

STUDI KASUS STRATEGI KOMUNIKASI RADIO ARTHA 103,7 FM BENGKULU DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL

Nadya Anandari¹ Twin Agus Pramonojati²

^{1,2}Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

nadya.prasetyo2013@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian kualitatif ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Radio Artha 103,7 FM Bengkulu dalam melakukan penyusunan strategi program dan pemilihan media agar tetap eksis dikalangan pendengar dan kliennya di era digital ini. Untuk melihat bagaimana strategi komunikasi Radio Artha 103,7 FM Bengkulu dalam mempertahankan eksistensi di era digital peneliti dengan menggunakan metode studi kasus instrumental menurut konsep Stake. Berdasarkan hasil dari penelitian ini Radio Artha 103,7 FM Bengkulu melakukan strategi penyusunan pesan siaran yang dilakukan Radio Artha dengan cara menentukan terlebih dahulu aspek penyiarannya lalu memproduksi program acara yang mengusung tema kearifan lokal. Website, radio streaming, dan media sosial digunakan oleh Radio Artha sebagai media komunikasi tambahan selain siaran konvensional untuk mempertahankan eksistensinya di era digital, dengan menggunakan strategi tersebut dihasilkan peningkatan jumlah pendengar dan pengiklan.

Kata Kunci : Strategi komunikasi, strategi program, pemilihan media komunikasi, eksistensi

ABSTRACT

The purpose of this qualitative research is to know the communication strategy of Artha Radio 103,7 FM Bengkulu in arranging the program strategies and the choice of media to still be existed among the listeners and clients in this digital era. The data collecting in this research are using in-deph interview technique and participation observation technique which documented while the research is being held. To see how the communication strategies in Artha 103,7 FM Radio Bengkulu are maintaining the existence in the digital era, researcher is using instrumental case study method, a concept by Stake. Based on the result of this research, Artha 103,7 FM Radio Bengkulu are doing communication strategies like arraging broadcast messages and choosing communication medias to still be existed in this digital era. Artha Radio is arraging broadcast messages by specifying the aspects of assessment then producing the program by carrying the theme of local culture. Website, radio streaming and social media are used by Artha Radio as additional communication medias besides conventional broadcast to maintain it existence in digital era, by using the strategies above Artha Radio is having enhancement on numbers of audiences and advertisers.

Keywords : Communication strategy, program strategy, selection of communication media, existence

PENDAHULUAN

Stasiun penyiaran radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang mulai tingkat popularitasnya mulai menurun seiring perkembangan zaman. Perkembangan teknologi juga mengantarkan manusia kepada perkembangan zaman dimana sebelumnya manusia mengandalkan koran, radio, dan televisi sebagai sumber informasi utama mereka, namun dewasa ini hampir seluruh masyarakat di Indonesia telah mengenal dan menggunakan *New Media* untuk mendapatkan informasi. Menurut McQuail (dalam buku Teori Komunikasi Massa, 2011:43) menyatakan bahwa media baru mampu memberikan memberikan ketersediaan akses lebih luas dan sifatnya ada dimana-mana.

Tak hanya tergerus media digital, penyebab penurunan jumlah pendengar dari sebuah stasiun radio ialah hiburan utama dari sebuah stasiun radio yakni musik, saat ini telah tersedia dalam bentuk perangkat lain yang mana penggunaanya dapat mendengarkan lagu sesuai pilihan dan keinginan mereka tanpa harus mendengarkan program acara di stasiun radio. John Vivian (dalam buku Teori Komunikasi Massa) mengatakan pendengar radio yang berasal dari kalangan usia produktif (18-24 tahun) telah banyak berkurang. Pendengar tersebut juga akan

lebih memilih mendengarkan musik dalam perangkat lain seperti *music streaming* yang bisa didengar tanpa harus mendengarkan iklan dan program acara.

Radio Artha 103,7 FM Bengkulu dipilih dalam penelitian ini sebagai salah satu stasiun radio yang dianggap mampu mempertahankan eksistensinya di era digital seperti saat ini. Dipilihnya Radio Artha 103,7 FM Bengkulu menjadi sebuah pertanda bahwa radio di daerah juga tidak kalah bersaing dalam mempertahankan eksistensi stasiun radio di era serba digital. Radio Artha 103,7 FM Bengkulu mampu bersaing dengan radio-radio di kota besar lainnya disaat kondisi wilayah tersebut yakni Provinsi Bengkulu menduduki posisi pertama dengan tingkat kemiskinan tertinggi se-pulau Sumatera (Data BPS Provinsi Bengkulu 2018). Hal tersebut tentu berpengaruh bagi sebuah stasiun radio dimana sebagai sebuah media massa yang berfungsi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, radio memiliki tanggung jawab yang besar dalam mendukung perubahan pola pikir dan perilaku khalayak dalam memilih dan memahami informasi dan hiburan. Radio juga berkontribusi dalam perkembangan pertumbuhan perekonomian dan kecerdasan khalayak dalam memilih dan menggunakan media massa sebagai alat atau sarana untuk mendapatkan informasi.

Pada penelitian ini, peneliti menyajikan fakta bahwa meskipun Radio Artha 103,7 FM Bengkulu merupakan sebuah radio yang berada di daerah yang tingkat kemiskinan dan strata sosialnya mengalami kesenjangan, radio Artha sebagai sebuah media massa mampu bertahan di zaman yang serba digital dan mudah didapatkan.

Radio

Radio merupakan sebuah teknologi yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang tersebut melintas dan merambat melewati udara dan juga bisa merambat melewati ruang angkasa yang hampa udara, sebab gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). (Asep Syamsul dan M.Romli, 2009: 12).

Kelebihan dan Kekurangan Radio

Setiap saluran komunikasi tentu memiliki kelebihan maupun kekurangan. Radio memiliki kelebihan dibandingkan televisi yaitu daya jangkauan yang luas (tanpa menggunakan satelit komunikasi) dan penyampaian pesan yang mudah. Kelebihan lain dari radio siaran ialah (1) sifatnya yang santai, (2) lebih mudah menyampaikan pesan dalam bentuk acara menarik dan, (3) daya pikat untuk dapat

melancarkan pesan. Namun kelemahan radio adalah pesan yang disampaikan hanya sekilas dan arus balik (*feedback*) tertunda (Effendy dalam Dwi Retno Hapsari, 2008:6).

Strategi Komunikasi

Menurut Effendy (2007:32) pengertian strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi merupakan panduan dari komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung situasi dan kondisi.

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan (Fajar, 2009:183) antara lain: (1) mengenal khalayak; (2) menyusun pesan; (3) menentukan metode; (4) pemilihan media. Namun dalam penelitian ini, faktor penyusunan strategi komunikasi yang digunakan hanya dua yakni penyusunan pesan dan pemilihan media.

Penyusunan Pesan Siaran

Salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio adalah program atau acara yang disiarkan kepada pendengar. Hal ini dilakukan sebagai suatu upaya pencapaian target pendengar. Dengan demikian, pemilik media memerlukan strategi penyusunan pesan dalam konteks ini penyusunan pesan yang menyajikan program acara yang sudah ditentukan oleh tim program stasiun siaran itu sendiri. Strategi program siaran atau penyusunan pesan menurut Morissan terdiri dari: 1) perencanaan program, 2) produksi program, 3) eksekusi program, 4) proses pengawasan dan evaluasi.

Pemilihan Media

Pemilihan media merupakan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Saluran media yang dipilih harus sesuai dengan target pasar (Machfoedz, 2010:28). Dalam buku *Dinamika Komunikasi*, Effendy (2008) menuturkan bahwa strategi komunikasi bermedia dapat diklasifikasikan menjadi 2 macam yaitu media massa dan media nirmassa. Media massa dapat digunakan apabila komunikannya berjumlah banyak atau bertempat tinggal jauh, contohnya televisi, radio, surat kabar. Ciri media massa adalah dapat menimbulkan

keserempakan, dimana pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif banyak, ratusan ribu, jutaan, bahkan ratusan jutaan pada saat yang sama juga secara bersama-sama.

Sedangkan media nirmassa umumnya digunakan dalam komunikasi untuk orang-orang atau kelompok-kelompok tertentu. Media Nirmassa tidak memiliki daya keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal. Namun saat ini macam-macam media bertambah yaitu media baru. Dalam buku *Teori Komunikasi Massa*, McQuail menjelaskan bahwa media baru atau *New Media* adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. (Denis McQuail, 2011:43)

Eksistensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), eksistensi dapat

diartikan sebagai keberadaan atau kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Eksistensi yang dimaksudkan penulis dalam penelitian ini adalah suatu kondisi yang dihadapi oleh stasiun radio terkait dengan keberadaannya di kalangan masyarakat.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus. Studi Kasus yang digunakan adalah konsep Stake, 2005 (dalam buku studi kasus kualitatif S.Arifianto, 2016: 13-14) penelitian ini masuk ke jenis penelitian studi kasus instrumental (*instrumental case study*) yang mana penelitian studi kasus ini dilakukan dengan meneliti sebuah kasus namun tujuannya untuk memberikan pemahaman secara mendalam dan terperinci kasus yang dipilih. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk mengungkapkan strategi komunikasi seperti apa yang digunakan sebuah radio untuk mempertahankan eksistensinya di era digital. Penelitian kualitatif studi kasus ini penulis melakukan pengambilan data dengan teknik *purposeful sampling*. *Purposeful Sampling* ini dimaksudkan untuk menentukan siapa saja informan-informan yang mewakili untuk mendapatkan sejumlah informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. *Purposeful*

Sampling, peneliti yang awalnya belum pernah tahu apakah kasus-kasus yang dipilih itu akan mewakili populasi namun *sampling* ini digunakan dalam penelitian eksploratori atau dalam penelitian lapangan. (Rulam Ahmadi 2014: 85-86)

Narasumber pada penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat dalam penentuan keputusan pada stasiun Radio Artha 103,7 FM Bengkulu. Pengambilan data ini dilakukan selama dua minggu dengan metode wawancara mendalam dan tidak terstruktur, juga selama pengambilan data, peneliti mengamati keadaan lingkungan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu dan mengambil beberapa foto sebagai dokumentasi peneliti.

PEMBAHASAN

Strategi yang digunakan Radio Artha 103,7 FM dalam mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini adalah melakukan penambahan media komunikasi. Namun sebelum melakukan pemilihan media komunikasi tambahan untuk tetap eksis di era digital saat ini, Radio Artha 103,7 FM Bengkulu perlu melakukan strategi yang tepat untuk menyusun pesan siaran.

Strategi Penyusunan Pesan Siaran Radio Artha 103,7 FM Bengkulu

Sebelum sebuah stasiun menyampaikan pesan, stasiun radio perlu

meninjau aspek-aspek penyiaran terlebih dahulu. Dalam buku *Radio Is Sound Only* (Harlianta H dan Andy R, 2013 :12) menyatakan bahwa aspek penyiaran sebuah stasiun radio antara lain segmentasi target, format siaran radio, dan komposisi siaran.

Segmentasi target Radio Artha 103,7 FM Bengkulu ditinjau dari unsur, demografi, dan psikografi didapati bahwa target pendengar Radio Artha 103,7 FM Bengkulu ialah masyarakat perkotaan dan pedesaan yang berada di sekitaran wilayah Bengkulu Selatan dengan usia produktif (15-40 tahun), gender pendengar didominasi oleh Wanita sebesar 60% dan Pria 40%, status ekonomi sosial pendengarnya menengah ke bawah (B), perilaku pendengar cenderung senang dengan hal baru.

Radio Artha 103,7 FM Bengkulu berformat *all segment*. Dimana segala konten informasi, hiburan, dan edukasi dapat dinikmati oleh semua kalangan. Radio Artha 103,7 FM Bengkulu memproduksi informasi berita lokal dan hiburan saja, sebagai tambahan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu bekerjasama dengan radio jaringan seperti BBC Indonesia dan MNC Trijaya Network, dan VOA Indonesia sebagai sumber informasi baik berita nasional maupun internasional. Waktu siaran Radio Artha 103,7 FM

Bengkulu setiap hari Senin-Minggu mulai dari pukul 06.00-23.00 WIB.

Format musik Radio Artha 103,7 FM Bengkulu mengalami perubahan di tahun 2015, pada awalnya persentase musik didominasi oleh musik Pop menjadi musik dangdut dengan persentase musik dangdut sebesar 60%, musik pop 30%, dan genre musik lain 10%. Perubahan format musik ini dikarenakan radio memutuskan untuk mengikuti pangsa pasar, dimana pendengar Radio Artha 103,7 FM Bengkulu lebih didominasi oleh masyarakat pedesaan yang lebih menyukai musik-musik dangdut daripada musik pop.

Radio Artha 103,7 FM Bengkulu memproduksi program acara dengan cara semenarik mungkin sehingga pendengar akhirnya tertarik untuk mendengarkan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu secara terus menerus. Program acara yang diproduksi Radio Artha 103,7 FM Bengkulu direncanakan sedemikian rupa agar apa yang menjadi kebutuhan dari pendengar terpuaskan. Setiap program acara memiliki karakteristiknya masing-masing sehingga pendengar akan sadar dan tertarik dengan program acara yang ada di radio. Radio Artha 103,7 FM Bengkulu sendiri mengunggulkan kearifan lokal dalam setiap program radionya. Radio Artha 103,7 FM Bengkulu berhasil meningkatkan jumlah pendengar dengan

cara membuat program acara yang sangat diminati oleh pendengar Radio Artha 103,7 FM Bengkulu yaitu Pekerul. Program ini menjadi sebuah program unggulan di Radio Artha 103,7 FM Bengkulu, karena dalam program ini pendengar dapat memperluas wawasan mereka terkait bahasa, budaya, dan berita lokal dengan menggunakan bahasa daerah suku Bengkulu Selatan. Mayoritas penduduk suku di Kabupaten Bengkulu Selatan adalah suku Serawai dan Pasemah. Radio Artha mengemas segala bentuk informasi dan hiburan dengan menggunakan pendekatan linguistik atau bahasa yang biasa digunakan pendengar di wilayah setempat, namun meskipun mengunggulkan kearifan lokal, Radio Artha 103,7 FM Bengkulu juga menyampaikan informasi lainnya seperti berita nasional dan internasional yang penting untuk diketahui khalayak yang berkualitas, untuk mendapatkan berita yang berkualitas, Radio Artha 103,7 FM bekerjasama dengan radio jaringan seperti BBC Indonesia, VOA Indonesia, dan MNC Trijaya Network, langkah ini diambil agar Radio Artha 103,7 FM Bengkulu terbantu dalam menyebarkan berita yang memiliki kredibilitas yang tinggi dan terpercaya. Strategi penyusunan pesan siaran yang dilakukan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu dinilai berhasil dalam mempertahankan pendengarnya di era

digital seperti saat ini terbukti dari adanya peningkatan jumlah pendengar dari dalam dan luar wilayah. Untuk peningkatan pendengar di luar wilayah, Radio Artha 103,7 FM Bengkulu didukung dengan adanya konvergensi media yang dilakukan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu.

Strategi Pemilihan Media Komunikasi Radio Artha 103,7 FM Bengkulu

Radio Artha 103,7 FM Bengkulu melakukan penambahan media komunikasi seperti website, radio *streaming*, dan media sosial untuk mendukung siarannya secara konvensional. Dengan melakukan penambahan media-media tersebut Radio Artha 103,7 FM Bengkulu berhasil mendatangkan pengiklan dan pendengar dari luar daerah yang jumlahnya lebih banyak dibandingkan sebelumnya pada saat hanya melakukan siaran secara konvensional.

Radio Artha 103,7 FM Bengkulu perlu melakukan penggabungan antara media lama dengan media baru, tuntutan perubahan zaman yang awalnya media hanya bersifat satu arah kini mulai berubah dengan adanya media baru yang bersifat dua arah.

Streaming Radio Artha 103,7 FM Bengkulu ini dapat didengarkan dengan cara masuk ke website (www) Radio Artha 103,7 FM Bengkulu terlebih dahulu

(www.radioartha.com). Pada website tersebut Radio Artha 103,7 FM Bengkulu menyediakan informasi tentang Radio Artha itu sendiri, kemudian di isi dengan konten-konten seperti berita pada website tersebut dan fitur *play* untuk mendengarkan radio secara *streaming*. Website dinilai sangat penting karena melalui website Radio Artha 103,7 FM Bengkulu mampu menggambarkan dan menjelaskan seperti apa radio mereka. Dengan menggunakan website Radio Artha 103,7 FM Bengkulu terbantu untuk memasarkan radio mereka kepada pengiklan diseluruh Indonesia.

Radio Artha 103,7 FM Bengkulu menyadari bahwa *streaming* Radio Artha ini berpengaruh pada peningkatan jumlah pendengar, terlihat dari banyaknya jumlah pendengar yang melakukan telepon interaktif dari luar jangkauan siaran Radio Artha. Pendengar yang mendengarkan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu melalui *streaming* ialah pendengar setia Radio Artha 103,7 FM Bengkulu yang tidak bisa menjangkau siaran melalui siaran secara konvensional, pendengar tersebut biasanya datang dari kalangan perantau seperti anak muda, mahasiswa, karyawan, TKI (Tenaga Kerja Indonesia) yang diluar daerah namun ingin mendengarkan siaran dengan menggunakan bahasa daerah Bengkulu Selatan. Pada intinya *streaming* Radio

Artha dibuat untuk pendengar Radio Artha 103,7 FM Bengkulu yang tidak bisa menjangkau secara langsung.

Selain Website dan *radio streaming*, media sosial juga digunakan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu untuk mempromosikan radionya sendiri. Radio Artha 103,7 FM Bengkulu yang memiliki tiga macam media sosial yakni *Fanpage Facebook, Twitter, dan Instagram*. Namun dari ketiga media sosial tersebut yang paling di utamakan oleh Radio Artha 103,7 FM Bengkulu adalah *Fanpage Facebook*.

Alasan Radio Artha lebih fokus melakukan pendekatan melalui media sosial Facebook adalah Radio Artha harus mengikuti ciri pengguna, budaya pengguna Facebook, dan minat pengguna. Media sosial yang kebanyakan digunakan oleh masyarakat Bengkulu Selatan adalah Facebook. Akun Facebook Radio Artha berupa akun *fanpages* atau halaman penggemar, dimana *Fanpages* tersebut digunakan untuk menyediakan informasi Radio Artha 103,7 FM Bengkulu itu sendiri. Tak hanya membagikan informasi, Radio Artha 103,7 FM Bengkulu juga memaksimalkan fitur-fitur yang ada di media sosial Facebook seperti fitur *live*, Radio Artha 103,7 FM Bengkulu kerap kali menggunakan fitur *live* untuk menyiarkan program-program tertentu seperti *talkshow*, event *Off Air* Radio

Artha 103,7 FM Bengkulu sehingga tak hanya mengetahui dari mendengar radio saja, namun pendengar juga dapat melihat suasana studio dalam rangkaian siaran *talkshow* pada saat itu. Facebook juga menjadi media komunikasi yang digunakan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu untuk mempromosikan iklan. Selain akun media sosial Facebook, Radio Artha juga menggunakan Twitter sebagai salah satu media sosial yang digunakan radionya. Artha 103,7 FM Bengkulu sendiri memposisikan Twitter sebagai media sosial khusus untuk menaikkan eksistensi Radio Artha 103,7 FM Bengkulu di kalangan label musik dan penyanyi-penyanyi Indonesia. Twitter Radio Artha 103,7 FM Bengkulu menjadi media promosi lagu-lagu penyanyi Indonesia yang sedang melakukan promo lagu melalui label musik yang sudah menjalin kerja sama dengan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu. Beberapa label musik yang bekerjasama dengan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu yakni Nagaswara, Sony Music Indonesia, Warner Indonesia, dan lain-lain. Hal inilah yang dianggap nilai lebih dan daya tarik Radio Artha 103,7 FM Bengkulu bahwasannya Radio Artha 103,7 FM Bengkulu adalah radio yang kredibel dalam memutar lagu-lagu original yang langsung berasal dari label rekaman musik. Tak hanya itu saja Twitter juga menjadi ajang

memperlihatkan eksistensi Radio Artha 103,7 FM Bengkulu kepada radio-radio besar di kota-kota lainnya.

Media sosial lainnya yang digunakan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu namun masih dalam tahap pengembangan adalah Instagram. Instagram Radio Artha mulai aktif sejak tahun 2015. Namun dari hasil pengamatan peneliti nilai ekonomis yang digunakan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu pada media sosial Instagram belum terlalu maksimal. Terlihat dari postingan-postingan yang masih lebih mengarah kepada kegiatan berbagi opini melalui gambar yang diunggah di Instagram. Ini dikarenakan kurangnya sumber daya manusia dari manajemen Radio Artha 103,7 FM Bengkulu untuk membuat konten yang menarik untuk Instagram Radio Artha itu sendiri, selain itu juga untuk mendapatkan pengikut yang aktif juga masih cukup sulit melihat pola penggunaan media sosial di daerah Bengkulu Selatan masih didominasi dengan pengguna Facebook.

Untuk mempertahankan kredibilitas akun media sosial radionya, Radio Artha 103,7 FM Bengkulu berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan pengikut dengan cara yang alami, maksudnya disini Radio Artha 103,7 FM Bengkulu tidak menggunakan jasa

pembelian *followers*/pengikut Instagram untuk menaikkan jumlah pengikut Instagram Radio Artha 103,7 FM Bengkulu. Namun resikonya ialah pertumbuhan pengikut Instagram Radio Artha 103,7 FM Bengkulu sangat lambat dan membutuhkan waktu yang cukup lama.

PENUTUP

Berikut hasil kesimpulan yang didapat oleh peneliti yaitu eksistensi Radio Artha 103,7 FM Bengkulu di era digital berhasil diraih dengan menerapkan strategi komunikasi yang sudah dibangun oleh pihak stasiun yakni dengan menerapkan program-program yang diminati oleh pendengar sehingga pendengar tetap ingin mendengarkan Radio Artha 103,7 FM Bengkulu sebagai radio daerah yang memiliki kualitas yang baik dari berbagai segi informasi maupun hiburan dan eksistensi Radio Artha 103,7 FM Bengkulu di era digital juga kian berkembang setelah menerapkan media-media komunikasi yang baru. Terbukti dari Radio Artha 103,7 FM Bengkulu mampu mendapatkan pendengar dari luar daerah dan peningkatan jumlah pengiklan nasional yang tertarik beriklan di Radio Artha 103,7 FM Bengkulu, hal ini didapatkan oleh Radio Artha 103,7 FM Bengkulu dengan memanfaatkan media website, radio *streaming*, dan media sosial

sebagai media komunikasi tambahan selain siaran secara konvensional. Radio Artha 103,7 FM Bengkulu menjadi lebih diakui keberadaannya atau kepopulerannya dengan radio-radio di kota lain dan pihak label musik nasional dengan melakukan pemanfaatan media sosial yang baik, sehingga Radio Artha juga dikenal lebih luas oleh khalayak yang tersebar di seluruh Indonesia.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Ruslam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : AR-RUZZ Media.
- Arifianto, S. (2016). *Implementasi Metode Penelitian Studi Kasus Dengan Pendekatan Kualitatif*. Yogyakarta : Aswaja Pressindo.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bengkulu. (2018). *Data Perbandingan Tingkat Kemiskinan Prov. Bengkulu Maret Tahun 2018*. Bengkulu : BPS.
- Effendy, Onong Uchjana (2007), Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek), Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cakra Ilmu.
- McQuail Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mcquail Edisi 6*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Syamsul, Asep dan M.Romli. (2009). *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Vivian, John. (2008). *TEORI KOMUNIKASI MASSA Edisi Kedelapan*. Jakarta: Penerbit Kencana

