yang dinamis. Semuanya mencerminkan keterlibatan aktif audiens dan kesungguhan penyiar dalam membangun hubungan yang responsif.

b. Loyalitas Audiens

Loyalitas audiens tercermin dari kesetiaan pendengar terhadap program *baribbasa* selama bertahun-tahun. Pak Jono, misalnya, mengaku telah mengikuti program ini sejak tahun 2015 karena kontennya yang konsisten membahas budaya dan nilai-nilai lokal. Hal ini juga ditegaskan

oleh Pak Ismail, yang menyebutkan bahwa pendengar datang dari berbagai daerah bahkan luar Sulawesi Selatan karena kecintaan mereka terhadap budaya lokal yang diangkat oleh program ini. Mereka tidak hanya mendengarkan, tetapi juga merasa memiliki keterikatan emosional karena isi siaran dianggap relevan, menyentuh kehidupan sehari-hari, dan disampaikan dengan gaya yang akrab. Ini adalah bentuk nyata dari loyalitas yang tumbuh secara organik melalui konten yang bermakna dan penyampaian yang membumi.

c. Umpan Balik Positif

Program ini juga mendapatkan umpan balik positif dari pendengar dalam bentuk komentar, apresiasi, dan saran konstruktif. Wahyuni dan Hariyanti menjelaskan bahwa pendengar tidak hanya mengirim salam atau request lagu, tetapi juga aktif memberikan tanggapan dan kritik terhadap tema yang dibahas. Bahkan Pak Jono dan Pak Ismail turut memberikan saran agar tema siaran lebih bervariasi dan menggali budaya-budaya lokal yang belum terekspos. Umpan balik ini bukan hanya menunjukkan kepedulian pendengar terhadap kualitas siaran, tetapi juga menjadi indikator bahwa audiens merasa didengar dan dihargai. Penyiar pun menyikapi masukan tersebut secara terbuka, sehingga tercipta hubungan yang sehat antara media dan publik.

Dalam pelaksanaan program *baribbasa* di RRI Pro 4 Makassar, meskipun telah menunjukkan keberhasilan dalam menjalin interaksi dengan pendengar serta mengangkat budaya lokal, masih terdapat beberapa hambatan yang menghambat optimalisasi siaran. Salah satu

hambatan utama adalah pengulangan tema siaran yang dinilai monoton oleh pendengar setia seperti Pak Jono dan Pak Ismail. Mereka menilai bahwa masih banyak budaya lokal yang belum tergali, sementara topik yang diangkat cenderung berulang. Hal ini berisiko menurunkan minat audiens jika variasi konten tidak diperluas secara berkala. Selain itu, hambatan lain muncul pada sistem pendokumentasian interaksi yang masih dilakukan secara manual, seperti disampaikan oleh Wahyuni Kadir. Meskipun banyak pendengar aktif mengirimkan pesan melalui *whatsapp* atau media sosial, pendataan masih belum terintegrasi secara digital, sehingga menyulitkan dalam mengevaluasi jumlah pendengar secara akurat maupun dalam menyusun strategi peningkatan konten siaran secara terukur.

Keterbatasan juga terlihat dalam pemanfaatan media sosial. Meskipun *facebook*, *instagram*, dan *youtube* sudah digunakan sebagai sarana promosi, namun belum semua penyiar mengelola platform tersebut secara maksimal. Menurut Ruslan dan Febryan, segmentasi audiens juga menjadi tantangan *facebook* lebih banyak diakses oleh usia dewasa, sedangkan anak muda lebih dominan di Instagram. Namun konten yang dibuat belum sepenuhnya disesuaikan dengan karakter masing-masing platform, sehingga belum sepenuhnya efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda.

Hambatan lainnya adalah ketergantungan pada narasumber atau komunitas tertentu. Penyiar seperti Richard dan Dewi mengungkapkan bahwa meskipun kerja sama dengan komunitas sangat bermanfaat, namun tidak

semua komunitas atau tokoh lokal aktif terlibat secara konsisten. Ketika narasumber tidak tersedia, kualitas isi siaran dapat menurun karena kurangnya perspektif mendalam atau relevansi lokal. Terakhir, terdapat hambatan internal berupa beban kerja penyiar yang cukup tinggi. Para penyiar tidak hanya bertugas menyiarkan, tetapi juga aktif mengelola media sosial, menjalin komunikasi dengan pendengar, dan mengoordinasikan narasumber. Tuntutan multitugas ini berpotensi menurunkan fokus dan kualitas produksi konten, terutama ketika waktu dan sumber daya manusia terbatas. Secara keseluruhan, hambatan-hambatan ini menandakan perlunya perbaikan sistemik dalam aspek perencanaan konten, pendokumentasian interaksi, penguatan SDM, serta diversifikasi tema dan kolaborasi. Dengan demikian, program Baribbasa dapat terus berkembang sebagai media budaya yang responsif dan diminati lintas generasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para penyiar dan koordinator RRI Pro 4 Makassar, dapat disimpulkan bahwa berbagai solusi telah diterapkan guna menjawab hambatan dalam pelaksanaan program *baribbasa*. Salah satu solusi utama yang diupayakan adalah penguatan interaksi dengan pendengar melalui berbagai platform digital seperti *whatsapp*, telepon, dan *live chat* media sosial. Para penyiar seperti Wahyuni Kadir, Hariyanti, dan Richard menyampaikan bahwa mereka secara konsisten menanggapi pesan-pesan dari pendengar sebagai bentuk penghargaan dan usaha membangun kedekatan emosional. Hal ini menjadi cara efektif untuk mengatasi hambatan komunikasi tidak langsung dan meningkatkan loyalitas audiens. Selain itu, adanya kritik dari pendengar terkait pengulangan tema menjadi perhatian

penting. Beberapa pendengar, seperti Pak Jono dan Pak Ismail, menyarankan agar tema-tema siaran lebih bervariasi dan menggali budaya-budaya lokal yang belum banyak terekspos. Menanggapi hal ini, penyiar berusaha menyusun konten yang lebih eksploratif dan kontekstual, guna menjawab kebutuhan pendengar akan informasi budaya yang lebih kaya dan mendalam. Di sisi lain, optimalisasi media sosial juga menjadi solusi strategis yang diterapkan oleh para penyiar. Media seperti *facebook*, *instagram*, dan *youtube* digunakan tidak hanya untuk promosi, tetapi juga sebagai kanal perluasan jangkauan siaran dan dokumentasi digital. Misalnya, Febryan memanfaatkan Instagram untuk menjangkau pendengar muda melalui konten ringan dan interaktif, sementara Wahyuni mengunggah cuplikan video ke youtube agar siaran dapat ditonton ulang. Pendekatan ini dilakukan guna menjawab tantangan keterbatasan akses siaran konvensional dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Kerja sama dengan narasumber dan komunitas lokal menjadi solusi penting dalam memperkaya konten siaran. Para penyiar menyebut bahwa narasumber dari dinas, tokoh adat, hingga komunitas masyarakat kerap diundang ke studio atau diwawancarai di lapangan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas isi siaran, tetapi juga menciptakan relasi timbal balik yang bermanfaat bagi masyarakat dan lembaga penyiaran. Gaya siaran yang fleksibel dan disesuaikan dengan jenis program juga menjadi bagian dari solusi yang diterapkan. Penyiar seperti Hariyanti menyesuaikan gaya formal untuk program informatif dan gaya santai untuk acara hiburan, sedangkan Dewi Satryani menyebut pentingnya menyesuaikan gaya dengan jam siaran.

Penyesuaian ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa pesan dapat diterima secara efektif oleh audiens dengan karakteristik yang beragam. Terakhir, meskipun sistem pendataan pendengar masih dilakukan secara manual, Wahyuni Kadir menyatakan bahwa data penelpon tetap dicatat setiap bulan sebagai upaya memantau perkembangan jumlah pendengar. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran terhadap pentingnya evaluasi berbasis data untuk mengukur keberhasilan siaran.

2. Implikasi Strategi Terhadap Jumlah Pendengar

Strategi penyiaran yang diterapkan dalam program *baribbasa* RRI Pro 4 Makassar meliputi penggunaan gaya bahasa yang komunikatif, interaksi aktif melalui berbagai kanal komunikasi, pemanfaatan media sosial, serta kolaborasi dengan narasumber dan komunitas lokal memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah pendengar.

Hasil wawancara, dengan narasumber Wahyuni Kadir selaku koordinator menjelaskan bahwa meskipun metode pendataan masih bersifat manual, jumlah pendengar terus mengalami peningkatan setiap bulannya, ditandai dengan masuknya pendengar baru tanpa mengurangi keaktifan pendengar lama. Indikator jumlah pendengar juga dicatat secara berkala melalui partisipasi penelpon, pesan WhatsApp, serta keterlibatan di media sosial.

Penerapan gaya siaran yang santai namun berbobot seperti disampaikan oleh Hariyanti, Richard, dan Ruslan, memungkinkan pendengar merasa nyaman, dihargai, dan memiliki kedekatan emosional dengan penyiar. Sementara itu, keterlibatan melalui media sosial yang dijelaskan oleh Febryan

dan Dewi Satryani memungkinkan penyebaran informasi siaran lebih luas dan menjangkau audiens yang lebih muda dan digital native. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas lokal yang diungkap oleh seluruh penyiar turut memberi efek domino terhadap perluasan jangkauan siaran, karena masyarakat yang terlibat secara langsung ikut mempromosikan siaran ke lingkungan mereka. Hal ini memperkuat keterikatan komunitas terhadap radio sebagai bagian dari kehidupan sosial- budaya mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang interaktif, adaptif, dan kolaboratif dalam program Baribbasa tidak hanya memperkuat loyalitas audiens yang sudah ada, tetapi juga efektif dalam menarik pendengar baru dari berbagai latar belakang usia, budaya, dan wilayah. Hal ini menjadikan Pro 4 RRI Makassar sebagai media penyiaran budaya yang hidup dan terus berkembang dalam ekosistem digital dan sosial masyarakat Sulawesi Selatan

Berdasarkan hasil wawancara dengan para penyiar, koordinator, serta pendengar setia program *baribbasa* di RRI Pro 4 Makassar, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan program ini terletak pada strategi komunikasi yang menyentuh berbagai dimensi kebutuhan audiens. Para penyiar menerapkan gaya bahasa yang komunikatif, humoris, dan berbasis budaya lokal, serta secara konsisten membangun kedekatan emosional dengan pendengar melalui interaksi langsung lewat telepon, *whatsapp*, dan *live chat*. Pola siaran yang disesuaikan dengan waktu dan jenis konten antara hiburan, edukasi, hingga budaya menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik terhadap karakteristik audiens. Pemanfaatan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *youtube* menjadi sarana penting dalam memperluas jangkauan informasi, membentuk

interaksi lintas platform, dan mendekatkan media radio dengan gaya hidup digital masyarakat saat ini. Sementara itu, kerja sama dengan narasumber dan komunitas lokal memperkuat keterhubungan sosial antara media dan masyarakat, sekaligus memperkaya isi siaran dengan muatan lokal yang relevan dan berdaya edukatif. Jika dikaitkan dengan teori *uses and gratification*, maka program mampu memenuhi berbagai motif dan kebutuhan audiens seperti kebutuhan informasi, hiburan, identitas pribadi, integrasi sosial, dan interaktivitas. Pendengar tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi secara aktif memilih dan terlibat dalam siaran sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan psikologis dan sosial mereka. Dengan demikian, program acara RRI Pro 4 Makassar bukan hanya menjadi media penyampai pesan budaya, tetapi juga menjadi ruang dialog yang hidup antara penyiar dan masyarakat dalam membangun kesadaran, pengetahuan, dan pelestarian budaya lokal Sulawesi Selatan.

Strategi penyiaran yang diterapkan oleh penyiar RRI Pro 4 Makassar, khususnya dalam program acara yang ada di RRI Pro 4 Makassar, berdampak positif terhadap peningkatan kualitas siaran dan jumlah pendengar. Melalui penggunaan gaya komunikasi yang santai dan akrab, interaksi aktif dengan pendengar lewat telepon, *whatsapp*, dan media sosial, serta pemanfaatan bahasa lokal, para penyiar berhasil membangun kedekatan emosional dengan audiens. Selain itu, kerja sama dengan narasumber dan komunitas lokal memperkuat relevansi isi siaran dengan kehidupan masyarakat. Strategi ini tidak hanya meningkatkan interaksi dan partisipasi pendengar, tetapi juga mendorong loyalitas audiens dan menghasilkan umpan balik positif secara

konsisten. Secara keseluruhan, strategi penyiar RRI Pro 4 Makassar mampu menjadikan siaran sebagai ruang dialog budaya yang inklusif, edukatif, dan menghibur, sekaligus mempertahankan eksistensi radio di tengah dinamika media digital.

Dalam konteks transformasi media di era digital, strategi penyiaran yang diterapkan oleh program acara RRI Pro 4 Makassar menunjukkan kemampuan adaptasi yang kuat terhadap perubahan pola konsumsi informasi masyarakat. Di tengah kemunculan berbagai platform digital yang semakin mendominasi ruang publik, radio yang dulunya berbasis siaran satu arah berhasil bertransformasi menjadi media interaktif, partisipatif, dan relevan, khususnya melalui *baribbasa*. Penggunaan gaya bahasa yang komunikatif dan adaptif seperti disampaikan oleh Hariyanti dan Richard, serta keterlibatan emosional melalui logat dan muatan lokal yang dijelaskan oleh Ruslan dan Dewi Satriani, menunjukkan bahwa siaran radio kini tidak hanya menjadi media suara, tetapi juga ruang budaya yang merespons kebutuhan psikologis dan identitas kultural pendengarnya. Pendengar merasa dilibatkan secara emosional karena siaran tidak lagi bersifat formal dan kaku, tetapi terasa seperti percakapan yang hangat dan akrab.

Dalam konteks transformasi media di era digital, strategi penyiaran yang diterapkan oleh program acara RRI Pro 4 Makassar menunjukkan kemampuan adaptasi yang kuat terhadap perubahan pola konsumsi informasi masyarakat. Di tengah kemunculan berbagai platform digital yang semakin mendominasi ruang publik, radio yang dulunya berbasis siaran satu arah berhasil bertransformasi menjadi media interaktif, partisipatif, dan relevan,

khususnya melalui *baribbasa*. Penggunaan gaya bahasa yang komunikatif dan adaptif seperti disampaikan oleh Hariyanti dan Richard, serta keterlibatan emosional melalui logat dan muatan lokal yang dijelaskan oleh Ruslan dan Dewi Satriani, menunjukkan bahwa siaran radio kini tidak hanya menjadi media suara, tetapi juga ruang budaya yang merespons kebutuhan psikologis dan identitas kultural pendengarnya. Pendengar merasa dilibatkan secara emosional karena siaran tidak lagi bersifat formal dan kaku, tetapi terasa seperti percakapan yang hangat dan akrab.

3. Pembahasan Hasil Penelitian

Program *baribbasa* yang disiarkan oleh RRI Pro 4 Makassar merupakan salah satu bentuk siaran radio yang berfokus pada pelestarian budaya lokal dan penguatan identitas kedaerahan di tengah masyarakat Bugis-Makassar. Di tengah arus globalisasi dan digitalisasi media, kehadiran program ini tidak hanya mempertahankan eksistensi radio sebagai medium komunikasi publik, tetapi juga menunjukkan bahwa siaran lokal masih memiliki daya tarik dan fungsi strategis dalam membentuk keterikatan emosional dengan pendengarnya. Melalui pendekatan siaran yang menyentuh nilai-nilai lokal, program ini mampu menarik perhatian berbagai kalangan, baik dari komunitas budaya, akademisi, hingga masyarakat umum.

Efektivitas pada program ini, penting untuk menelaah strategi penyiaran yang diterapkan dan bagaimana strategi tersebut berkorelasi dengan teori *uses and gratification* (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). Teori ini menjelaskan bahwa audiens bukan sekadar penerima pasif, melainkan subjek aktif yang memilih media berdasarkan kebutuhan spesifik, seperti pencarian informasi,

penguatan identitas, dan hiburan. Dengan menggunakan teori ini sebagai kerangka analisis, pembahasan berikut menguraikan bagaimana strategi siaran dalam program *Baribbasa* dirancang untuk menjawab motif- motif tersebut secara terarah dan berdampak terhadap keterlibatan serta loyalitas pendengar.

a. Efektivitas Strategi Penyiaran Program Baribbasa RRI Pro 4 Makassar

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, strategi siaran yang diterapkan oleh penyiar dalam program Baribbasa terbukti memiliki keterkaitan yang erat dengan teori *Uses and Gratification* (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973), yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan spesifik. Dalam konteks ini, strategi penyiar terbagi ke dalam tiga motif utama:

1) Motif Informasi → Strategi Berita dan Edukasi

Program acara RRI Pro 4 Makassar secara konsisten menyajikan informasi seputar budaya lokal, sejarah, dan perkembangan sosial masyarakat Bugis-Makassar. Strategi ini mengakomodasi motif informasi audiens, yang mencari pengetahuan baru dan wawasan tentang warisan budaya. Hal ini dibuktikan dari kutipan penyiar:

“Kami selalu menyesuaikan materi dengan peristiwa aktual yang berkaitan dengan budaya lokal, agar pendengar tetap merasa program ini relevan dan informatif.”

Kesesuaian ini memperkuat fungsi program sebagai media edukatif dan informatif, sejalan dengan temuan bahwa audiens aktif menggunakan media untuk memperluas pengetahuan (Rubin, 2009).

2) Motif Identitas → Strategi Penguatan Budaya Lokal

Strategi siaran yang menonjolkan bahasa daerah, idiom lokal, serta narasi budaya Bugis- Makassar merupakan upaya untuk memenuhi *motif identitas*. Pendengar menggunakan program ini sebagai media untuk memperkuat identitas budaya mereka.

Koordinator siaran menyatakan:

“Dengan memperdengarkan bahasa dan kisah lokal, kami ingin pendengar merasa memiliki dan bangga terhadap budaya sendiri.”

Hal ini selaras dengan aspek *personal identity* dalam Uses and Gratification, di mana media berperan dalam membentuk dan menegaskan jati diri audiens.

3) Motif Hiburan → Strategi Musik Tradisional dan Segmen Ringan

Dalam sesi tertentu, program acara RRI Pro 4 Makassar menyisipkan hiburan berupa musik tradisional seperti lagu Bugis dan Makassar, serta segmen humor ringan berbasis budaya. Strategi ini diarahkan untuk memenuhi motif hiburan, yakni kebutuhan akan relaksasi dan kesenangan. Salah satu pendengar mengatakan:

“Saya senang mendengarkan musik Bugis di program ini, rasanya seperti kembali ke kampung halaman.”

Sesesuaian ini menunjukkan bahwa siaran Baribbasa juga berfungsi sebagai sarana pelepas stres dan pengisi waktu luang audiens, sebagaimana dikemukakan dalam dimensi *entertainment uses and gratification*.

b. Efek Strategi Terhadap Engagement, Loyalitas, dan Jumlah Pendengar

Strategi siaran yang dirancang berdasarkan motif kebutuhan audiens ini terbukti berdampak positif terhadap keterlibatan (*engagement*) dan loyalitas pendengar. Hal ini terlihat dari Keterlibatan aktif melalui partisipasi pendengar di media sosial, pengiriman pesan, dan panggilan langsung ke studio, Loyalitas yang tercermin dari konsistensi pendengar mengikuti program setiap minggu, dan Peningkatan jumlah pendengar (data tahun 2022–2023) menunjukkan bahwa pendekatan strategi berbasis kebutuhan audiens berhasil menarik minat baru, meski sempat menurun di 2024 akibat rotasi waktu siar.

Dengan demikian, strategi siaran yang selaras dengan motif *uses and gratification* dapat dianggap efektif dalam meningkatkan kualitas relasi media dengan audiens. Penyiar yang mampu memahami dan menjawab kebutuhan informasi, identitas, dan hiburan audiens berperan penting dalam membangun loyalitas pendengar yang berkelanjutan.

Peneliti melakukan perbandingan dengan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki topik sejenis. Perbandingan ini bertujuan untuk melihat posisi penelitian saat ini dalam konteks kajian komunikasi penyiaran, khususnya terkait hubungan antara strategi penyiaran dan

perilaku audiens. Tiga penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan adalah penelitian Giang Mentari Hasanah (2020) tentang strategi RRI Programa 2 Palembang dalam meningkatkan minat dengar remaja, penelitian Muh. Zaki Rahmadi Kaluku (2021) mengenai strategi komunikasi RRI Makassar Programa 4 dalam meningkatkan minat pendengar, dan penelitian Imelda Nailits Tsuroya (2022) terkait strategi komunikasi Radio Bercahaya 94.3 FM Cilacap dalam menarik minat audiens.

Faktor lokal yang membuat penelitian ini unik adalah peran bahasa daerah (*Baribbasa*) dan identitas budaya Makassar sebagai faktor utama pembentuk loyalitas pendengar. Penggunaan bahasa daerah dalam siaran menciptakan kedekatan emosional dan rasa keterikatan yang kuat antara pendengar dan Pro 4 RRI Makassar. Hal ini tidak muncul dalam ketiga penelitian terdahulu, karena penelitian Hasanah, Zaki, dan Imelda lebih menekankan strategi program dan komunikasi radio secara umum, bukan aspek budaya lokal sebagai kekuatan pengikat audiens. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru terhadap pengembangan kajian komunikasi penyiaran, dengan menunjukkan bahwa identitas budaya lokal dapat menjadi elemen strategis dalam mempertahankan loyalitas pendengar, bukan hanya untuk menarik minat awal.

Berdasarkan perbandingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki fokus dan kontribusi yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Jika penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada strategi komunikasi lembaga penyiaran untuk menarik minat pendengar, penelitian ini justru menyoroti faktor loyalitas

audiens dan peran identitas budaya lokal (Baribbasa) sebagai elemen pengikat yang kuat antara pendengar dan media radio. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor lokal dan kedekatan kultural memiliki peran strategis dalam mempertahankan pendengar, sehingga memperluas penerapan teori *Uses and Gratifications* dalam konteks penyiaran radio lokal.

Dapat disimpulkan bahwa strategi penyiaran *baribbasa* RRI Pro 4 Makassar mampu membuktikan bahwa radio tetap relevan di era digital dengan catatan mampu menyesuaikan format, gaya komunikasi, serta kanal distribusi informasinya. Dengan pendekatan yang adaptif dan partisipatif, radio tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang sebagai ruang budaya dan komunikasi publik yang dinamis dan transformatif di tengah gelombang digitalisasi.

BAB V

PENUTU

A. Kesimpulan

1. Strategi Penyiar pada Program Acara Empat RRI Makassar dalam Meningkatkan Pendengar

Strategi penyiaran program *baribbasa* RRI Pro 4 Makassar yang mencakup gaya bahasa komunikatif, interaksi aktif melalui berbagai kanal, pemanfaatan media sosial, serta kolaborasi dengan komunitas lokal terbukti efektif dalam menghadapi tantangan era digital. Pendekatan ini mampu meningkatkan jumlah pendengar, memperkuat loyalitas audiens, dan mendorong partisipasi aktif, sekaligus menjadikan radio sebagai media yang relevan, adaptif, dan bermakna secara sosial budaya. Di tengah transformasi media, strategi ini menunjukkan bahwa radio tetap bisa eksis sebagai ruang dialog budaya yang hidup dan interaktif.

2. Efektivitas yang Ditampilkan oleh Penyiar untuk Meningkatkan Audiens dalam Program Siaran

Efektivitas yang ditampilkan oleh para penyiar dalam program siaran *Baribbasa* RRI Pro 4 Makassar terlihat dari kemampuan mereka membangun komunikasi yang akrab, interaktif, dan berorientasi pada kebutuhan audiens. Para penyiar tidak hanya menyampaikan informasi secara satu arah, tetapi juga secara aktif merespons partisipasi pendengar melalui berbagai kanal seperti telepon, WhatsApp, live chat, hingga media sosial. Mereka juga menggunakan gaya bahasa yang santai, humoris, serta menyisipkan unsur budaya lokal seperti bahasa Bugis, Makassar, dan Toraja, yang menjadikan siaran terasa lebih dekat secara

emosional dan kultural bagi pendengar. Selain itu, penyiar secara konsisten melibatkan komunitas lokal dan narasumber terpercaya untuk memperkaya konten siaran dan meningkatkan relevansi topik yang dibahas. Pendekatan ini tidak hanya membuat audiens merasa dihargai dan dilibatkan, tetapi juga mendorong peningkatan jumlah pendengar serta loyalitas yang lebih tinggi terhadap program siaran. Dengan strategi yang adaptif dan partisipatif tersebut, efektivitas penyiar dalam menjaga eksistensi dan daya tarik siaran terbukti mampu menjangkau audiens lintas usia dan wilayah di era digital saat ini.

B. Saran

1. Bagi RRI Pro 4 Makassar, disarankan untuk terus mengembangkan inovasi dalam penyiaran, khususnya dalam hal pemanfaatan media digital seperti youtube, tiktok, dan podcast, agar mampu menjangkau lebih banyak generasi muda yang kini lebih akrab dengan platform daring. Strategi ini penting agar pesan budaya dan nilai lokal tetap relevan dan mudah diakses di era digital.
2. Untuk penyiar, disarankan agar terus meningkatkan kemampuan komunikasi, terutama dalam menciptakan gaya siaran yang komunikatif, interaktif, dan adaptif terhadap perubahan tren dan kebutuhan pendengar. Pelatihan rutin dan evaluasi siaran berdasarkan masukan audiens akan membantu meningkatkan kualitas siaran.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas fokus penelitian tidak hanya pada strategi penyiar, tetapi juga pada respons dan persepsi pendengar dari berbagai kelompok usia dan latar belakang. Penelitian kualitatif dengan melengkapi data tentang efektivitas program siaran secara menyeluruh.

4. Penelitian ini juga menyarankan adanya kerja sama antara RRI dengan lembaga pendidikan dan komunitas lokal untuk memperkuat peran radio sebagai media edukatif dan pelestari budaya, serta membuka ruang partisipasi generasi muda secara aktif dalam produksi konten siaran.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'am Karim

Alim, Dwi Nur, and Rina Pebriana. "Strategi Rri Pro2 Dalam Meningkatkan Pendengar Milenial Di Kota Palembang." *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi* 01, no. 02 (2022): 1–9.

Anindita, Hayyu. "Teknik Analisis Data Kualitatif Pengertian Analisis Data Kualitatif." *Journal On Education* 1, no. 2 (2021): 3–5.

Azhar, M. Raihan. "Pengaruh Kualitas Penyiaran Program English Premier League Di Sctv Terhadap Kepuasan Menonton Pada Followers Akun X." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024.

Bakhri, Khoerul. "Strategi Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Pendengar." *Sahafa Journal of Islamic Communication* 3, no. 1 (2020): 52–59. <https://doi.org/10.21111/sjic.v3i1.4608>.

Budiarti, Lina. *Asyiknya Jadi Penyiar Radio*. Bogor: Guepedia, 2021.

D, Dheraya Ananda, Arinda A Anggraeni, Vizenchia Millian Letlora, Anjar Ramadhani, and Nindya Kartika Kusmayati. "Strategi Manajemen Penyiaran Radio Gen FM Surabaya Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital." *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika* 3, no. 1 (2025): 54–61. <https://doi.org/10.70052/jeba.v3i1.662>.

Firdaus, Ahmad. "Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar Mempertahankan Minat Pendengar Di Era Digital." *Saraq Opat: Jurnal Administrasi Publik* 5, no. 1 (2023): 86–103. <https://doi.org/10.55542/saraqopat.v5i1.609>.

H, Hans Karunia, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah Irwansyah. "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>.

Haryoko, Sapto, Bahartiar, and Fajar Arwadi. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Cet-1. Makassar: Badan Penerbit UNM, 2020.

Hasanah, Giang Mentari. "Radio Republik Indonesia (Rri) Pada Programa Dua Dalam Meningkatkan Minat Dengar Remaja Di Palembang." UIN Raden Fatah

- Palembang, 2019. <http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/11171>.
- Huberman, Milles Matthew B. and A. Michael. *Qualitative Data Analysis*. Jakarta: UNHI Press, 2005.
- Husnah, Mutia. “Strategi Penyiar Program 2 RRI Makassar Dalam Menarik Perhatian Kawula Muda Pada Program ‘Sore Ceria.’” Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2024.
- Husnullail, M., Risnita Risnita, M. Syahran Jailani, and Asbui Asbui. “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmia.” *Journal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): 70–78.
- Jannah, Ghepira Raudhatul, Desma Mellinia Anjani, Gardhena Riyan Puspa, Henida Garniz, Melvie Mardani, and Purna Hindayani. “Manajemen Strategis.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran (JUMPER)* 2, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.51771/jumper.v2i1.578>.
- Kaluku, Muh. Zaki Rahmadi. “Strategi Komunikasi Lembaga Penyiaran Publik RRI Makassar Program 4 Dalam Meningkatkan Minat Pendengar.” Universitas Muslim Indonesia Makassar, 2024.
- Lestari, Audra Indah, Amaluddin Amaluddin, and Muhammad Ilham. “Strategi Komunikasi Radio Venus FM Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengarntya.” *RESPON Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2022): 34–55. <https://doi.org/10.33096/respon.v1i2.22>.
- Mardi, Annisa, Vera Vera, Nur Ahsmi, Syarifuddin Syarifuddin, and Suryani Musi. “Strategi Penyiaran Live Streaming Youtube Program 1 Rri Makassar.” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 4, no. 3 (2024): 121–130. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v4i3.4411>.
- Mulya, Resti Aprida, and Tandiyo Pradekso. “Hubungan Antara Motif Penggunaan Fitur LINE Today Dan Interaktivitas Khalayak Dengan Kepuasan Khalayak Menggunakan Fitur LINE Today.” *Interaksi Online* 6, no. 4 (2018): 257–67.
- Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN” Veteran” Yogyakarta Press, 2020.
- Mutiarani, Rizka, Amrazi Amrazi, and Izhar Izhar. “Implementasi Dan Implikasi Full Day School Pada Pembelajaran Sosiologi Di Sman 10 Pontianak.” *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 8, no. 3 (2019): 1–8.

- Nasir, Nasir. "Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Pada Era Digital." *Journal Of Management* 6, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.37531/yum.v6i2.3850>.
- Nugraha, Muhammad Adi. "Peran RRI Palembang Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus RRI PRO1 92,4 FM)." Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2020.
- Nurwulan, Ayu Isni, and Irving Vitra Paputungan. "Perancangan Radio Streaming Edukasi (Studi Kasus Balai Pengembangan Media Radio Yogyakarta)." *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009)*, 2009, A-57–A-61.
- Octaviani, Rika, and Elma Sutriani. "Topik: Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data." *Ina- Rxiv*, 2019, 1–22. <https://doi.org/10.31227/osf.io/3w6qs>.
- Rahma, Daniar Wulan Aura, Dyah Mita Cahyarani, Gwenda Vania Putri Nugroho, Maharani Ikaningtyas, and Rusdi Hidayat. "Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Pembangunan Berkelanjutan." *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2024): 186–197.
- Romli, Asep Syamsul M. *Manajemen Program Dan Teknik Produksi Siaran Radio*. Cet.I. Bandung: Nuansa Cendekia, 2017.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Cetakan 1. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021.
- Sahran, Fitriani. "Strategi Radio Fajar Fm Makassar Dalam Mempertahankan Pendengarnya." Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019.
- Sari, Anggraini Puspita. "Peran Gaya Bicara Penyiar Radio Sindangkasih Fm Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar." Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D, Dan Penelitian Tindakan)*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Suherdian, Dadan. *Jurnalistik Komtemporer*. Cetakan Pe. Bandung: CV. Mimbar Pustaka, 2020.
- Takdir, Khalisa, Abdi Abdi, and Nur Wahid. "Strategi Peningkatan Kompetensi Sumber Daya Manusia Di Dinas Perhubungan Kabupaten Luwu Utara."

KIMAP: JURNAL ILMIAH MAHASISWA ADMINISTRASI PUBLIK 3, no. 2 (2024): 1182–92.

Tsuroya, Imelda Nailits. “Strategi Komunikasi Radio Bercahaya 94,3 FM Cilacap Dalam Meningkatkan Minat Pendengar.” UIN Saizu Purwokerto, 2021.

Walidaini, Birul. “Analisis Tekstual Koyunbaba Karya Carlo Domeniconi: Bentuk Dan Struktur Bagian I Moderato.” *Musikolastika Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik* 2, no. 2 (2020): 94–104. <https://doi.org/10.24036/musikolastika.v2i2.53>.

Widyaningrum, Premi. “Peran Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang.” *Al Tijarah* 2, no. 2 (2016): 230. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v2i2.744>.



LAMPIRAN



	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421)21307
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : CINDY FRITI SANDRA

NIM : 2020203870233065

FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

PRODI : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

JUDUL : STRATEGI PENYIAR PADA PROGRAM
ACARA EMPAT DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR
DI RADIO REPUBLIK INDONESIA
MAKASSAR

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan berikut ini ditujukan dengan untuk mencari dan mengumpulkan data untuk keperluan penelitian tentang Strategi Penyiar Pada Program Acara Empat dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar di Radio Republik Indonesia Makassar. Jawaban dari pertanyaan-petanyaan inilah yang nantinya akan dijadikan sebagai data untuk kemudian di analisis agar memperoleh informasi penelitian.

Adapun pertanyaan-pertanyaan yang akan di sampaikan sebagai berikut :

A. Strategi Penyiar

1. Apa saja strategi yang Anda (atau tim Anda) terapkan dalam merancang dan menyampaikan siaran di Program 4 RRI Makassar agar tetap menarik, informatif, dan relevan bagi pendengar, khususnya generasi muda?
2. Bagaimana Anda merancang strategi penyiaran yang efektif untuk Program 4 RRI Makassar, khususnya dalam menentukan tema siaran, pemilihan penyiar, serta cara melibatkan pendengar agar lebih interaktif?

B. Efektifitas Penyiar Dalam Meningkatkan Audiens

3. Menurut anda, strategi apa yang paling efektif yang dapat dilakukan oleh seorang penyiar dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens, dan mengapa strategi tersebut Anda anggap efektif?
4. Bagaimana Anda menilai efektivitas pendekatan dan strategi yang digunakan oleh penyiar dalam menarik perhatian dan mempertahankan jumlah pendengar selama periode tertentu? Apakah ada indikator khusus yang Anda gunakan untuk mengukur keberhasilan tersebut?
5. Berdasarkan pengalaman Anda selama periode evaluasi ini, sejauh mana strategi atau gaya penyiaran Anda terbukti efektif dalam menarik dan mempertahankan audiens? Bisakah Anda memberikan contoh konkret atau data yang mendukung keberhasilan tersebut?

C. Kebutuhan dan Kepuasan pendengar

7. Program acara mana yang paling sering anda dengarkan di Pro 4 RRI Makassar?
8. Apakah anda merasa bahwa informasi yang disampaikan oleh penyiar relevan dengan kehidupan anda, Mengapa?

9. Dalam hal Pro 4 RRI Makassar dapat memenuhi kebutuhan anda? Contohnya: informasi, hiburan, atau interaksi sosial?
10. Adakah kepuasan khusus yang anda rasakan setelah mendengarkan program acara tersebut? Apakah anda merasa terhibur, atau merasa lebih dekat dengan masyarakat?

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

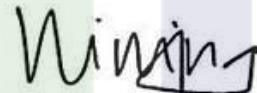
Parepare, 15 Desember 2025 Mengetahui,

Pembimbing Utama



Dr. Sulvinajayanti, M.I.Kom
NIP. 198801312015032006

Pembimbing Pendamping



Nining Artianasari, M.Sos
NIP.199006302023212046

PAREPARE

VERBATIM HASIL WAWANCARA

A. Pendapat menurut informan Hariyanti

Cindy : boleh ka wawancaraiki kak, tentang strategi penyiar programa 4 dalam upaya meningkatkan jumlah pendengar di RRI Makassar kak, bisaji?

Hariyanti : haha iya bisaji, apami itu?

Cindy : apa saja strategi ta yang kita terapkan dalam merancang dan menyampaikan siaran di pro4 agar tetap menarik, informatif, dan relevan bagi pendengar, khususnya di generasi muda?

Hariyanti : hmm... generasi muda? Kalo kami sih sebenarnya kalo generasi muda itu di acara *baribbasa* ya?

Cindy : iyee kak.

Hariyanti : kalau di acara *baribbasa* itu kami melibatkan mereka dalam hal, Eee.. dia tau tidak tentang-tentang makna-makna atau Eee tradisi di sulawesi selatan. Nah, kalo memancing mereka yaa tentang Eee tradisi-tradisi yang ada di sulawesi selatan.

Cindy : tentang makna-maknanya kak?

Hariyanti : iyaa, makna dari tradisi sulawesi selaatan contohnya, salah satunya adalah biasanya, kalo saya biasanya bahas itu kehidupan gotong royong, kan goton royong ada di makassar. salah satu lagi ada yang *mappalettebola*, itu juga termasuk gotong royong. Apalagi?

Cindy : bagaimana carata merancang strategi penyiaran yang efektif untuk programa 4 rri makassar, khususnya menentukan tema siaran, serta melibatkan pendengar agar lebih interaktif?

Hariyanti : kalo saya disini toh strateginya, kita pancing dulu dengan contoh di masyarakat. Contohnya toh, “kalo kita dirumahta masih diadakan ji gotong royong?” begitu contohnya. “Masih ji dilakukan gotong royong? Apa itu contohnya?”. Terus kalo kita itu kalau di segmen baribbasa biasanya kita mengangkat tema sesuai apa yang diangkat di pro 1, seumpama yang diangkat pro 1 itu tentang narkoba, itupun kita ambil juga tentang narkoba biasa tapi dalam sisi budaya. Kan kalau narkoba itu menyangkut dengan obat-obatan. Nah, obat-obatan yang mempengaruhi pikirannya kita dikaitkan dengan sifatnya manusia atau tradisilah atau pesan orang tua dan ini juga merupakan *pappaseng* namanya ada pesannya orang tua dulu kalau yang tidak baik jangan dilakukan tapi yang bagus itu harus atau contohnya *pappasang* “catat ki nah, karna biasa salupa itu”. Atau ini kayak budaya *siri’* begitu, pepatah *siri’* ada itu *pappaseng* yang namanya *siri’* yang artinya malu, “*cari maki pappasengnya siri’*. *Pappasengnya* ada yang namanya *sipakainge’* yang artinya saling mengingatkan, dari norma- norma sosial dan moral. *Sipakainge* nah itu contohnya nah. Terus apalagi? Itu sajasih biasanya kita mengangkat tema itu *sipakainge*, *sipakalebbi*, *sipakatau*. apalagi?

Cindy : Eee,, strategi apa yang paling efektif kak yang kita lakukan dalam meningkatkan jumlah loyalitas audiens dan mengapa strategi tersebut kita anggap efektif

Hariyanti : Eee, saya kalo menyiar kuangkat itu tentang Eee contoh dulu, di kehidupannya. Contoh di kehidupan pendengar dalam kehidupan sehari-hari. Apalagi pertanyaannya?

Cindy : Eee, bagaimana anda menilai efektivitas pendekatan dan strategi yang kita gunakan dalam menarik perhatian dan mempertahankan jumlah pendengar selama periode tertentu, apakah ada indikator khusus untuk mengukur keberhasilan tersebut?

Hariyanti : yang pertama itu tadi, saya lebih kepada kehidupannya dulu, kehidupan masyarakat. Kedua, saya biasanya Eee menyinggung tentang dia dengan lingkungannya, pendengar itu dengan lingkungannya.

Cindy : berdasarkan pengalaman ta selama periode evaluasi ini, sejauh mana strategi atau gaya penyiaran ta terbukti efektif dalam menarik dan mempertahankan audiens?

Hariyanti : lebih kepada humor,

Cindy : terus apa lagi kak?

Hariyanti : atau lebih kepada bercanda dengan pendengar melalui Eee humor. Melalui topik yang dibahas diacara baribbasa yahh

Cindy : kemudian, bagaimana cara ta menyisipkan pesan-pesan moral dalam siaranta?

Hariyanti : saya menyampaikannya secara live begitu, Eee dan langsung terima telepon dikomentari oleh pendengar.

Cindy : bagaimana cara taanggapi masukan atau komentar dari pendengarnya kak?

Hariyanti : Eee saya biasa siaran menanggapi, Eee dengan cara lucu-lucu atau humor. Kalau ada tanggapannya yang ini biasanya caranya ya di bawa dengan cara lucu. Kayak tadian lucu- lucuan.

Cindy : okeyyy,, teruss bagaimana carat seimbangkan antara konten informatif dan hiburan?

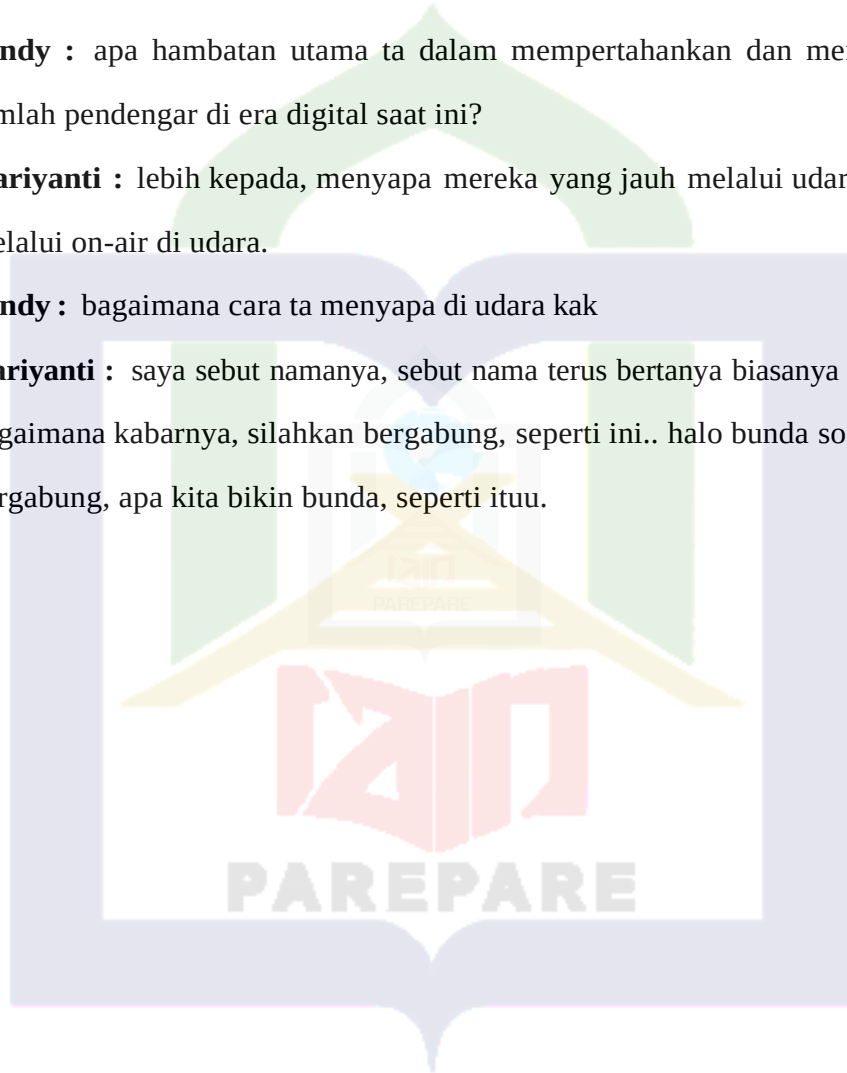
Hariyanti : kalau informatif kita agak formal caranya, kalau hiburan tuh bercanda.

Cindy : apa hambatan utama ta dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendengar di era digital saat ini?

Hariyanti : lebih kepada, menyapa mereka yang jauh melalui udara atau sapa melalui on-air di udara.

Cindy : bagaimana cara ta menyapa di udara kak

Hariyanti : saya sebut namanya, sebut nama terus bertanya biasanya menyapa ya,, bagaimana kabarnya, silahkan bergabung, seperti ini.. halo bunda sofi silahkan ki bergabung, apa kita bikin bunda, seperti ituu.



B. Pendapat menurut informan Richard

Cindy : mauka izin wawancarai ki kak, bisa? Heheeee

Richard : hehe bisa-bisa. Apa itu?

Cindy : bagaimana kita merancang strategi penyiaran ini agar terlihat efektif untuk Pro 4 khususnya menentukan tema siaran, serta melibatkan pendengar agar lebih interaktif?

Richard : Jadi strateginya yahh?

Cindy : iye kak.

Richard : jadi waktu kita pilih tema siaran itu, kita usahakan yang sederhana atau gampang dimengerti sama pendengar, atau yang ringan-ringan sajalah, nggak perlu yang terlalu rumit atau berat. Terus, kita' juga hindari tema yang kesannya kayak menggurui atau menghakimi pendengar toh. Pokoknya, temanya itu kita buat supaya nyaman didengar dan bisa diterima semua pendengar atau semua kalanganlah.

Cindy : strategi apa yang paling efektif yang kakak lakukan dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens, dan mengapa kaka anggab strategi tersebut efektif?

Richard : Mmm Iya, saya pribadi selalu berusaha untuk membangun kedekatan itu, karena menurut saya, pendengar itu bukan cuma audiens ya, tapi lebih ke teman ngobrol juga di udara. Jadi setiap kali siaran, saya selalu sapa mereka satu per satu, apalagi kalau ada yang kirim pesan, saya sebut namanya langsung. Saya juga pakai bahasa yang santai, nggak terlalu kaku, kadang diselipin humor juga biar suasananya lebih cair dan akrab, jadi seperti itu. Terus saya juga sering ajak mereka buat diskusi ringan gitu, entah itu kasih tanggapan lewat *WhatsApp* atau

live chat tohh, pokoknya saya coba bikin mereka terlibat.

Cindy : terus bagaiman itu kak kalau ada komentar pendengar masuk?

Richard : Eee kalau ada komentar masuk, saya baca langsung. Intinya sih, saya pengen mereka merasa didengar, merasa dianggap penting gitu dalam program ini. Karena jujur aja, tanpa mereka, siaran ini nggak ada artinya, ya kan.

Cindy : bagaimana bisa kita anggap efektif kak?

Richard : oh iyaa saya anggap itu cukup efektif ya, karena makin ke sini saya lihat pendengar jadi makin aktif. Mereka antusias banget ikut ngobrol, kasih opini, bahkan ada yang tiap hari tuh selalu gabung, jadi kayak udah akrab. Itu artinya, kedekatan itu terbangun dan mereka nyaman.

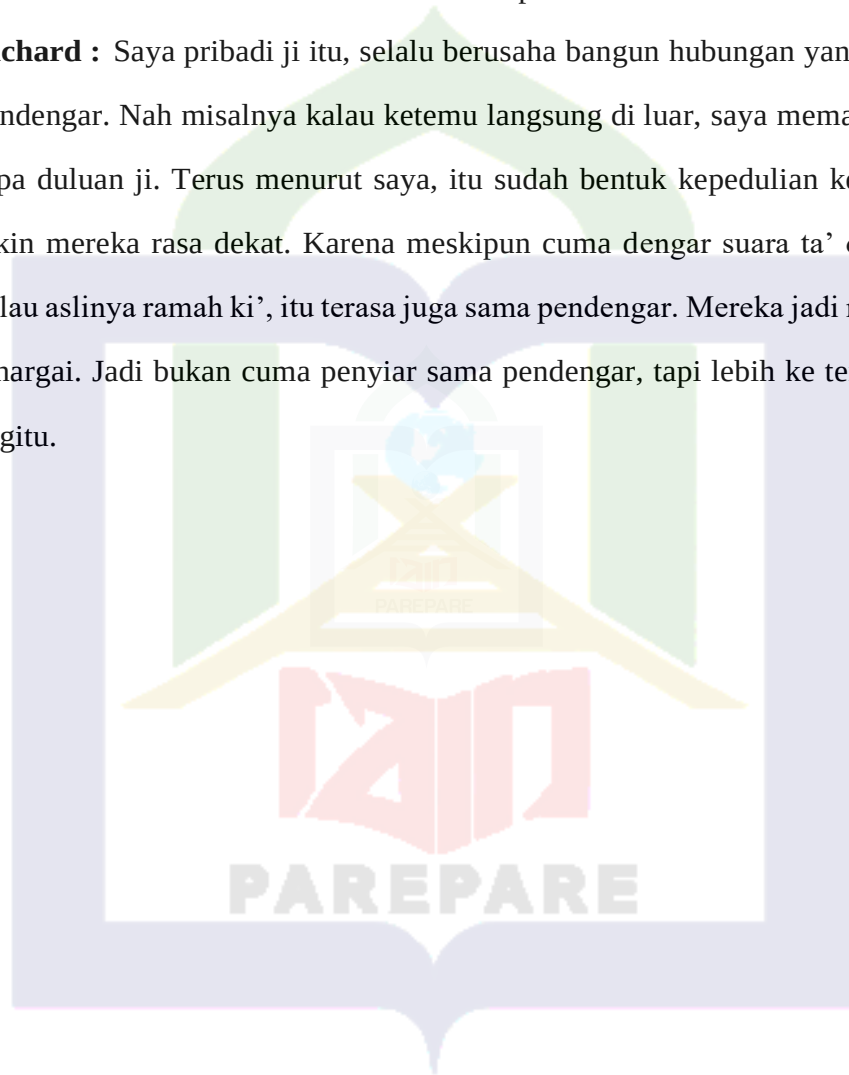
Cindy : terus, bagaimana cara ta nilai efektivitas pendekatan dan strategi yang kaka gunakan dalam menarik perhatian dan mempertahankan jumlah pendengar selama periode tertentu? Apakah ada indikator khusus yang kita gunakan untuk mengukur keberhasilan tersebut?

Richard : saya selalu berusaha tampil terlihat apa adanya, saya tidak mau terlihat cuek karena pendengar akan berpendapat lain ketika kita bertemu secara langsung jadi kita harus ramah, begitupun pada ssaat siaran. Dan saya juga selalu berusaha untuk lebih dekat dengan pendengar seperti jika sementara siaran yang harus kita tampilkan ada suasana yang semangat agar pendengar senang mendengarkan. saya selalu berusaha tampil terlihat apa adanya, saya tidak mau terlihat cuek karena pendengar akan berpendapat lain ketika kita bertemu secara langsung jadi kita harus ramah, begitupun pada ssaat siaran. Dan saya juga selalu berusaha untuk lebih dekat dengan pendengar seperti jika sementara siaran

yang harus kita tampilkan ada suasana yang semangat agar pendengar senang mendengarkan.

Cindy : berdasarkan pengalaman ta kak, sejauh mana strategi atau gaya penyiaran ta terbukti efektif dalam menarik dan mempertahankan audiens?

Richard : Saya pribadi ji itu, selalu berusaha bangun hubungan yang sehat sama pendengar. Nah misalnya kalau ketemu langsung di luar, saya memang usahakan sapa duluan ji. Terus menurut saya, itu sudah bentuk kepedulian kecil tapi bisa bikin mereka rasa dekat. Karena meskipun cuma dengar suara ta' di radio, tapi kalau aslinya ramah ki', itu terasa juga sama pendengar. Mereka jadi nyaman, rasa dihargai. Jadi bukan cuma penyiar sama pendengar, tapi lebih ke teman ngobrol begitu.



C. Pendapat menurut informan Ruslan

Ruslan : kita mi yang penelitian?

Cindy : iye kak hehe

Ruslan : dari kampus manaki lagi?

Cindy : dari IAIN Parepare kak

Ruslan : ohhh parepare... pernah ada dulu temannya kesinikan?

Cindy : iye kak hehe

Ruslan : tapi tidak pernah memang PKL disini?

Cindy : pernah kak. Heheee

Ruslan : tahun berapaki lagi PKL?

Cindy : akhhir tahun Mmm 2023

Ruslan : apa mau kita teliti?

Cindy : mauka teliti ini kak tabe (sambil memperlihatkan proposaal skripsi).

Cindy : Apa saja strategi ta yang kita terapkan dalam merancang dan menyampaikan siaran di Programa 4 RRI Makassar agar tetap menarik, informatif, dan relevan bagi pendengar, khususnya generasi muda?

Ruslan : kalau didalam metode pendengar itu salah satunya harus ada dimedia platform, untuk menarik anak-anak muda karena sekarang kan kebanyakan mendengarkan radio itu hanya orang tua, tapi di media sosial RRI harus khususnya pro 4 setiap siaran khusus untuk acara-acara hiburan seperti, *baribbasa*, obrolan budaya, itu kami live dimedia sosial facebook atau youtube 2 platform itu.

Cindy : kemudian, bagaimana carta merancang strategi penyiaran yang efektif untuk pro 4 khususnya dalam menentukan tema, pemilihan penyiar, serta

melibatkan pendengar agar lebih interaktif?

Ruslan : kalau apa namanya ct, dari sisi kemasan acaranya itu dibuat seinjeks mungkin. Artinya, isu- isu yang kami angkat kayak kita di acara *baribbasa* itu sesuai dengan hasil agenda setting apa yang di sukai di pemberitaan itu yang kita angkat, tapi kita tetap tentukan dari sisi budayanya karena kita di Pro 4 itu lebih mengarah pada sesi budayanya. misalnya masalah penerimaan siswa baru banyak siswa yang tidak lulus sekolah di negeri

Cindy : karena kenapa itu kak?

Ruslan : karena daya tampungnya tidak mampu, ternyata data dari pendengar banyak yang bilang kosong cuma banyak siswa juga yang berlomba-lomba untuk masuk disekolah unggulan. Kalau di pro 1 mungkin dia bahas masalahnya dari sisi apanya, tapi kami di Pro 4 dari sisi budayanya, pendekatan budayanya. Misalnya, kita sisipkan mi pesan-pesan budayanya contohnya *pappaseng to riolo* yang artinya kita angkat kearifan lokal kira kira ada kaitannya dengan masalah itu jadi kita tidak bahas secara lebih dalam serta kenapa itu banyak yang lari ke sekolah unggulan tapi diliat dari sisi misalnya *mappasittinaja* dalam bahasa bugis yang diangkat dari istilah yang artinya kepantasan. Dalam artian banyak sekolah-sekolah yang sebenarnya berada didekat rumah tapi banyak yang lebih mendaftar ke sekolah-sekolah unggulan. Jadi setiap ada isu yang diangkat oleh pemerintahan itu yang kita tarik di pro 4 sebagai penutan.

Cindy : oiye kak. Kemudian, menurutta strategi apa yang paling efektif yang dilakukan seorang penyiar untuk meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens dan mengapa strategi tersebut kita anggap efektif?

Ruslan : yang pertama itu sebagai penyiar harus punya branding personality yang

artinya disetiap penyiar itu harus punya branding personaliy di masing-masing pendengarnya. Karena pendengar itu tidak melihat ini si penyiar a dan si b ini suaranya bagus karna itu yang diliat. Tapi penyiar itu dinilai dari pendengar bagaimana dia branding personalitynya di pendengar itu. Kalau sayakan karakterku lebih ke bugis yaa jadi orang kan di pro 4 itukan kita masing- masing menciptakan branding personality di pendengar dan itulah nanti yang akan menjadi keuntungan kita pada saat menyiar. Masing-masing penyiar itu memiliki karrakter yang berbeda. Di setiap pendengar. Kan di pendengar bagaimana dia berkomunikasi dengan pendengar, bagaimana dia membangun emosional dengan pendengar seperti itu. Efektifnya itu bagaimana membangun keakraban dengan pendengar kita di udara, selain itu ada juga pendekatan- pendekatan di off airnya. Kemudian yang paling pokok itu bagaimana menyiapkan apa yang menjadi kebutuhan pendengar kita termasuk lagu-lagu yang direquest dan kita berusaha menghadirkan lagu-lagu yang direquest. Dan yang paling penting itu branding personalitinya karna kadang orang memang bukan mendengarkan radio itu bukan karna mau mendengarkan musik saja karena adanya penyiar disitu berperan untuk membuat perasaan pendengar itu jadi enak dan inikan radio menjadi teman bagi pendengar makanya penyiar harus membangun komunikasi yang efektif dengan pendengarnya.

Cindy : mmm.. iyekak. Bagaimana kaka menilai efektivitas pendekatan dan strategi yang digunakan oleh penyiar dalam menarik perhatian dan mempertahankan jumlah pendengar selama periode tertentu, apakah ada indikator khusus untuk mengukur keberhasilan tersebut?

Ruslan : nah, indikatornya itu ada pada jumlah pendengar, setiap ada penelpon

kita catat didalam daftar nama-nama pendengar. Nah, disana akan dipetakan yang mana pendengar sering menelpon dan yang mana pendengar sekali-kali menelpon. Ada juga memang hanya sekedar mendengarkan secara aktif, tidak pasif. Karena pendengar ini ada dua, ada yang aktif dan pasif, pendengar yang aktif ini gampang dideteksi kita bisa deteksinya lewat telepon, sedangkan pasif dia hanya sekedar mendengarkan radio.

Cindy : bagaimana cara mengetahui itu kak?

Ruslan : Nah untuk mengetahui itu salah satu indikatornya melalui media sosial melalui komentar, lewat Whatsapp. Nah itukan dia Cuma Mmm kirim pesan singkat atau hanya sekedar laporan misalnya, saya di daerah takalar nih tapi dia tidak pernah gabung lewat telepon itu namanya pendengar pasif seperti itu.

Cindy : berdasarkan pengalaman ta kak, sejauh mana strategi atau gaya penyiaran ta terbukti efektif dalam menarik dan mempertahankan audiens?

Ruslan : ya kalau strateginya itu adalah kalau di pro 4 itukan memang siarannya khusus budaya ya, jadi dalam hal pembawaan karakter penyiar dalam menyiar itu menggunakan bahasa-bahasa yang digunakan berdialog ujungpandang atau logat sulawesi selatan ya itu yang menjadi strukturnya. Kedua, kita mengkomplain biasa kadang komunikasi dengan pendengar kita berusaha ini temanya suku bugis, suku makassar, atau toraja kita sisipkan bahasa-bahasa daerah dan itu akan menjadi nilai poinnya kita sebagai penyiar artinya menyapa dengan pendengar dengan menggunakan bahasa daerah berdasarkan sukunya. Contohnya, ketika pendengar ataukah orang yang menelpon dari soppeng atau wajo itu biasanya saya dalam komunikasi saya itu selain menggunakan bahasa indonesia saya sisipkan lagu-lagu daerah. Misalnya, *agatukareba sappo* nah

D. Pendapat menurut informan Dewi Satryani

Cindy : mauka tau apa saja Apa saja strategi yang kita terapkan dalam merancang dan menyampaikan siaran di Progra 4 RRI Makassar agar tetap menarik, informatif, dan relevan bagi pendengar, khususnya generasi muda?

Dewi Satryani : kalau saya tohh, strategiku saya mencoba live streaming, dengan membangun komunikasi Eee,, komunikasi secara apadi? Secara akrab lebih dekat dengan pedenngar.

Cindy : kemudian, strategi penyiaran apa yang efektif untuk pro 4 khususnya dalam menentukan tema siaran, serta melibatkan pendengar agar lebih interaktif?

Dewi Satryani : nda jelas sedding hahahahaaa, kecil sekali suarata makanya coba ulang

Cindy : hahahahaa,, mauka tau kak. strategi penyiaran apa yang efektif untuk pro 4 khususnya dalam menentukan tema siaran, serta melibatkan pendengar agar lebih interaktif?

Dewi Satryani: kalau dibilang anu to, Eee.. menentukan tema siaran itu biasa dari narasumber, ehh. He ehh, kalau pagi obrolan itu. Tapi kalau yang semislakn acara-acara yang kayak begini to yang bukan obrolan sama narasumber kita ji yang tentukan i caranya biasa Eee kita liat dulu kalau menentukan anu to ee hari ini Mmm apadi... hari ini misalkan hari kebangkitan nasional kah toh, jadi itu yang kita ini kita pilih EE bahass.. tapi kan hari ini tidak ada ji hari besar jadi kita tonji,, kita mengangkat topik terkait dengan budaya kebudayaan, nah begitu,, terus kalo kita disini toh di acak ji jadwal ta siapa siaran hari ini. Terus apalagi ?

Cindy : kemudian ini kak, , strategi apa yang paling efektif yang dapat dilakukan oleh seorang penyiar dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens, dan

mengapa strategi tersebut Anda anggap efektif?

Dewi Satryani: strategi apa yang paling efektif yang dapat dilakukan seorang Emmm (BATUK) penyiar dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens, dan mengapa strategi tersebut Anda anggap efektif (mengulang kalimat), Eee ituu apa di, ini mi terimah inetarktif penelpon, kita siaran membuka interaktif penelpon

Cindy : melalui telpon yaa?

Dewi Satryani : he'ee.melalui telepon.

Cindy : Bagaimana carata menilai efektivitas pendekatan dan strategi yang digunakan oleh penyiar dalam menarik perhatian dan mempertahankan jumlah pendengar selama periode tertentu? Apakah ada indikator khusus yang Anda gunakan untuk mengukur keberhasilan tersebut?

Dewi Satryani : kalau menurutku tohh,, menurut penilaian ku? Eee baguskii.. bagus ki komunikasi ta antara penyiar denngan pendengar. Karna ada juga sebagian toh tidak pernah datang kesini (studio) dan ada juga sebagian yang selalu datang kesini kalau hari sabtu acara karauke, nah ituuu..

Cindy : Ooohh tapi bergantian ji biasa datang kak? Heheee

Dewi Satryani : biasa itu-ituji, itu terus hahaaah. Jadi adanya komunikasi toh Eee beberapa hubungan yang selalu datang kesini, apadi? Eee ikatan emosional begitu loh antara fans/pendengar dengan penyiar, Ada beberapa. Kalaupun ada yang tidak pernah datang kesini kita juga merasa dekatji walaupun tidak pernahki ketemu. Terus apalagi?

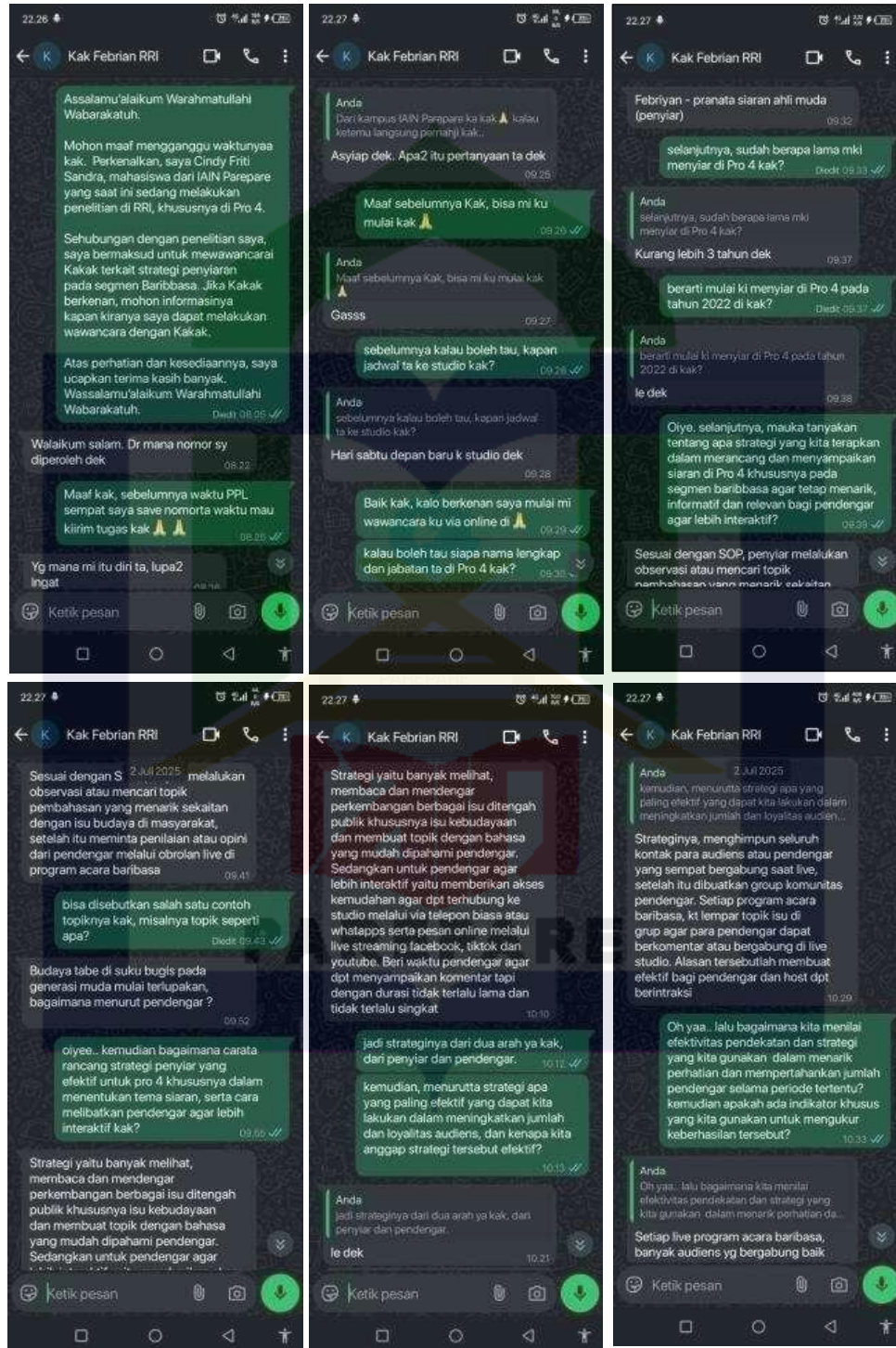
Cindy : Berdasarkan pengalaman ta selama periode evaluasi ini, sejauh mana strategi atau gaya penyiaran Anda terbukti efektif dalam menarik dan mempertahankan audiens? Bisakah Anda memberikan contoh konkret atau data

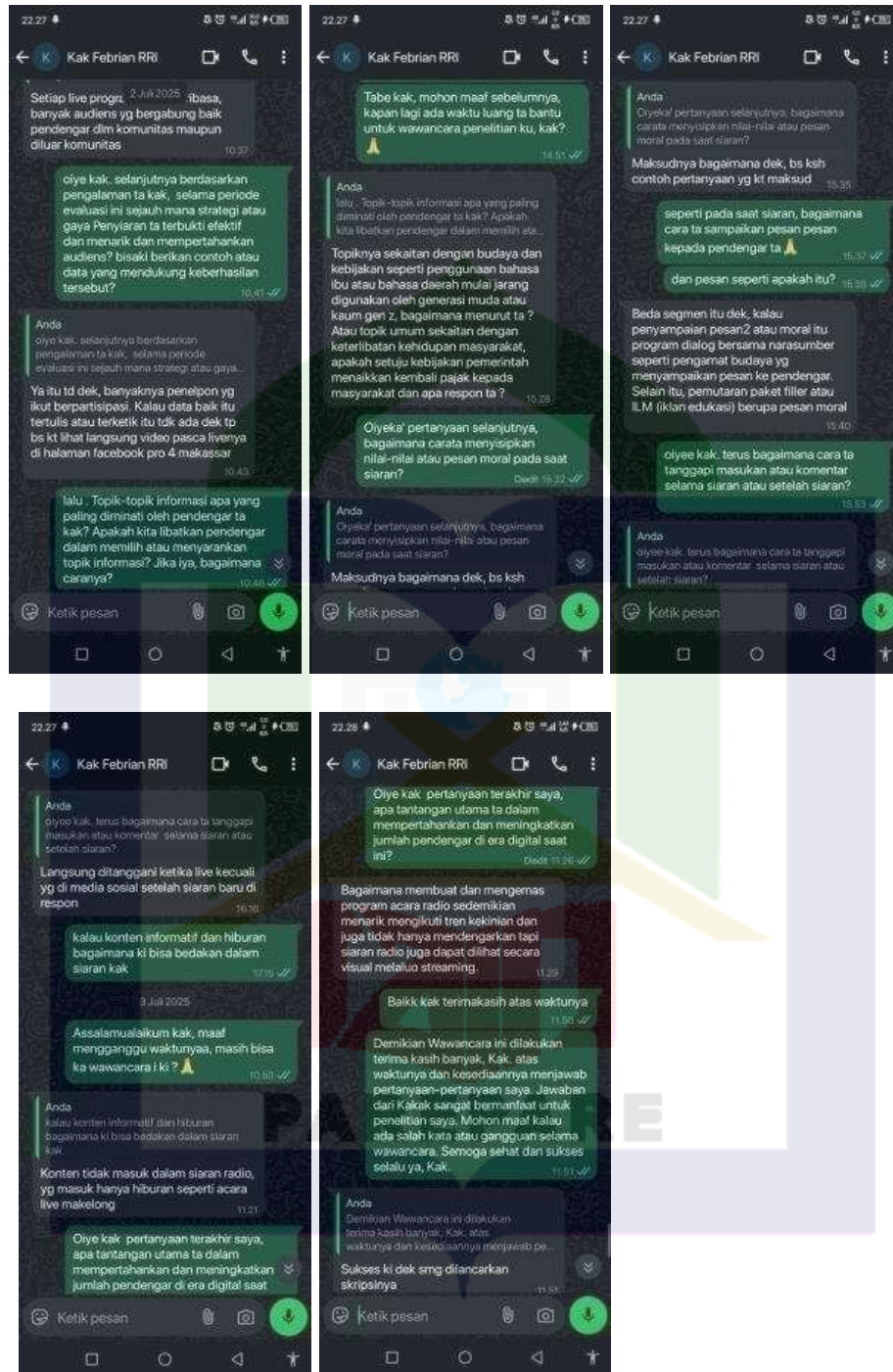
yang mendukung keberhasilan tersebut?

Dewi Satryani : kita disini gaya penyiaranta santai jeki, biasa kita menggunakan dialek makassar biasa juga kita menggunakan bahasa Bugis, Makassar, Mandar, Toraja tapi kalau kayak beginiji toh pake jeki dialek. Tapi kalau di jam 12 itu setiap hari dia ada acara khusus misalnya pake bahasa mandar, bahasa toraja, bahasa bugis, bahasa jawa, begitu.



E. Pendapat menurut informan Febryan





F. Pendapat menurut informan Wahyuni Kadir

Cindy : siapa nama lengkap ta kak ?

Wahyuni : wahyuni kadir.

Cindy : apa jabatan ta di pro 4 kak?

Wahyuni : Eee, koordinator pengelola pro 4

Cindy : berapa tahun maki menyiar disini kak?

Wahyuni : dari 2006, berapa tahun mi itu di? Sampe 2025. Berarti kurang lebih 19 tahun

Cindy : Apa saja strategi ta yang kita terapkan dalam merancang dan menyampaikan siaran di Programa 4 RRI Makassar agar tetap menarik, informatif, dan relevan bagi pendengar, khususnya generasi muda?

Wahyuni : khususnya digenerasi muda, jadi, strateginya yaitu.. Eee yaa memperkenalkan programa 4 itu harus keluar dari box siaran misalnya kita buat siaran diluar buat program jadi programnya yang ada didalam box siaran itu di siarkan diluar dari box, misalnya di warkop, di tempat UMKM. **Cindy :** disiarkan secara langsung disana kak?

Wahyuni : iya secara langsung, dan kita kaitkan dengan tema yang ada dari daftar acara siaran misalnya acara pagi itu *baribbasa* kami ngambil itu topik atau isu menarik di kota makassar misalnya permasalahan tentang bahan bakar minyak (BBM) atau masalah-masalah masyarakat yang ringan yaa.. itu terus lebih kebudayaan juga misalnya ini muharram tradisi bulan muharram bagi suku bugis makassar itu kita siaran diluar dan kemudian mengundang narasumber baik dari pemerhati budaya maupun dari Eee ulama atau ustadz yang berkompeten berbicara tentang itu. Nah itu juga bisa menyentuh generasi muda karena kita

berada di warkop.. karna kan sementara warkop banyak anak muda yang nongkrong tapi itu kami siarannya pagi. Itu kalau baribbasa ya ada isu ada tema. Kemudian yang kasi menarik tohh dibuatkan konten lalu di upload di sosial media seperti facebook, reels instagram, atau jadi status whatsapp atau disebarlinknya.

Cindy : Bagaimana carata merancang strategi penyiaran yang efektif untuk Program 4 RRI Makassar, khususnya dalam menentukan tema siaran, pemilihan penyiar, serta cara melibatkan pendengar agar lebih interaktif?

Wahyuni : ya itu paling efektif kita harus memperkenalkan RRI, bahwa RRI itu masih ada dan RRI sudah Eee menjangkau diseluruh dunia bahkan sudah adami RRI digitalnya jadi melalui handphone ta kita sudah bisa dengar, nah kemudian strategi lainnya itu membuat program-program khusus yahh untuk menarik minatnya pendengar terus tema-tema menarik yaa, isu-isu yan cukup viral dan itu bisa dibahas juga tapi harus berkaitan dengan budaya, misalnya pariwisata terus strateginya juga itu haruski banyak-banyak kerja sama dengan beberapa pihak seperti kampus, kemudian dari dinas-dinas jadi setiap ada kegiatannya kalau bisa di programkan sejalan dengan program pemerintah sejalan dengan programnya RRI yah disiarkan, jadi strateginya RRI bisa dikenal di semua pihak.

Cindy : Menurut anda, strategi apa yang paling efektif yang dapat dilakukan oleh seorang penyiar dalam meningkatkan jumlah dan loyalitas audiens, dan mengapa strategi tersebut Anda anggap efektif?

Wahyuni : ya itu paling efektif harus kerja sama dengan beberapa pihak kemudian harus ramah di udara ya terus sambil menyapa para pendengar-

pendengar setia, kemudian mengangkat tema menarik tema dan yang lagi viral.

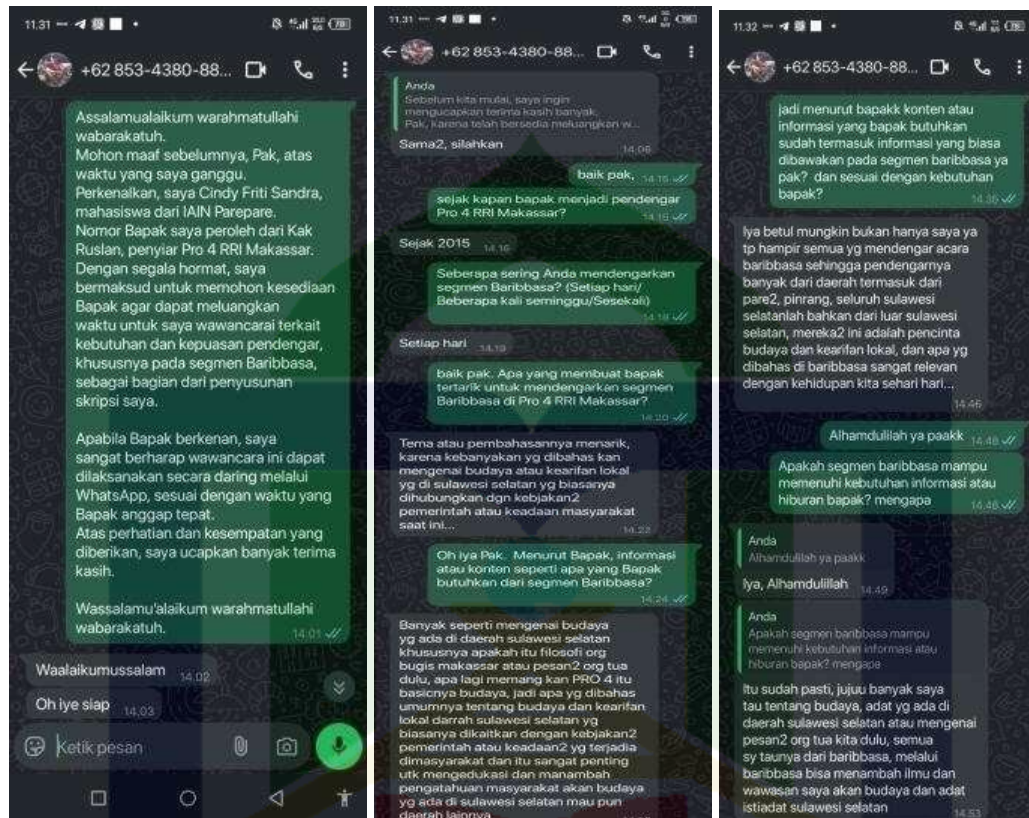
Cindy : Bagaimana Anda menilai efektivitas pendekatan dan strategi yang digunakan oleh penyiar dalam menarik perhatian dan mempertahankan jumlah pendengar selama periode tertentu? Apakah ada indikator khusus yang Anda gunakan untuk mengukur keberhasilan tersebut?

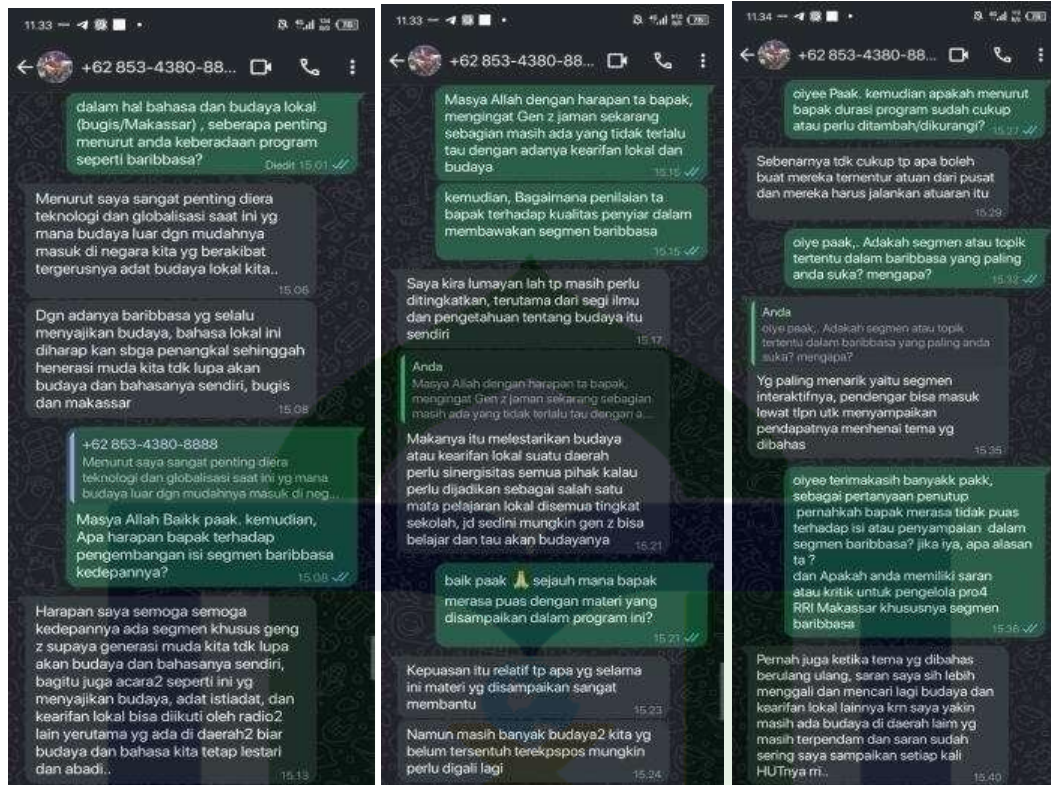
Wahyuni : pendekatannya itu tetap ji harus bekerja sama ya, strateginya penyiar itu tetap ramah dengan pendengar diudara, terutama permintaan lagukan biasanya harus dipenuhi permintaan lagu dari pendengar. Kemudian memutar lagu daerah ya yang kekinian tapi tidak merusak lagu tersebut, terus makna- makna lagu daerah itu harus berpendidikan dan juga yang positif

Cindy : Berdasarkan pengalaman Anda selama periode evaluasi ini, sejauh mana strategi atau gaya penyiaran Anda terbukti efektif dalam menarik dan mempertahankan audiens? Bisakah Anda memberikan contoh konkret atau data yang mendukung keberhasilan tersebut?

Wahyuni : Sejauh ini terbukti efektif, karena akan selalu ada pendengar baru yang masuk sedangkan pendengar yang lama juga tetap monitor. Ketika ada penelpon, kita tulis data pendengar karena ada yang perlu diisi, lalu tiap bulan mereka dijumlah. Selain itu, ada indikator yang bernama Diaz, ini merupakan indikator khusus yang digunakan untuk mengetahui jumlah pendengar. Indikator ini hanya diterapkan di PRO 1, tapi di PRO 4 masih menggunakan cara yang manual.

G. Pendapat menurut informan Jono (Pendengar)







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax: (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor: B-3416/In.39/FUAD.03/PP.00.9/01/2024

31 Januari 2024

Hal : **Surat Penetapan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth. Bapak/Ibu:

1. Sulvinajayanti, M.I.Kom.
2. Nining Artianasari, S.Kom.I., M.Sos.

Di-
Tempat

Assalamualaikum, Wr.Wb.

Dengan hormat, menindaklanjuti penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare dibawah ini:

N a m a : CINDY FRITI SANDRA
NIM : 2020203870233065
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : STRATEGI PENYIAR PROGRAM EMPAT RADIO
REPUBLIK INDONESIA MAKASSAR DALAM
MENINGKATKAN PENDENGAR

Bersama ini kami menetapkan Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing skripsi pada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian Surat Penetapan ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab. Kepada bapak/ibu di ucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr.Wb

Dekan,

Dr. A. Nurkidam, M.Hum
NIP.19641231 199203 1 045



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA
ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB
DAN DAKWAH**

Alamat: JL. Amal Bakti No.8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421)21307 📠 (0421)24404
POBox909 Parepare 9110, website: www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1274/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2025

02 Juni 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Prov. Sul-sel
Cq. Bidang Penyelenggara Pelayanan Perizinan

Di

KOTA MAKASSAR

AssalamuAlaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: CINDY FRITI SANDRA
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 21 Juni 2002
NIM	: 2020203870233065
Fakultas/Program Studi	: Ushuluddin, Adab dan Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester	: X (Sepuluh)
Alamat	: BTN PUNCAK PUCU'E LESTARI

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Walikota Makassar dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI PENYIARAN PROGRAM EMPAT DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR DI RADIO
REPUBLIK INDONESIA MAKASSAR

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 03 Juni 2025 sampai dengan tanggal 03 Juli 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

WassalamuAlaikumWr. Wb.

Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.

NIP 196412311992031045

Tembusan:

1. Rektor IAIN Parepare



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
 Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
 Makassar 90231

Nomor	: 12507/S.01/PTSP/2025	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Kepala Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-

Tempat

Berdasarkan surat Dekan Fak. Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare Nomor : B-1274/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2025 tanggal 02 Juni 2025 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: CINDY FRITI SANDRA
Nomor Pokok	: 2020203870233065
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Amal Bakti No. 18, Soreang, Kota Parepare

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

**" STRATEGI PENYIAR PROGRAM EMPAT DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH
PENDENGAR DI RADIO REPUBLIK INDONESIA MAKASSAR "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **11 Juni s/d 11 Juli 2025**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
 Pada Tanggal 11 Juni 2025

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
 Pangkat : PEMBINA UTAMA MUDA (IV/c)
 Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth

1. Dekan Fak. Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare di Parepare;
2. *Pertinggal*



SURAT KETERANGAN
NOMOR : 643/RRI-MKS/KP.01.06/07/2025

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Jaya Maulana Rukmantara, S.E., M.Si
 NIP : 19650723 199903 1 001
 Pangkat / Golongan : Pembina Utama Muda – IV/c
 Jabatan : Kepala LPP RRI Makassar

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa IAIN Parepare Makassar, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, atas nama :

Nama : Cindy Friti Sandra
 NIM : 2020203870233065
 Judul Skripsi : Strategi Peniar Program Empat Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar di Radio Republik Indonesia Makassar

Benar telah melaksanakan kegiatan penelitian di LPP RRI Makassar mulai tanggal 11 Juni s/d 3 Juli 2025.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 3 Juli 2025

Kepala LPP RRI Makassar



Jaya Maulana Rukmantara, S.E., M.Si
 NIP. 196507231999031001

PAREPARE

RADIO REPUBLIK INDONESIA MAKASSAR

Jalan Riburane No.3 Makassar

Telp. (0411) 3616446 FAX (0411) 3616446 Email : set.rri.makassar@rri.go.id Website : rri.co.id

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara

DOKUMENTASI









BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama lengkap Cindy Friti Sandra, lahir di Parepare pada tanggal 21 Juni 2002. Ia merupakan anak keempat dari 4 bersaudara. Lahir dari pasangan bapak Baharuddin dan Alm. ibu Sunarti yang bertempat tinggal di Masolo, kecamatan Patampanua, kabupaten Pinrang. Penulis memulai pendidikan pertama di Sekolah Dasar Negeri 5 Lawawoi pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2014. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP 1 Watang Pulu dan lulus pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan pendidikannya di SMA Negeri 6 Sidrap dan mengambil jurusan Ilmu Sosial dan lulus pada tahun 2020.

Setelah lulus dari Sekolah Menengah Akhir, penulis melanjutkan studinya ke jenjang S1 di salah satu perguruan tinggi di kota parepare yaitu Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Adapun pengalaman organisasi pernah aktif dalam sebagai anggota divisi Kesekretariatan Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Komunikasi dan Penyiaran Islam divisi keagamaan periode 2021-2022. Penulis melakukan melakukan pengabdian masyarakat (KKN) di Kecamatan Baraka, Desa Pepandungan, Kabupaten Enrekang selama 40 Hari. Kemudian melakukan praktik pengenalan Lapangan (PPL) di salah satu LPP Radio Republik Indonesia Makassar selama kurang lebih 1 bulan. Sekarang menyusun skripsi dengan judul “Strategi Penyiar Program Empat Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Radio Republik Indonesia Makassar”