

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, peneliti menyimpulkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi Star Radio 107,3 FM Tangerang di media sosial dalam mempertahankan eksistensi di era digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

5.1 Kesimpulan

Bab ini telah menguraikan hasil analisis data dan pembahasan mengenai strategi komunikasi Star Radio 107,3 FM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan strategi yang dilakukan perusahaan media konvensional seperti Star Radio 107,3 FM adalah dilandasi dengan adanya penyesuaian antara fenomena yang terjadi di masyarakat seperti perkembangan teknologi dan pergeseran budaya di masyarakat itu sendiri yang pada akhirnya juga ikut merubah kebiasaan masyarakat dalam cara mengkonsumsi sebuah media.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mendapat kesimpulan bahwa:

1) Strategi Komunikasi di Media Sosial:

Star Radio 107,3 FM Tangerang memanfaatkan berbagai *platform* media sosial untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiensnya. Strategi komunikasi yang diterapkan meliputi konten yang interaktif dan relevan, penggunaan visual yang menarik, serta pemanfaatan fitur-fitur media sosial seperti kegiatan live dan polling untuk meningkatkan keterlibatan pendengar. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip-prinsip teori difusi inovasi, di mana Star Radio berperan sebagai *early adopter*

dalam mengadopsi teknologi baru dan mempromosikan penggunaannya kepada audiens mereka.

2) Tantangan yang Dihadapi:

Tantangan utama yang dihadapi Star Radio 107,3 FM Tangerang dalam mempertahankan eksistensi di media sosial meliputi kompetisi yang ketat dari media digital lainnya, perubahan perilaku konsumen yang semakin memilih konten *on-demand*, serta kesulitan dalam mengukur efektivitas strategi media sosial secara langsung terhadap peningkatan loyalitas pendengar. Selain itu, keterbatasan sumber daya dalam menghasilkan konten yang konsisten dan berkualitas juga menjadi hambatan yang harus diatasi.

3) Implikasi dan Rekomendasi:

Diperlukan upaya berkelanjutan untuk memperkuat strategi komunikasi di media sosial, termasuk eksplorasi platform baru, peningkatan kualitas konten, serta pengembangan metode evaluasi yang lebih tepat untuk mengukur dampak strategi tersebut. Selain itu, kolaborasi dengan *influencer* atau artis dapat menjadi cara efektif untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan *engagement* di media sosial.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah peneliti jabarkan sebelumnya, maka saran yang dapat peneliti berikan kepada Star Radio 107,3FM adalah saran sebagai berikut :

1. Saran Teoretis

Bagi Penulis selanjutnya penulis sarankan untuk berkontribusi pada pengetahuan tentang strategi komunikasi radio dalam mempertahankan eksistensi di era digital. Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi Star Radio dan stasiun radio lainnya untuk membuat rencana pemasaran media sosial yang akan berhasil di dunia *digital*.

2. Saran Praktis

Dianjurkan bagi Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk terus berinovasi dan memanfaatkan *tren* terbaru di media sosial guna mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya di era digital.

- 1) Optimalisasi penggunaan data analitik Star Radio perlu mengoptimalkan penggunaan data analitik untuk memahami perilaku pendengar dan efektivitas konten yang dibagikan. Dengan demikian, strategi konten dapat disesuaikan berdasarkan data yang ada, Pengembangan Konten Edukatif Selain konten hiburan, Star Radio juga dapat meningkatkan konten edukatif yang relevan dengan kebutuhan pendengar
- 2) Interaksi yang intensif dalam komunitas ini juga dapat memberikan feedback yang berguna untuk pengembangan konten, penguatan komunitas pendengar Membangun komunitas pendengar yang kuat melalui grup-grup di media sosial dapat meningkatkan loyalitas pendengar.
- 3) Dengan melaksanakan saran-saran tersebut, diharapkan Star Radio 107,3 FM Tangerang dapat terus mempertahankan eksistensinya di era digital dan semakin meningkatkan interaksi dengan pendengar melalui strategi komunikasi yang efektif di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal:

- Romli, A. S. M. (2009). *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Nuansa.
- Atmoko, Dwi Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, B. (2009). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus*. Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. (2002). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Castells, Manuel. (2013). *The Power of Identity*.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*.
- DeFleur, Melvin L., & Ball-Rokeach, Sandra J. (n.d.). *Theories of Mass Communication*.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. (2006). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2007). , Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Everett Rogers, 1969, *Modernization Among Peason; The Impact of Communication*, (New York: Holt, Rinehart and Wiston Inc., 1969), h. 136.
- George R. Terry dan L.W.Rue. (1978) :alih Bahasa,G.A Ticoalu, *Dasar - dasar Manajemen Edisi Revisi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2019.
- Ginting, R. et al. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Hidajanto, Djamal & Fachruddin, Andi. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Harliantara (2023) *DIGITALISASI RADIO : TANTANGAN DAN PELUANG*, CV.Jakad Media Publishing

- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture, Where Old and New*. Oxford University Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media.
- Kustiawan, W. et al. (2022). Media Sosial dan Jejaring Sosial. *Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 2, No. 1, Hal. 2.
- Tilaar, H. A. R. (2022). *Media dan Komunikasi Digital*. Pustaka Jaya.
- Lina Budiarti (2021). *Asyiknya Jadi Penyiar Radio, Guepedia The First On-Publisher in Indonesia*
- Lutrell, Regina. (2015). *The Circular Model of Some. Media Sosial: How to Engage, Share, and Connect*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa, Edisi 6 buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mondry. (2008). *Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: KENCANA.
- Nabila, D. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Intrans Publishing Group.
- Nasrullah, Rully. (2016). *Media Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasrullah, Rully. (2014). *Media Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*. Bandung: Penerbit Simbiosis Rekatama Medika.
- O'Reilly, T., & Milstein, S. (2012). *The Twitter Book*. United States of America: O'Reilly Media, Inc.
- Parapat, N. H. (2019). *Media Collide*. New York University Press.

Rihartono, S. (2015). Strategi Pengelolaan Radio Siaran Di Tengah-Tengah Perkembangan Teknologi Internet. Jurnal Komunikasi Profetik, 08 No.02, 51–64. <https://doi.org/http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1093>

Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sabir, et al. (2020). *Tiktok Addictions and Its Disorders among Youth of Pakistan*. Scholdge International Journal of Multidisciplinary & Allied Studies, 7(6), 140-146.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sunyoto, Suyanto. (2011). *Analisis regresi untuk uji hipotesis*. Yogyakarta: Caps.

Umar. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*.

Skripsi:

Chintya, Ellen. (2019). "*Strategi Program Break Time Star Radio 107.3 FM Dalam Mendekati Segmentasi Pendengar Dewasa Anak Muda*". Universitas Buddhi Dharma.

Imanda, Gita Zakiah. (2021). "*Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Instagram @Staradiotangerang Pada Program Star In The Morning*". Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat.

Purbohastuti. (2017). *Fungsi Media Sosial*, Hal 17. Retrieved from <https://repository.unja.ac.id/41918/3/BAB%20II%20REPTI%20%281%29.pdf>

Syaifulloh, Ilham. (2023). "*Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers 100fm Bandung Dalam Mempromosikan Program Pulang Sore*". UNIKOM.

Septiani, Fenny. (2023). "*Strategi Komunikasi Pemasaran STAR Radio Tangerang Dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar*". Universitas Multimedia Nusantara.

Website:

Databoks.co.id (2020) <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/20/73-persen-masyarakat-mendapatkan-informasi-dari-media-sosial>

Accurate (2023) <https://accurate.id/teknologi/era-digital/>

Kids.grid.id, "*Pengertian New Media dan Manfaatnya untuk Kehidupan Manusia*", dari <https://kids.grid.id/read/473041999/pengertian-new-media-dan-manfaatnya-untuk-kehidupan-manusia?page=all>

Lindungihutan (2022) <https://lindungihutan.com/blog/media-massa-adalah/>

Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2021) <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html>

Wikipedia (2024) Facebook : <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>

Wikipedia Youtube (2024) Youtube: <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>

Detik Bali (2023) Eksistensi : <https://www.detik.com/bali/berita/d-6545319/eksistensi-adalah-contoh-penggunaan-kata#:~:text=Menurut%20Kamus%20Besar%20Bahasa%20Indonesia,berarti%20dikenal%2C%20tenar%20dan%20populer.>

McKinsey & Company (2018) <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/adapting-to-the-next-normal-in-retail-the-customer-experience-imperative>

Gramedia Blog (2021) <https://www.gramedia.com/literasi/teori-difusi-inovasi/>

Star Radio 107,3 FM Tangerang (2023) <https://www.starradio1073fm.com/>

CURRICULUM VITAE

BIODATA



I. DATA PRIBADI

Nama : Marcelino Jhoansya
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 31 Desember 2001
Jurusan : Mass Media
Warga Negara : Indonesia
Agama : Khonghucu
Jenis Kelamin : Laki-laki
Status : Belum Menikah
Alamat : Jalan Raya Pasar Cicangkal Rt/Rw 006/001,
Kecamatan Rumpin, Kab.Bogor
Email : marcelinojhonsya312@gmail.com
IPK Terakhir : 3.52

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

- SDN 01 Leuwiranji (2008-2014)
- SMPN 3 Cisauk (2014 – 2017)
- SMAN 28 Kab.Tangerang (2017 – 2020)
- Universitas Buddhi Dharma (2020- Sekarang)

III. PENGALAMAN BEKERJA

- PT. Kharisma Beef – Mafia Daging (Januari 2022 - Mei 2022) Content Creator
- Star Radio Tangerang (Juni 2023- September 2023) Social Media Specialist
- (Founder) Media Interaksi (Maret 2023 – Sekarang 2024) Social Media Specialist
- HIMAKOM UBD (Febuari 2023 – Sekarang 2024)

LAMPIRAN

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar Pertanyaan Wawancara Content Creator Star Radio 107,3 FM

1. Apa saja tantangan yang dihadapi Star Radio 107,3 FM Tangerang dalam menggunakan media sosial untuk mempertahankan eksistensi di era digital?
2. Bagaimana strategi komunikasi Star Radio 107,3 FM Tangerang di media sosial dapat dioptimalkan untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan keterlibatan audiens di era digital?
3. Bagaimana strategi komunikasi yang dibangun Star radio di media sosial Instagram, tiktok, youtube, twitter, dan facebook dalam mempertahankan eksistensi di era digital.
4. Konten apa saja yang di hadirkan di star radio ?
5. Analisis Efektivitas strategi komunikasi apa yang digunakan star radio ?
6. Tantangan dan Kendala Dalam impelmentasi strategi komunikasi star radio ?
7. Upaya apa pengembangan starategi komunikasi star radio?
8. Bagaimana cara star radio tangerang dalam menggunakan media sosial nya dalam mempertahankan eksistensi di era digital?
9. Apa upaya star radio tangerang supaya tetap eksis di gempuran digital?
10. Strategi komunikasi apa yg di gunakan star radio?
11. Apa saja faktor yang mempengaruhi keberhasilan Star Radio dalam mempertahankan eksistensi di era digital melalui media sosial?
12. Bagaimana teori difusi inovasi diterapkan dalam strategi komunikasi Star Radio?
13. Penyusunan rencana konten apakah yang digunakan star radio ?
14. Analisis Perfoma konten apa yang di buat star radio ?
15. apakah star radio pernah mengundang artis dan berkolaborasi ?

16. Kegiatan live dan interaksi langsung yang di lakukan star radio ?
17. Mengalami Kendala Teknis dan sumber daya apa di star radio ?
18. Bagaimana Tantangan dalam Menjaga Konsistensi dan Relevansi Konten star radio ?
19. Upaya apa untuk Peningkatan Strategi Komunikasi ?
20. Apa Inovasi Konten dan Pendekatan Pemasaran star radio ?
21. Pemanfaatan Teknologi Terbaru apa dari star radio ?
22. Bagaimana Peningkatan Keterlibatan dan Partisipasi Pendengar?
23. Bagaimana Pemanfaatan Hastag dan Trending Topics ?
24. Star radio beberapa kali penjadwalan posting dan frekuensi ?
25. Pengaruh Terhadap Brand Awareness dan Loyalitas Pendengar ?

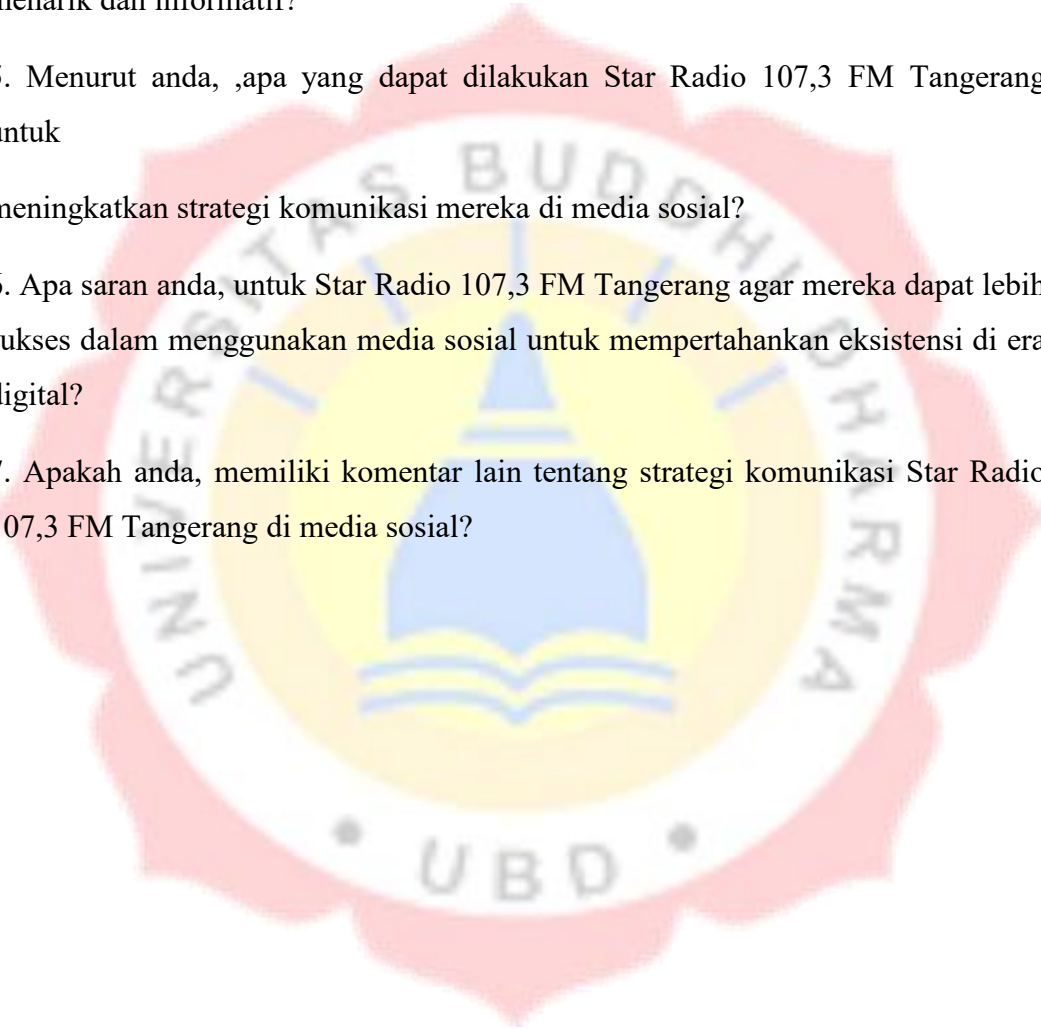
Daftar Pertanyaan Wawancara Head Public Relation Star Radio 107,3 FM

1. Jenis dan platform media sosial yang digunakan oleh Star Radio Tangerang?
2. Konten media sosial yang dibuat dan dibagikan oleh Star Radio Tangerang?
3. Interaksi dan engagement yang dilakukan Star Radio Tangerang dengan audience di media sosial?
4. Dampak strategi komunikasi media sosial Star Radio Tangerang terhadap upaya mempertahankan audience?
5. Apa strategi komunikasi yang digunakan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan interaksi dengan pendengar melalui media sosial ? Berikan contoh platform yang digunakan dan bagaimana interaksi tersebut meningkatkan kesadaran merek.
6. Bagaimana Star Radio 107,3 FM Tangerang menggunakan analisis data dari media sosial untuk meningkatkan kualitas program dan meningkatkan kesadaran merek? Berikan contoh analisis yang digunakan dan hasilnya ?

7. Apa strategi yang digunakan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan kehadiran di media sosial dan meningkatkan di kalangan muda? Berikan contoh platform yang digunakan dan bagaimana strategi tersebut meningkatkan.
8. Bagaimana Star Radio 107,3 FM Tangerang menggunakan media sosial untuk meningkatkan dan meningkatkan di kalangan pekerja di Tangerang? Berikan contoh strategi yang digunakan dan hasilnya ?
9. Apa strategi yang digunakan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan pendengar setia? Berikan contoh platform yang digunakan dan bagaimana strategi tersebut meningkatkan kesadaran merek.
10. Bagaimana Star Radio 107,3 FM Tangerang menggunakan media sosial untuk meningkatkan di kalangan masyarakat Tangerang? Berikan contoh strategi yang digunakan dan hasilnya ?
11. Apa strategi yang digunakan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan di kalangan komunitas? Berikan contoh platform yang digunakan dan bagaimana strategi tersebut meningkatkan kesadaran merek ?
12. Bagaimana Star Radio 107,3 FM Tangerang menggunakan media sosial untuk meningkatkan di kalangan pelaku bisnis di Tangerang? Berikan contoh strategi yang digunakan dan hasilnya.
13. Apa strategi yang digunakan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan pendengar yang lebih tua? Berikan contoh platform yang digunakan dan bagaimana strategi tersebut meningkatkan kesadaran merek?
14. Bagaimana Star Radio 107,3 FM Tangerang mengevaluasi efektivitas strategi komunikasinya di media socia ?
15. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh Star Radio 107,3 FM Tangerang dalam menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan bagaimana mereka mengatasinya?

Daftar Pertanyaan Wawancara Pengikut/Pendengar Star Radio 107,3 FM

1. Apakah anda, tau tentang star radio 107,3 fm Tangerang?
2. Seberapa sering anda, mendengarkan Star Radio 107,3 FM Tangerang?
3. Platform media sosial apa yang paling sering anda gunakan?
4. Apakah anda, merasa konten Star Radio 107,3 FM Tangerang di media sosial menarik dan informatif?
5. Menurut anda, ,apa yang dapat dilakukan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan strategi komunikasi mereka di media sosial?
6. Apa saran anda, untuk Star Radio 107,3 FM Tangerang agar mereka dapat lebih sukses dalam menggunakan media sosial untuk mempertahankan eksistensi di era digital?
7. Apakah anda, memiliki komentar lain tentang strategi komunikasi Star Radio 107,3 FM Tangerang di media sosial?



TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Narasumber 1 (key informan)

Nama : Olivia Sabat

Umur : 25 Tahun

Pekerjaan : *Content Creator* Star Radio

Tanggal Wawancara : 7 Juni 2024

Proses : Tatap Muka



Dokumentasi Wawancara Informan 1

1. **Penulis: Apa saja tantangan yang dihadapi Star Radio 107,3 FM Tangerang dalam menggunakan media sosial untuk mempertahankan eksistensi di era digital?**

Narasumber: “ Tantangannya adalah gimana menyatukan target audiens di media sosial yang menyasar generasi Milenial dan GenZ dengan target audiens on air yang menyasar generasi X dan Milenial dilihat dari lagu-lagu yang diputarkan adalah lagu tahun akhir 80an sampai tahun 2000an.”

2. **Penulis: Bagaimana strategi komunikasi Star Radio 107,3 FM Tangerang di media sosial dapat dioptimalkan untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan keterlibatan audiens di era digital?**

Narasumber: “ Membuat konten mengikuti tren yang ada di media sosial terutama TikTok, dan menyesuaikan dengan sudut pandang Staradio.”

3. Penulis: Bagaimana strategi komunikasi yang di bangun Star radio dimedia social IG,tiktok,youtube,twitter,dan facebook dalam mempertahankan eksistensi di era digital?

Narasumber: “ Strategi komunikasi yang dibangun adalah membuat ulang tren video yang lagi viral di media sosial, membahas fenomena/tren/lagu yang lagi viral, tetap update dengan berita nasional, menyesuaikan cara penyampaian informasi yang lebih santai mengikuti target audiens. IG & Facebook: berisi konten tentang informasi terkini, penyampaian santai tapi serius. TikTok: konten yang lebih santai, seperti games, membuat ulang video yang lagi viral YouTube: menyampaikan informasi trivia yang lebih santai dan konten evergreen (tidak akan basi) Twitter: membagikan tulisan di website untuk meningkatkan traffic.”

4. Penulis: Konten apa saja yang di hadirkan di star radio ?

Narasumber: “Konten yang dihadirkan IG & FB: Today's trending, topic: news update, Star Hitz: membahas lagu yang baru rilis/lagi viral di media sosial, Tangerang Local Genius: membahas informasi, kebudayaan, tempat wisata, makanan dari Tangerang Raya (kota, kabupaten, tangsel), Tangerang Great Event: membahas event yang ada di Tangerang (kerja sama media partner),Star Challenge: games, challenge, kuis, Youtube: Star Trivia: informasi singkat, fun fact seputar lifestyle, entertainment, selebritas, dll”

5. Penulis: Analisis Efektivitas strategi komunikasi apa yang digunakan star radio ?

Narasumber: “ Analisis Efektivitas strategi komunikasi yang digunakan adalah Customer Response Index, Awareness: diukur dari jangkauan konten staradio, Comprehend (pemahaman): dikur dari interaksi yang diberikan (like & komentar),Interest: diukur dari jumlah kunjungan ke akun media sosial Staradio, Intention & Action: diukur dari minat calon klien yang menghubungi media sosial Staradio untuk menawarkan kerja sama.”

6. Penulis: Tantangan dan Kendala Dalam impelmentasi strategi komunikasi star radio ?

Narasumber: “Tantangan & kendala terdapat perbedaan audiens antara media sosial dan siaran on air, sumber daya manusia dan peralatan yang terbatas.”

7. Penulis: Upaya apa pengembangan starategi komunikasi star radio?

Narasumber: “ Konsisten untuk menyampaikan informasi yang relevan dengan audiens media sosial star, Melakukan perubahan dalam format penyampaianya. Awalnya slider menjadi video reels.”

8. Penulis: Bagaimana cara star radio tangerang dalam menggunakan media sosial nya dalam mempertahankan eksistensi di era digital?

Narasumber: “ Cara star radio tangerang dalam menggunakan media sosial nya dalam mempertahankan eksistensi di era digital, Membagikan kegiatan siaran on air di media sosial, seperti video dokumentasi talkshow bersama komunitas dan klien, games siaran bersama penyiar. Tidak hanya cara kerja secara on air, kami juga berbagi cerita behind the scene tim staradio bekerja di lapangan.”

9. Penulis: Apa upaya star radio tangerang supaya tetap eksis di gempuran digital? “Menggunakan platform media sosial untuk berinteraksi dengan audiens, menyiarkan siaran secara digital melalui streaming di website untuk menjangkau lebih banyak pendengar tidak hanya di Tangerang, Menggunakan website untuk menyebarkan informasi dan bisa bersaing dengan media online yang ada.”

Narasumber:

10. Penulis:Strategi komunikasi apa yg di gunakan star radio?

Narasumber: “Produksi konten mengikuti tren yang ada di media sosial terutama TikTok dan menyesuaikan dengan sudut pandang Staradio. Membahas berita-berita yang sedang viral, tapi tetap menyeleksi sesuai dengan kaidah jurnalistik dan news value suatu berita.”

11. Penulis: Apa saja faktor yang mempengaruhi keberhasilan Star Radio dalam mempertahankan eksistensi di era digital melalui media sosial?

Narasumber: “Menyajikan informasi yang aktual dan terpercaya, melibatkan audiens dalam konten yang diproduksi”

12. Penulis: Bagaimana teori difusi inovasi diterapkan dalam strategi komunikasi Star Radio?

Narasumber: “Ketika ada ide perubahan konten, dikumpulkan dari hasil diskusi divisi komunikasi dan disampaikan kepada pimpinan.”

13. Penulis: Penyusunan rencana konten apakah yang digunakan star radio ?

Narasumber: “Rencana konten dilakukan menggunakan website trello dan mengundang berbagai divisi yang terlibat dalam pembuatan konten. Perencanaan dilakukan selama satu minggu. Untuk konten news update diproduksi setiap hari mengikuti pemberitaan yang ada, Untuk konten lainnya, seperti challenge, entertainment (mengikuti konten hiburan yang sedang viral dan disesuaikan dengan audiens staradio) bisa dipersiapkan dari satu minggu sebelumnya.”

14. Penulis: Analisis Performa konten apa yang di buat star radio ?

Narasumber: “Analisis dilakukan dengan melihat hasil insight reach, likes, dan komentar yang didapatkan dalam satu periode tertentu.”

15. Penulis: apakah star radio pernah mengundang artis dan berkolaborasi ?

Narasumber: “ Terbaru Staradio melakukan kolaborasi dengan artis dalam rangka perayaan ulang tahun ke-34. Konten yang diproduksi berupa siaran on air yang disiarkan juga dalam bentuk audio visual di YouTube Staradio.”

16. Penulis: Kegiatan live dan interaksi langsung yang di lakukan star radio ?

Narasumber:

17. Penulis: Mengalami Kendala Teknis dan sumber daya apa di star radio ?

Narasumber: “ Kendala teknis yang dialami adalah keterbatasan alat, seperti kamera, microphone, dan handphone. Dengan begitu kualitas konten yang dihasilkan seringkali berbeda-beda, Kendala sumber daya

yang dialami adalah pergantian sumber daya manusia yang terlalu cepat. Hal ini mengakibatkan pekerjaan tidak bisa dilakukan secara maksimal.”

18. Penulis: Bagaimana Tantangan dalam Menjaga Konsistensi dan Relevansi Konten star radio ?

Narasumber: “Perubahan sumber daya manusia yang terlalu cepat menjadi salah satu tantangan untuk bisa mempertahankan kualitas konten sesuai standar yang sudah ditetapkan. Menjadi tantangan karena sdm yang baru perlu waktu untuk belajar dan beradaptasi dengan cara dan ritme kerja di staradio, Tantangan untuk bisa mempertahankan kualitas konten sesuai standar yang sudah ditetapkan. Menjadi tantangan karena sdm yang baru perlu waktu untuk belajar dan beradaptasi dengan cara dan ritme kerja di staradio.”

19. Penulis: .Upaya apa untuk Peningkatan Strategi Komunikasi ?

Narasumber:”Menciptakan kreasi output konten yang lebih beragam, meningkatkan kuantitas konten yang diunggah dalam satu hari, tetap update dengan isu yang sedang trending.”

20. Penulis: Apa Inovasi Konten dan Pendekatan Pemasaran star radio ?

Narasumber: “Mengemas konten informasi dalam bentuk video (tidak hanya foto & teks), menggunakan bahasa yang lebih santai untuk tetap dekat dengan target audiens.”

21. Penulis: Pemanfaatan Teknologi Terbaru apa dari star radio ?

Narasumber: “Memanfaatkan platform Meta Business Suite untuk melakukan penjadwalan konten di instagram dan facebook, mengetahui waktu terbaik untuk mengunggah konten, serta menarik data insight (jangkauan, interaksi, kunjungan, followers) untuk Instagram & Facebook.”

22. Penulis: Bagaimana Peningkatan Keterlibatan dan Partisipasi Pendengar?

Narasumber: “Meningkatkan keterlibatan dan partisipasi pendengar melalui question box dan kolom komentar di instagram. Mengajak audiens di media sosial untuk menemukan informasi lebih lanjut dengan membaca artikel di website.

23. Penulis: Bagaimana Pemanfaatan Hastag dan Trending Topics ?

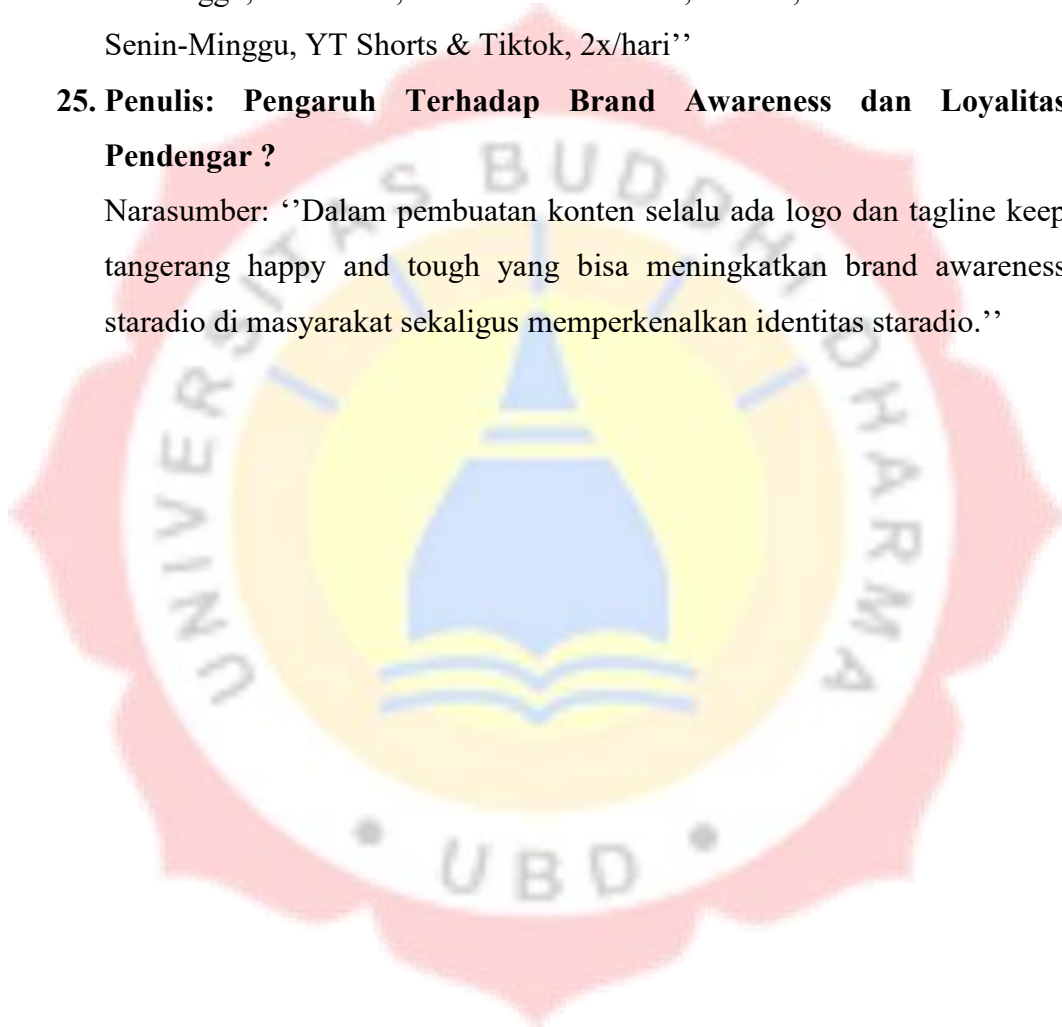
Narasumber: ‘’ Setiap penulisan caption menggunakan hastag yang relevan.’’

24. Penulis: Beberapa kali penjadwalan posting dan frekuensi ?

Narasumber: ‘’ Today's Trending Topic: Senin sampai Jumat. Platform: IG & FB, 1x/hari, Star Hitz: Selasa, IG & FB, 1x/hari, Star Challenge: Sabtu & Minggu, IG & FB, 1x/hari Senin-Jumat, Tiktok, 1x/hari. Star Trivia: Senin-Minggu, YT Shorts & Tiktok, 2x/hari’’

25. Penulis: Pengaruh Terhadap Brand Awareness dan Loyalitas Pendengar ?

Narasumber: ‘’Dalam pembuatan konten selalu ada logo dan tagline keep tangerang happy and tough yang bisa meningkatkan brand awareness staradio di masyarakat sekaligus memperkenalkan identitas staradio.’’



TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Narasumber 2 (Informan Utama)

Nama : Lintang Agatha Kinansih

Umur : 25 Tahun

Pekerjaan : Head Public Relation Star Radio

Tanggal Wawancara : 31 Mei 2024

Proses : Tatap Muka



Dokumentasi Wawancara Informan 2

1. Penulis: Jenis dan platform media sosial yang digunakan oleh Star Radio Tangerang?

Narasumber: “Yang pertama, jenis dan platform media sosial yang digunakan oleh Star Radio Tangerang, ini ada beberapa media sosial. Yang pertama itu Instagram, yang kedua Facebook, yang ketiga Twitter, yang keempat TikTok, kelima Youtube.”

2. Penulis:Konten media sosial yang dibuat dan dibagikan oleh Star Radio Tangerang?

Narasumber: “Konten media sosial yang dibuat dan dibagikan oleh Star Radio Tangerang Yang pertama itu kita ada namanya today's trending

topic tu rubrik yang membahas tentang apa aja pemberitaan yang lagi dibicarakan masyarakat saat ini. Misalnya kemarin itu kita upload tentang kenaikan UKT gitu. Atau misalnya gaji karyawan yang dipotong untuk tapera. Itu kan juga lagi ramai yang diperbincangkan. Terus kita juga ada namanya Star Heads. Star Heads itu tentang artis-artis siapa, musisi-musisi siapa aja yang lagi comeback. Atau rilis album, rilis lagu. Atau misalnya mereka mau konser di Indonesia. Itu kita bahas itu, bahas lagunya juga. Terus kita juga ada Tangerang Local Genius. Jadi Tangerang Local Genius itu tentang apa aja sih kekayaan, kebudayaan, Tangerang Raya gitu. Jadi gak cuma kota Tangerang tapi juga kabupaten Tangerang dan Tangsel. Misalnya membahas sosok Mpe goyong gitu yang memang jadi maestro tehyan. Atau misalnya kita bahas tentang taman-taman yang ada di kota Tangerang. Atau misalnya kuliner khas kota Tangerang. Itu kita bahas di Tangerang Local Genius. Terus kita juga ada Tangerang Great Event. Nah Tangerang Great Event ini memang tidak setiap minggu kita jadikan dia sebagai rubrik. Itu kita naikin itu sebagai Tangerang Great Event. Jadi misalnya kayak kemarin kita habis liputan festival Moker Fart gitu. Atau misalnya kita liputan GIIAS yang memang diselenggarakan di ice bsd gitu. Tapi ketika ada peliputan-peliputan yang dilakukan oleh Timstar.”

3. Penulis: Interaksi dan engagement yang dilakukan Star Radio Tangerang dengan audience di media sosial?

Narasumber: “Interaksi dan engagement yang dilakukan oleh Star Radio Tangerang dengan audiens di media sosial.”Tapi yang jelas misalnya dalam kolom komentar itu tuh kayak memberikan caption. Memberikan caption yang mengarahkan audiens itu untuk komen atau misalnya kasih beberapa fitur yang ada di Instagram stories. Kayak kasih reaction atau kayak rate. Atau misalnya kayak question box gitu misalnya ketika ada talk show gitu. Atau misalnya ketika ada penyiar yang lagi on air.”

4. Penulis: Dampak strategi komunikasi media sosial Star Radio Tangerang terhadap upaya mempertahankan audience?

Narasumber: “ Dampak strategi komunikasi, Audiens on air gitu langsung. Dengan adanya media sosial itu oke. Kalau mungkin dulu Star Radio on air hanya sekedar on air aja gitu ya. Belum ada media sosial. Tapi ketika sudah ada media sosial kita bisa call to action followers media sosial kita itu. Untuk mendengarkan on air gitu misalnya. Ketika ada komunitas gitu. Itu kita kasih link untuk streaming on air. Karena kan ketika kita ada komunitas itu gak cuman komunitas di tangan aja. Kadang ada komunitas-komunitas yang udah levelnya itu nasional. Jadi ketika pendengar di luar jangkauan tangerang gitu pengen mendengarkan. Itu kita kasih link untuk streaming gitu. Jadi supaya mereka bisa mengarahkan ke situ. Terus juga yang kedua ketika penyiar lagi on air gitu.”

- 5. Penulis: Apa strategi komunikasi yang digunakan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan interaksi dengan pendengar melalui media sosial ? Berikan contoh platform yang digunakan dan bagaimana interaksi tersebut meningkatkan kesadaran merek.**

Narasumber: “Supaya meningkatkan itu tadi interaksi pendengar Star Radio lewat media sosial. Terus juga beberapa kali itu ada konten behind the scene. Jadi ketika penyiar lagi siaran gitu kita kasih konten behind the scene nya. Gimana mereka lagi siaran. Supaya menarik nih minat followers kita di Instagram menjadi pendengar Star Radio gitu. Atau misalnya ketika ada beberapa konten yang penyiar itu kita kasih challenge gitu. Kita kasih challenge dan kita upload ke media sosial. Nah itu juga salah satu strategi komunikasi. Supaya ada nih kedekatan antara penyiar dengan si followers kita di media sosial. Dan itu kan juga jadi memberikan perasaan penasaran gitu ya. Meningkatkan rasa penasaran dari followers kita untuk menjadi pendengar Star Radio.”

- 6. Penulis: Bagaimana Star Radio 107,3 FM Tangerang menggunakan analisis data dari media sosial untuk meningkatkan kualitas program dan meningkatkan kesadaran merek? Berikan contoh analisis yang digunakan dan hasilnya ?**

Narasumber: “Kalau analisis data itu memang kita ada tiap minggunya tuh report gitu ya, Analisis datanya Star Radio itu kita biasanya pake ada tools yang dari Meta kan. Itu kita liat engagementnya. Kemudian kita liat like, viewsnya. Seperti itu. Nah setelah dari hasil report itu kan terlihat bahwa ternyata engagementnya kecil ya. Oh mungkin bisa jadi waktu pembaca kita itu kayak kurang gitu. Mereka hanya fokus di slide pertama aja gitu. Atau misalnya kita juga buat analisis itu waktu itu kayak per topik. Jadi kita liat mana kontennya engagementnya kecil. Mana kontennya engagementnya besar. Setelah itu kita liat dari analisis engagement ini. Konten-konten yang memang secara spesifik.

7. Penulis: Apa strategi yang digunakan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan kehadiran di media sosial dan meningkatkan di kalangan muda? Berikan contoh platform yang digunakan dan bagaimana strategi tersebut meningkatkan.

Narasumber: “Sebenarnya kalau dari analisisnya Star Radio. Itu memang followersnya. Kalau nih. Star Radio di Facebook, Youtube, Instagram. Facebook, Youtube, Instagram dan juga Twitter. Kita memang kebanyakan tuh followers laki-laki. Pendengar kita pun kebanyakan laki-laki. Nah yang menjadi anomali adalah followers di TikTok. Followers di TikTok kita itu kebanyakan perempuan. Tapi kalau dari segi usia memang kebanyakan tuh di usia. 24-35, 18-24, 24-35 gitu. Jadi 18-35 tahun lah kita tuh tertinggi. bulan ini. Itu di usia 18-35 tahun. Dan paling banyak tuh laki-laki. Kecuali TikTok itu anomali ya. Paling banyak perempuan gitu. Nah sebenarnya kalau usia 18-35 itu kan.

8. Penulis: Bagaimana Star Radio 107,3 FM Tangerang menggunakan media sosial untuk meningkatkan dan meningkatkan di kalangan pekerja di Tangerang? Berikan contoh strategi yang digunakan dan hasilnya ?

Narasumber: “Generasi orang muda dan pekerja. Pekerja muda ya. Tapi kita juga selama ini pun. Konten-konten kita ya udah membahas tentang. Kebutuhan mereka. Interest mereka gitu. Misalnya kayak. Transportasi umum. Itu kan transportasi umum di kota Tangerang. Itu kan banyak

digunakan sama. Orang yang banyak mobile ya. Aktifitasnya gitu. Atau misalnya tentang. Konten baru-baru ini kayak kemarin. Tapera gitu. Atau misalnya kenaikan UKT. Itu kan memang relate banget tuh. Sama orang muda dan pekerja.”

- 9. Penulis: Apa strategi yang digunakan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan pendengar setia? Berikan contoh platform yang digunakan dan bagaimana strategi tersebut meningkatkan kesadaran merek.**

Narasumber:

- 10. Penulis: Bagaimana Star Radio 107,3 FM Tangerang menggunakan media sosial untuk meningkatkan di kalangan masyarakat Tangerang? Berikan contoh strategi yang digunakan dan hasilnya ?**

Narasumber: “Diarahkan ke website itu. Diarahkan ke on air. Atau streaming di website. Atau. Supaya kita. Strategi yang kita lakukan juga. Mengadakan giveaway. Itu supaya. Ada kedekatan. Ada loyalitas. Lomba dan Giveaway itu kan kayak sesuatu yang. Makanya. Kita pun masih sering bikin giveaway. Nah gimana caranya. Misalnya giveaway dengan dengerin programnya star. Misalnya pas talk show. Lomba Giveaway nya bakal diumumkan pas talk show loh.”

- 11. Penulis: Apa strategi yang digunakan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan di kalangan komunitas? Berikan contoh platform yang digunakan dan bagaimana strategi tersebut meningkatkan kesadaran merek ?**

Narasumber: “Strateginya adalah Kita partnership sama komunitas, Jadi kan setiap sabtu minggu itu kita punya program namanya *star community* kita mengundang komunitas-komunitas. gak cuma komunitas ada di Tangerang. Tapi juga ada yang di Jakarta. Komunitas-komunitas yang skala nasional. Untuk mereka itu bisa interview. Biasanya dalam interview nya itu kita juga ada. Tanya-tanya tentang kegiatan mereka. Kemudian. Rencana-rencana si komunitas. Apa aja keunikan si komunitas ini. Sampai gimana cara join komunitas. Nah yang

menariknya adalah. Memang kita ini. Komunitas-komunitas ini. Kita berikan manfaat juga.”

12. Penulis: Bagaimana Star Radio 107,3 FM Tangerang menggunakan media sosial untuk meningkatkan di kalangan pelaku bisnis di Tangerang? Berikan contoh strategi yang digunakan dan hasilnya.

Narasumber: “Pelaku bisnis itu kan. Kadang menyesuaikan dengan kebutuhan. Ada bisnis yang memang kebutuhannya. Oh kita pengen talk show nih. Atau ada bisnis yang memang kebutuhannya. Kita pengen pasang spot. Di on air. Atau nanti kita bisnis. Kita pengen advertorial di website. Bagaimana untuk tau insidenya. Tim bisdef yang turun ke lapangan. Yang ketemu langsung sama klien. Itulah yang. Memang mereka yang tau. Apa saja kebutuhan klien. Dari tim bisdef atau marketing. Kasih insight nih. Jadi misalnya. Brand A gitu. Mereka satu brand ini. Anggarannya untuk artikel website atau anggaran untuk spot.”

13. Penulis: Apa strategi yang digunakan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan pendengar yang lebih tua? Berikan contoh platform yang digunakan dan bagaimana strategi tersebut meningkatkan kesadaran merek ?

Narasumber: “ Menargetkan ya pendengar yang lebih tua. Memang kita media sosial ini berfokus. Balik lagi. Konten-konten kita tuh 18 sampai 35 tahun. Which is itu. Mahasiswa kerja muda gitu. Jadi untuk lagu itu kan ada paket-paketnya gitu. Nah memang lagu-lagunya ini. Ada yang lagu khusus untuk. Tahun 90an gitu. Atau mungkin tahun 80an. Ada juga lagu-lagu baru. Lagunya Mahalini, Tiara Andini gitu. Atau lagu-lagu 90-80an. Nah memang dari. Pilihan lagu-lagu itu sih. Kalau memang ingin. Menjangkau lagi nih. Generasi yang tua gitu. Nah tapi menariknya adalah. Kan kita juga sering nih. Bikin giveaway ya. Entah itu di on air ataupun di Instagram. Beberapa. Pendengar yang udah dengerin Star. Dari tahun-tahun pertama Star berdiri. Tahun 90an itu tuh. Mereka tuh beberapa kali menang giveaways. Jadi memang dari situ. Tercermin kalau. Pendengar lama Star.

14. Penulis: Bagaimana Star Radio 107,3 FM Tangerang mengevaluasi efektivitas strategi komunikasinya di media sosial?

Narasumber: “Bagaimana mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi setiap minggu nya pake meta analitik, meta analitik jadi menganalisis facebook,,instagram,dan juga menganalisis tiktok untuk data terakhir mengukur sejauh mana, tapi memang setiap minggu itu ada kok dan itu di laporkan kedalam rapat mingguan kita jadi untuk mengukur sejauh mana si konten kita ini efektif menjangkau audiens dalam report itu juga enggak cuman report berapa jumlah followers,likes,komen tapi juga report apasi yang kita lakukan kek tadi mengevaluasi jenis konten terus misal nya kaya konten apasi yang kira kira paling banyak di sukain dan itu yang akhirnya jadi keunggulannya star gitu. kek misalkan konten-konten yang sifat yang lebih ringan gitu atau star challenge gitu gitu kan ramai tu di tiktok, di youtube shorts juga dan itu akhirnya kita pertahankan format.”

15. Penulis: Apa saja tantangan yang dihadapi oleh Star Radio 107,3 FM Tangerang dalam menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan bagaimana mereka mengatasinya?

Narasumber: “Tantangan ada pengaruh algortima dan pengaruh interest dari pendengar/follower itu sendiri jdi kan emng target audiens kita gen milenias dan genz kan mereka interst cukup meluas time spending cukup sedikit, kok enganment yg kecil yg like dan kome, kalo reels algortima media sosial tadi .tapi setelah di review lagi, di evaluasi kok engagement nya kecil gitu, kaya banyak yang likes atau komen gitu tapi setelah kita lihat, kok kalo reels itukan bisa, itu mungkin karena algoritma media sosial tadi ya, reels itu kan bisa menjangkau audiens lebih banyak, jadi kayak meskipun lu ga follow star, tetapi kadang muncul di explore gitu reels nya kadang itu ada orang yang follows star dari reels jadi kek tertarik gituloh, jadi sejak saat itu gue gatau di bulan apa, gue lupa konten yang sifat sifatnya informatif itu kalo yang enggak satu slide jdi kaya sekarang kan lgi ngetren di media sosial tu yang konten-konten yang kaya foto abis itu ada tulisan yang satu kalimat soal berita nya penjelasan di caption atau kaya yaudah reels gitu, karena memang toh terbukti engagement memang

lebih tinggi di reels menjangkau banyak audiens dari followers star, jadi sejak saat itu memang di ubah format konten nya yang tadi nya carousel slider, jadi reels dan juga satu slide ada berita nya, beritanya satu kalimat di foto penjelasan di caption itu sih kalo di bilang tantangan dan bagaimana cara mengatasi.”

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Narasumber 3 (Informan Tambahan)

Nama :Fransisca Wijaya

Umur :21 Tahun

Pekerjaan : Personal Assisten Dan Procurement/Pengikut Star Radio

Tanggal Wawancara : 27 Juni 2024

Proses : Tatap Muka



Dokumentasi Wawancara Informan 3

1. Penulis: Apakah anda tau tentang star radio 107,3 FM Tangerang?

Narasumber: “Tahu yang ada di modernland kan.”

2. Penulis: Seberapa sering anda, mendengarkan Star Radio 107,3 FM Tangerang?

Narasumber: “ Tidak sering dan tidak pernah mencari untuk mendengarkan. Hanya ketika naik mobil, frekuensi bisa sekitar 2x/bulan.”

3. Penulis: Platform media sosial apa yang paling sering anda, gunakan?

Narasumber: ‘ya paling sering si aku pakai Twitter/X’

4. Penulis: Apakah anda, merasa konten Star Radio 107,3 FM Tangerang di media sosial menarik dan informatif?

Narasumber: “ informatif, mudah dipahami dan to the point,Menarik? No.

Pengguna sosial media skrng lebih tertarik dengan penyampaian informasi yang memanfaatkan visual, boro2 klik link yang ada pasti langsung scroll lewatin tweetnya. Makanya sekarang lagi populernya gambar digital dari artist dan bahkan AI,Kesannya star radio gak konsisten mengimplementasikan apa yg mereka lakukan di instagram dengan di Twitter/X.”

5. Penulis: Menurut anda, apa yang dapat dilakukan Star Radio 107,3 FM Tangerang untuk meningkatkan strategi komunikasi mereka di media sosial?

Narasumber: “Menuangkan dedikasi untuk design gambar berita yang menarik dan bukan hanya link, kalimat highlight twitter/X yang bersifat persuasif untuk mengajak (bukan hanya sekedar ‘memberitakan’.”

6. Penulis: Apa saran anda, untuk Star Radio 107,3 FM Tangerang agar mereka dapat lebih sukses dalam menggunakan media sosial untuk mempertahankan eksistensi di era digital?

Narasumber: “Target pasar harus ditentukan jelas seperti apa yang sedang trend khususnya dikalangan anak muda dan apa yang sedang menjadi topik pembicaraan di dunia maya. Ketika hot topic sedang berlangsung, orang/pengguna cenderung akan mencari informasi terkait topic tersebut di berbagai platform karena rasa penasaran, maka dari itu, apabila star radio dapat ikut serta ‘memenuhi’ rasa penasaran pengguna sosmed, engagement star radio akan naik.”

7. Penulis: Apakah anda, memiliki komentar lain tentang strategi komunikasi Star Radio 107,3 FM Tangerang di media sosial?

Narasumber: “Tidak ada cukup”





UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Kreativitas Membangkitkan Inovasi

No : 033/II/FSH/V/2024
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan Star Radio 107,3 FM Tangerang

Jalan Pulau Putri Raya Blok OSKAR 15 No.2

Kelapa Indah, Kec. Tangerang, Banten 15117

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kewajiban bagi mahasiswa semester akhir untuk menyelesaikan skripsi di Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma, dengan ini kami mengajukan permohonan izin melakukan penelitian untuk pengambilan data skripsi di Star Radio 107,3 FM Tangerang bagi mahasiswa kami di bawah ini:

Nama : **Marcelino Jhoansya**
NIM : 20200400048
Semester : VIII
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Star Radio 107,3 FM Tangerang di Media Sosial dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital

Demikian surat permohonan izin ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu kami mengucapkan terima kasih.

Tangerang, 28 Mei 2024

Hormat kami,


Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom
Kaprodik Ilmu Komunikasi

Tembusan:

1. Arsip

SURAT KETERANGAN

Yang tertanda tangan di bawah ini :

Nama : Olivia Sabat

Perusahaan : PT. Radio Suara Tunggal Angkasa Raya (STAR RADIO)

Alamat : Jalan Pulau Putri Raya No. 2 Kota Modern, Tangerang

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Marcelino Jhoansya

NIM : 20200400048

Program : Ilmu Komunikasi

Benar telah melakukan Survei Skripsi (Penelitian dan Wawancara) sejak bulan Maret 2024 – Juli 2024 di PT Radio Suara Tunggal Angkasa Raya – STAR RADIO 107,3 FM dengan judul **“Strategi Komunikasi Star Radio 107,3 FM Tangerang Di Media Sosial Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital”** sebagai syarat untuk kelulusan skripsi pada jurusan ilmu komunikasi di universitas buddhi dharma.

Demikian surat pemberitahuan ini agar dapat dipergunakan sebaik-baiknya dan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Tangerang, 22 Juli 2024


staradi 5G

Olivia Sabat
Content Creator

PT. Radio Suara Tunggal Angkasa Raya

Jalan Pulau Putri Raya No.2 Kota Modern, Tangerang 15117

T.0812 1111 073 E.info@staradio1073fm.com Website. www.staradio1073fm.com



September 06, 2024

Editor Explanation:

Dears Marcelino Jhoansya,

Thank you for your trusts in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID	:	20200400048
Major	:	Ilmu Komunikasi
Title	:	Strategi Komunikasi Star Radio 107,3 FM Tangerang Di Media Sosial Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital.
Type	:	Thesis

Turnitin Suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count	:	20760
Character Count	:	132386
Similarity Index	:	28%
Internet Source	:	27%
Publication	:	8%
Student Paper	:	9%
Exclude quotes	:	Off
Exclude bibliography	:	Off
Exclude matches	:	Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,

Frendy Dodo Chang, S.Kom

Faculty of Social Sciences and Humanities
Buddhi Dharma University (UBD)



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang
021 5517853 / 021 5586822 | admin@buddhidharma.ac.id

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20200400048
Nama Mahasiswa : MARCELINO JHOANSYA
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2023/2024 Genap
Dosen Pembimbing : Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Star Radio 107,3 FM Tangerang Di Media Sosial
Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital

Tanggal	Catatan	Paraf
2024-04-04	Konsultasi Judul	
2024-04-11	Bab 1	
2024-05-09	Bab 2	
2024-04-18	Review Bab 1, menjelaskan Bab 2	
2024-05-23	Bab 2 Rumusan Masalah, Bab 3	
2024-05-29	Bab 3	
2024-05-06	Bab 3	
2024-05-13	Bab 3 lanjut Bab 4	
2024-05-21	Bab 4	
2024-05-27	Bab 4	
2024-06-11	Review draft wawancara dan bab 4	
2024-07-11	Review draft wawancara dan Bab 4 dan Bab 5	
2024-07-12	Bab V	

Mengetahui

Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 12 July 2024

Pembimbing



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom