

ABSTRAK

Muhammad Alfian Khafidzin. 190531100100. Ilmu Komunikasi. Strategi Komunikasi Radio Suara Muslim Dalam Menarik Minat Pendengar Usia Muda.

Populasi pendengar radio di Indonesia yang kian semakin menurun dibandingkan dengan konsumen media social di era modern seperti sekarang ini membuat radio sulit untuk tetap eksis, belum lagi permasalahan tentang isi konten yang dimana sekarang semua media berlomba-lomba memberikan konten *entertainment* untuk pendengar mereka. Terlebih lagi untuk *demographic* usia muda yang lebih jarang mendengarkan radio. Radio Suara Muslim sendiri yang merupakakan radio yang memiliki fokus dalam memberikan edukasi tentang islam tentunya akan sulit untuk menarik pendengar usia muda yang sudah jarang mendengarkan radio dan lebih banyak mengkonsumsi konten *entertainment*. Karena itulah diperlukannya strategi komunikasi guna merancang program yang memang dikhususkan untuk anak muda.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan Suara Muslim dalam menarik pendengar usia muda apat dikategorikan sebagai berikut: (1) Penggunaan Media Sosial yang dimana Suara Muslim berusaha untuk menjangkau anak muda melalui berbagai media tanpa terbatas oleh media radio, dalam konvergensi program sendiri selain melalui saluran radio, Suara Muslim juga menayangkan siaran radio mereka di kanal youtube yang memang digemari oleh anak muda. (2) Gaya Penyampaian *Easy Going* dalam program anak muda, Suara Muslim lebih menempatkan diri untuk mengubah pembawaanya yang bisa dikatakan lebih seperti “ngobrol di cafe”. (3) Pemilihan Tema lebih umum dan tidak melulu tentang fikih islam (4) Pemilihan Penyiar dan Narasumber yang lebih melek media dan dapat menempatkan diri sebagai anak muda. (5) Menggandeng Komunitas anak muda yang merupakan media yang menjembatani antara Suara Muslim dengan anak muda secara langsung.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Radio, Pendengar Usia Muda

ABSTRAK

Muhammad Alfian Khafidzin. 190531100100. Communication Science. Radio Suara Muslim's Communication Strategy in Attracting the Interest of Young Audience.

The population of radio listeners in Indonesia been decreasing compared to social media consumers in this modern era, making it difficult for radio to continue to exist, not to mention the problem of the content where now all media are competing to provide entertainment content for their audience. Moreover, for the younger demographic who rarely listen to the radio. Radio Suara Muslim itself is a radio that focuses on providing education about Islam, of course it will be difficult to attract young listeners who rarely listen to radio and consume more entertainment content. That's why a communication strategy is needed to design programs specifically for young people.

This research uses descriptive qualitative research methods, with data collection methods through interviews, observation and documentation. The data analysis technique uses the Miles and Huberman technique. Data validity techniques use source triangulation and technical triangulation.

The results of this research show that the communication strategies used by Suara Muslim in attracting young listeners can be categorized as follows: (1) Use of Social Media in which Suara Muslim tries to reach young people through various media without being limited by radio media, in the convergence of its own programs other than via the radio channel, Suara Muslim also broadcasts their radio broadcasts on the YouTube channel which is really popular with young people. (2) Easy Going Delivery Style in the youth program, Suara Muslim puts itself more in changing its demeanor which could be said to be more like "chatting in a cafe". (3) Selection of a more general theme and not only about Islamic jurisprudence (4) Selection of Broadcasters and Resource Persons who are more media literate and can position themselves as young people. (5) Collaborating with the youth community which is a media that bridges Muslim Voices with young people directly.

Kata kunci: Communication Strategy, Radio, Young Audience