

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Partisipasi Citizen Journalism pada Radio Suara Surabaya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh Radio Suara Surabaya dalam Meningkatkan Partisipasi *Citizen Journalism* tak hanya dilihat dari perekrutan sumber daya manusia yang memang benar-benar dipilih dari yang berpotensi atau mumpuni melainkan juga diimbangi dengan melakukan teknik, cara dan konsep yang tepat dalam pelaksanaannya. Teknik yang digunakan diantaranya adalah teknik penyiaran dan vokal berupa intonasi, artikulasi, aksentuasi, *speed*, *power*.
2. Seluruh individu perlu memahami konsep, sistem, *jobdesk* baik secara individu, *crew* dan tim dalam penempatannya supaya ketika mereka sudah memahami segalanya maka secara otomatis akan lebih mudah menyatukan tujuan dan mencapai *goals* bersama. Melakukan pendekatan-pendekatan kepada *audiens* untuk menarik perhatian dan minat mereka sehingga mereka merasa nyaman dengan apa yang kita sampaikan dan memiliki trust kepada kita diantaranya dengan pendekatan *excellent servise*, *problem selving*, jurnalistik keintiman dimana kita dapat menjadi penerima informasi dan penyalur informasi yang tepat, dan sebagai solusi dari masalah yang dibutuhkan oleh masyarakat.

- 3 Nuansa kultural dalam penyiaran di radio Suara Surabaya yang sesuai pada masyarakat Surabaya dan sekitarnya adalah dengan intonasi yang tenang tapi lantang, aksentuasinya jelas, tegas namun tetap sopan, ketukan nya tenang seperti ada di bawah 120 kata per menit nya, dengan tempo yang relatif sedang. Aksen yang digunakan oleh penyiar menunjukan ciri masyarakat Surabaya namun secara umum bahasa yang digunakan tetap dikurasi, diksi dan pemilihan kosa kata pun juga harus diperhatikan, penyiar juga harus bisa menyesuaikan aksen dengan bahasa sekitar.
- 4 Faktor yang mendukung Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh Radio Suara Surabaya dalam Meningkatkan Partisipasi *Citizen Journalism* ada internal dan eksternal. Internal yakni tim yang solid, kerjasama dan koordinasi antar *crew*, integritas seluruh *crew* dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab nya masing-masing.
- 5 Faktor yang menghambat Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh Radio Suara Surabaya dalam Meningkatkan Partisipasi *Citizen Journalism* beberapa di antaranya adalah perubahan perilaku konsumen terhadap media, perbedaan *habbit* terutama generasi dalam memanfaatkan dan mengonsumsi kemunculan teknologi yang semakin canggih seperti sekarang ini dimana kemunculan AI dan chat GPT semakin nampak dan membantu siapapun memperoleh apapun di dalamnya dengan cepat dan mudah.

- 6 Upaya yang terus dilakukan dan diterapkan oleh Radio Suara Surabaya dalam mengimbangi hal tersebut adalah dengan mengembangkan inovasi pada setiap program, menjaga *value* berita, dan memanfaatkan media massa(*online*) seperti saat ini dapat digunakan untuk mengembangkan informasi serta memperoleh *channel*.

B. Saran

- 1 Untuk teknik dan pendekatan-pendekatan yang dilakukan Radio Suara Surabaya dalam Meningkatkan partisipasi citizen journalism sejauh ini sudah baik dan efektif, segala informasi yang disiarkan juga bermanfaat khususnya bagi masyarakat urban dan yang sedang bepergian karena sebagian besar informasi yang mereka sampaikan memang tentang traffic. Namun ada baiknya jika pemanfaatan media lebih ditekankan lagi contohnya seperti media sosial. Pemanfaatan Instagram, Tiktok, Twitter sebagai promosi setiap program juga sangat berpengaruh mengingat sekarang ini anak-anak muda cenderung memilih kepada media sosial untuk mencari setiap hal daripada kepada media konvensional, massa, media cetak lainnya.
- 2 Pemanfaatan event dengan tujuan mensukseskan dan memperluas jangkauan masyarakat dari segala generasi untuk interest kepada Radio dengan beberapa program-program yang mereka jalankan. Seperti pada event jazz traffic yang kini sudah berjalan dan menjadi event tahunan dengan mengangkat event musik seperti itu maka secara tidak langsung akan membangun kembali branding dan menarik antusias lebih banyak orang tentang musik sehingga pada akhirnya mereka terhubung untuk memiliki rasa ingin tahu, kepo kepada program-program yang lain dan radio.

- 3 Diharapkan hasil daripada penelitian ini dapat menjadi referensi, evaluasi untuk penelitian lebih lanjut terkait dengan Komunikasi Persuasif yang digunakan oleh Radio Suara Surabaya. Selain itu peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan menggunakan teknik yang lain guna memperoleh hasil penelitian yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Y., & Oktaria, Y. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Anggraini, R. D. *Perkembangan Citizen Journalism di Indonesia*, Social study of Information & communiatin tehnology, Jurnal Komunikasi, 2023, No. 01, Vol.17, hal 6
- Bungin, B. (2003). *Analisis Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Edisi 3, hal 21
- Ezi Hendri, M. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Edisi 1, hal 16
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Imran, H. A. *Media Massa, Khalayak Media, Efek Isi Media Dan Fenomena Diskursif*. Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, 2012, No. 01, Vol. 16, hal 49
- Indra. (2019). *Jurnalisme dan Ancaman*. Yogyakarta: Tempo Publishing, Edisi 2, hal 133
- Kasmir. (2012). *Kewirausahaan dan Laporan Analisis Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers, Edisi Revisi, hal 367
- Kurniawan. *Jurnalisme Warga di Indonesia Prospek dan Tantangan*. Makara, Sosial Humaniora, 2007, No. 2, Vol. 11, hal 78
- Kurniawan, D. *Komunikasi Model Laswell dan Stimulus Organism Response dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan*. Jurnal Komunikasi Pendidikan, 2018, No. 1, Vol. 2, hal 62
- Kusnadi, & M. Priono. *Citizen Journalism Indonesia: Suatu Wujud Dari Demokrasi Di Indonesia*. Jurnal Repository Uiversitas Terbuka, 2021, No. 1, Vol. 6, hal 8
- Kustiawan, W. *Sejarah Perkembangan Radio*. Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi, 2022, No. 3, Vol. 2, hal 87

- Ma'arif, & Bambang.S. (2010). *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, Cet. 1, hal 42
- Maulana , H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata, Jilid 113, hal 14
- Melvin L. DeFleur, & Sandra J.Ball-Rokeach. *Theories of Mass Communication*. United States, New York Longman, 2017
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada media Group.
- Nida, F. L. (2015). *Persuasi dalam Media Komunikasi Massa*. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam At-Tabysir, Vol 2.
- Nurhalima. (2013). *Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara*. Tesis IAIN Medan, 15.
- Rita, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT.Global Eksekutif Teknologi. Cetakan 1, hal 5
- Romli, A. S. (2004). *Broadcast Journalism*. Bandung: Nuansa Cendekia, Cetakan 2, hal 22
- Runtiko, A. G. (2012). *Digitalisasi dan Konvergensi Media*. Bandung: BPPKI, Vol. 10, No. 2, hal 85
- Soemirat, S. (2007). *Komunikasi Persuasif*. Jakarta : Universitas Terbuka, Edisi ke 3, hal 18
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga, Edisi Cetakan 1, hal 32
- Sugiana, D., Junacdi, F., & Sukmono, F. G. (2019). *Komunikasi dalam Media Digital*. Yogyakarta: Buku litera Yogyakarta, Cetakan 1, hal 9
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, Edisi 2, hal 3
- Suryana, A. (2021) *Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif*. Bandung: Pustaka Universitas Terbaru, hal 52

- Triyono, A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Bintang Pustaka Madani, Edisi 1, hal 111
- Widjaya, H. A. (2000). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rineka Cipta, Edisi 2, hal 46
- Zakhary, A. (2015). *The Power of Citizen Journalist*. Surabaya: Garuda Mas Sejahtera. Edisi 1, hal 22

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

**PENELITIAN SKRIPSI “KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN
PARTISIPASI CITIZEN JOURNALISM DI RADIO SUARA SURABAYA”**

1. Komunikasi Persuasif dalam meningkatkan Citizen Journalism

A. Konsep dan Teknis

No.	Pertanyaan dan Jawaban Wawancara
1.	Apa saja menurut anda konsep penting untuk seluruh crew dalam meningkatkan partisipatif citizen journalism?
2.	Bagaimana teknik yang digunakan oleh crew produksi terutama announcer dalam berinteraksi dan menata gaya bahasa kepada audiens?
3.	Apa ciri khas jurnalisme penyiaran dalam radio Suara Surabaya?

B. Mempertahankan & mengimbangi kekuatan berita sampai pada audiens

No.	Pertanyaan dan Jawaban Wawancara
1.	Bagaimana anda melihat peran citizen journalism pada lingkup media dan radio Suara Surabaya?
2.	Bagaimana persiapan yang dilakukan dalam menyajikan dan membawakan suatu berita pada citizen journalism dan menarik audiens untuk berpartisipasi di dalamnya?
3.	Bagaimana anda memastikan bahwasanya topik yang anda kaji relevan di masyarakat?

4.	Apa saja sumber yang anda gunakan sebagai dasar dalam menjalankan citizen journalism?
5.	Bagaimana radio Suara Surabaya menyikapi radio lain sebagai kometitor yang juga memiliki system penyiaran citizen journalism yang juga berjalan seperti ini?

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan partisipatif citizen journalism di radio Suara Surabaya

A. Faktor Pendukung

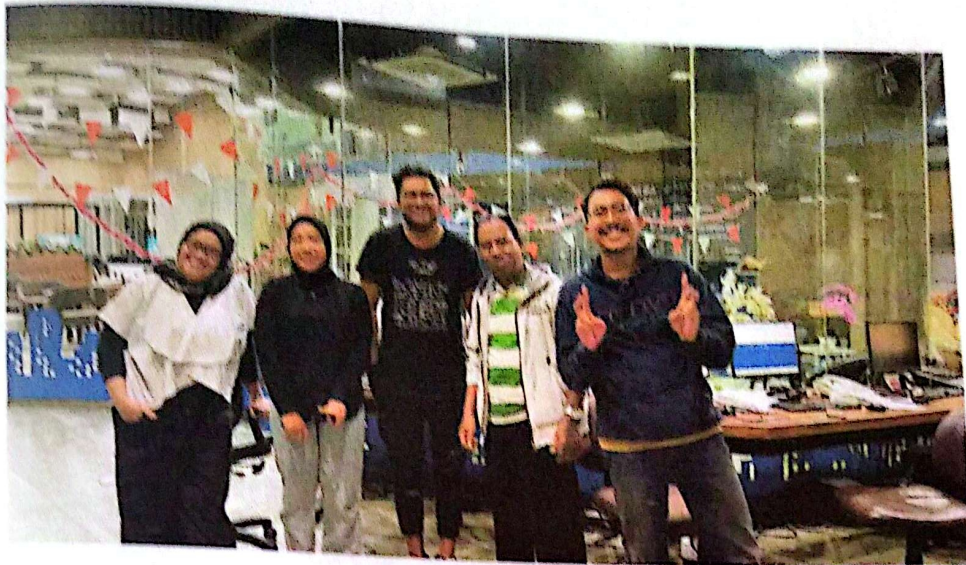
No.	Pertanyaan dan Jawaban Wawancara
1.	Apa saja factor utama yang dapat mendukung kesuksesan citizen journalism di radio Suara Surabaya?
2.	Apakah ada strategi khusus dan promosi yang dilakukan untuk mendukung komunikasi persuasif guna menarik audiens?
3.	Adakah dukungan dari pihak luar atau komunitas lokal atau mitra bisnis yang berkaitan?
4.	Bagaimana tim radio berkolaborasi untuk memastikan program berjalan dengan lancar?
5.	Apa keunggulan radio Suara Surabaya baik dari segi konten maupun format?

B. Faktor Penghambat

No.	Pertanyaan dan Jawaban Wawancara
1.	Apa saja tantangan utama yang dihadapi radio Suara Surabaya dalam mempertahankan citizen journalism saat ini?
2.	Apakah ada masalah teknis maupun infrastruktur yang menjadi kendala?
3.	Bagaimanakah peraturan atau kebijakan pemerintah mempengaruhi operasional radio?
4.	Bagaimana eksistensi dari media lain dalam mempengaruhi Tingkat pencapaian radio Suara Surabaya sendiri?

FOTO DOKUMENTASI





RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Tita Arliana, lahir di Kediri, pada tanggal 5 Juli tahun 2002, dan sekarang menginjak usia 22 tahun adalah mahasiswi IAIN Kediri yang bertempat tinggal di Jalan Ngasinan RT 03/RW 04 gang buntu Kelurahan Rejomulyo Kota Kediri. Sebelum menjadi mahasiswi di IAIN Kediri, penulis memiliki riwayat pendidikan dengan mengawali di Taman Kanak-Kanak (TK) Dharma Wanita yang bertempat di Kelurahan Manisrenggo Kota Kediri, pada tahun 2006-2008. Sekolah Dasar (SD) di SDN Ngronggo 4 Kota Kediri tahun 2008-2014. Kemudian melanjutkan studi di Madrasah Tsanawiyah (MTS) Al-Huda Kedungwaru Tulungagung 2014-2017. Kemudian di tahun 2017-2020 penulis melanjutkan studi di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 3 Negeri Kediri. Selanjutnya di tahun 2020 penulis melanjutkan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri dengan mengambil Program Studi yakni Komunikasi Penyiaran Islam.