

**STRATEGI MANAJEMEN MEDIA RADIO PAS FM SOLO DALAM
MENINGKATKAN KINERJA KUALITAS PENYIAR UNTUK MENJAGA
EKSISTENSI RADIO**
**(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Manajemen Media Radio Pas Fm Solo Dalam
Meningkatkan Kinerja Penyiar Untuk Menjaga Eksistensi Radio)**

NASKAH PUBLIKASI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

guna mencapai gelar Sarjana S-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



Ivan Reza
L100100099

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2015**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan, Kartasura, Surakarta 57102
Telp. (0271) 717417 – Fax. (0271) 715448

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Latifa U.S, MA
NIK : 1182

Nama : Budi Santoso, M.Si
NIK : 1276

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi/ tugas akhir dari mahasiswa:

Nama : Ivan Reza
NIM : L100100099
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Media Radio Pas Fm Solo Dalam Meningkatkan Kinerja Kualitas Penyiar Untuk Menjaga Eksistensi Radio (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Manajemen Media Radio Pas Fm Solo Dalam Meningkatkan Kinerja Penyiar Untuk Menjaga Eksistensi Radio)

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, semoga dapat dipergunakan sepenuhnya.

Pembimbing I

(Nur Latifah US, MA)
NIK. 1182

Pembimbing II

(Budi Santoso, M.Si.)
NIK. 1276

STRATEGI MANAJEMEN RADIO PAS FM SOLO DALAM MENINGKATKAN KINERJA KUALITAS PENYIAR UNTUK MENJAGA EKSISTENSI RADIO

Ivan Reza

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta 2015

ABSTRAK

Strategi komunikasi adalah sebuah perencanaan dari suatu manajemen organisasi dalam meraih tujuan yang telah dicanangkan. Sebuah media massa, seperti radio memiliki susunan manajemen, yaitu manajemen media penyiaran. Saat ini, media seperti radio semakin tergerus oleh dominasi media lainnya. Sehingga untuk menjaga jumlah pendengar ini, perlu adanya strategi manajemen, untuk terus mengasah kemampuan dan peningkatan kualitas dari penyiar.

Subjek dalam penelitian ini adalah semua yang terlibat dalam jalannya proses penyiaran. Mulai dari jajaran tertinggi di Pas Fm Solo, yaitu station manager, traffic atau yang bertanggung jawab dengan proses siaran, produser yang memantau dan menyiapkan materi saat siaran, hingga penyiar yang menyampaikan informasi yang telah disiapkan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk lebih mendalami informasi dari subjek yang diteliti.

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh manajemen Pas Fm Solo dengan penyiar yaitu dengan mendekati diri dengan penyiar dan terus memberikan arahan tentang teknik siaran secara rutin agar kualitas output dari penyiar tetap terjaga.

Kata kunci: Strategi, Manajemen Media, Radio, Peningkatan Kualitas Penyiar, Deskriptif Kualitatif.

THE STRATEGY OF PAS FM RADIO TO INCREASE THE QUALITY OF THE ANNOUNCERS' WORKING TO MAINTAIN THE RADIO EXISTENCE

Ivan Reza

Thesis: Communication Science Study Program, Faculty of Communication And Information Technology, Surakarta Muhammadiyah University.

ABSTRACT

Communication strategy is a planning of an organization management in order to reach the goals that have been organized. A mass medium, like a radio, has management structure, that is the management of announcing medium. Nowadays, the medium, like a radio, is getting rubbed down by other dominated media. Therefore, to maintain the total listeners, it needs the existence of management strategy, e. g. to sharpen the ability continuously and to increase the announcers' quality.

The subjects of this research were all persons who were involved in the ways of announcing process, starting from the top structure position of Pas FM Solo, that was the manager station, traffic or someone who was responsible with the announcing process, the producer who monitored and prepared the materials during the announcing, up to the announcers who announced the information which had been prepared. This research used the method of qualitative descriptive study. The descriptive study was used to deepen more the information of the subject studied.

From this research, it was resulted that the communication strategy carried out by the management of Pas FM Solo and the announcers was by approaching himself to the announcers and continuously giving directives of the announcing techniques as a routine in order that the output quality of the announcers was always maintained.

Keyword: Communication Strategy, Media Management, Radio, Increasing the Announcers' Quality, Qualitative Descriptive.

A. PENDAHULUAN

Sama seperti organisasi media massa lainnya, radio juga memiliki manajemen media yang bertugas dan bertanggung jawab atas suksesnya sebuah radio swasta. Manajemen sendiri memiliki arti suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak-pihak lain (Morissan, 2011). Manajemen media disini memiliki fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Setiap media massa memiliki strategi sebagai upaya untuk mencapai target perusahaan. Strategi sendiri adalah suatu peranan aktif dan rasional untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi (Morissan, 2011).

Selain iklan, dan progam yang dihadirkan, keberhasilan dan keberadaan radio dianggap berhasil dari kualitas penyiarnya. Hal ini juga mampu mendongkrak jumlah pendengar jika pendengar mulai suka dengan tehnik penyiaran dan penyampaian pesan oleh penyiar yang santai dan terasa dekat oleh

pendengar. Penyiar minimal harus memiliki suara yang bagus, bisa mengoperasikan peralatan yang digunakan selama siaran, serta harus memiliki kemampuan menulis, khususnya bahan yang akan digunakan selama mengudara (Prayudha, 2005).

Pas fm adalah radio berbasis berita dan informasi yang menyuguhkan informasi-informasi bisnis terkini untuk para pendengarnya yang mayoritas adalah pebisnis di Surakarta. Pas fm mengudara pada jaringan FM, dan berada di saluran 90.9 Fm. Pas fm memiliki segmentasi pendengar kalangan menengah ke atas, dengan pendengar utama berusia di atas 30 tahun ke atas, dan dari kalangan pebisnis. Kedekatan antara Pas fm Solo dengan para pendengarnya yang mayoritas adalah seorang pebisnis tentu banyak mengundang para klien dari pemilik usaha untuk beriklan disini. Sehingga manajemen dari Pas fm Solo memiliki strategi dan bidikan

segmentasi khusus dalam menggaet pengiklan.

Banyak cara yang dapat digunakan untuk terus meningkatkan kualitas penyiar sebuah radio siaran swasta, yang juga mampu mempengaruhi hasil dari siaran tersebut. Maka radio Pas fm Solo melakukan beberapa strategi untuk meningkatkan kualitas penyiarannya. Hal ini dilakukan sebagai upaya radio tersebut agar penyiar radio Pas fm Solo mampu menyajikan acara dan informasi dengan baik, dan mampu menjaga eksistensi Pas fm Solo sendiri agar tidak ditinggalkan oleh pendengarnya. Strategi yang diterapkan oleh Pas fm Solo ini tentunya akan memberikan manfaat dan dampak pada peningkatan kualitas penyiar yang ada.

Sama seperti organisasi pada umumnya, Pas fm yang merupakan organisasi penyiaran memiliki tujuan tertentu atau yang lebih familiar dengan sebutan Visi dan Misi perusahaan. Visi sendiri merupakan sesuatu

yang menjadi tujuan akhir dari sebuah organisasi, sehingga gerakan dari organisasi ini dirancang semuanya menuju pada Visi tersebut. Hampir sama dengan Visi, Misi sendiri adalah sesuatu yang menjadi tujuan organisasi dengan jangka pendek (Djamal&Fachruddin, 2011).

B. TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi organisasi mampu menciptakan iklim usaha sebuah instansi yang merefleksikan suasana kerja organisasi atau sejumlah perasaan dan sikap orang yang bekerja dalam organisasi tersebut. Seorang yang memiliki jabatan dalam sebuah organisasi harus mampu memimpin dan mengatur perusahaan yang dibangunnya agar tetap mampu bertahan dari persaingan-persaingan yang ada. Hubungan antara orang-orang yang berada pada iklim organisasi akan menentukan makna dari kata-kata yang bersangkutan. Fokus dalam komunikasi organisasi ini adalah transaksi verbal dan nonverbal yang sedang terjadi.

Proses transaksi ini dianggap seperti memahat makna bersama. Perspektif subyektif menekankan peranan orang-orang yang ada dan proses dalam menciptakan makna (Stewart&Thomas, 1990).

Strategi komunikasi sendiri adalah perencanaan dari sebuah manajemen organisasi untuk mencapai tujuan yang telah diharapkan. Strategi komunikasi adalah penggabungan dari rencana komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan (Effendy, 2003). Salah satu metode yang digunakan untuk menganalisa strategi adalah Analisa SWOT. Analisa ini adalah suatu metode perencanaan strategis yang berfungsi untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada suatu instansi. Dalam proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari pandangan kegiatan perusahaan tersebut dan identifikasi faktor yang ada. Baik faktor internal ataupun eksternal yang mendukung

dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut (David, 1997).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Manajemen Wayne Mondy (1993): *the process of planning, organizing, influencing and controlling to accomplish organizational goals through the coordinated use of human and material resources*. Yaitu sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, memengaruhi dan pengawasan yang bertujuan agar dapat tercapainya sebuah tujuan organisasi melalui koordinasi penggunaan sumber daya manusia yang ada dan materi. Manajemen di sebuah media penyiaran juga harus memperhatikan struktur organisasi sebagai antisipasi jika suatu saat terjadi promosi, demosi, mutasi, hingga pengunduran diri karyawannya. Setiap karyawan harus diperhitungkan sebagai penerus pemimpin perusahaan. Hal ini menjadi sesuatu yang perlu dilakukan karena setiap orang yang bekerja memiliki target dalam karir mereka

dengan memperoleh jabatan yang lebih tinggi.

Seorang penyiar harus memiliki kemampuan untuk mendukung siaran, baik itu teknis dan teoritis. Antara lain : suara, pengucapan, artikulasi, penekanan, warna kata, kecepatan atau tempo, infleksi atau perubahan nada suara, perilaku, gaya, pemahaman, penghafalan, dan sinkronisasi (Prayudha, 2005).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku orang-orang yang diamati (Ghony&Almanshur, 2012). Penelitian ini bersifat induktif, sehingga peneliti membiarkan permasalahan-permasalahan muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk interpretasi.

Pendekatan deskriptif bertujuan menjelaskan masalah penelitian, peristiwa, sesuai dengan kenyataan yang ada. Dengan

membuat deskriptif secara sistematis, faktual, akurat tentang fakta atau objek tertentu. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel (Kriyantono, 2008).

Subjek penelitian ini adalah orang yang terlibat dalam jalannya siaran di radio Pas fm Solo. Mulai dari Stasiun Manager, Produser, dan seluruh Penyiar Pas fm Solo. Teknik pemilihan sampel penelitian adalah *purposive sampling*. Yaitu menentukan sampel namun memiliki tujuan tersendiri (Ardial, 2014).

Dalam Mengumpulkan data dipenelitian ini, dilakukan melalui dua cara, yaitu observasi dan wawancara. Metode yang peneliti lakukan dalam melakukan observasi adalah partisipatif atau terlibat selama penelitian. Sehingga peneliti melibatkan diri dalam kegiatan yang dilakukan sebagai penyiar dan produser saat jam kerja di radio Pas Fm Solo. Saat wawancara, peneliti

menggunakan wawancara mendalam. Adapun, dalam tahapannya, peneliti melakukan dengan bertanya, menginterpretasi, menyimpulkan, memeriksa hingga memverifikasi. Jenis pertanyaan yang peneliti gunakan adalah terbuka. Karena jenis ini memungkinkan responden dapat menjabarkan pertanyaan secara lebih luas dan rinci (Ghony&Almanshur, 2012).

Adapun sistematis yang dilakukan dalam analisis data adalah :

- a. Mengumpulkan hasil data yang didapat dari interview serta observasi ke narasumber
- b. Menyusun seluruh data yang didapat secara urut dan sesuai dari hasil wawancara
- c. Melakukan interpretasi dari data yang telah disusun
- d. Menjawab rumusan masalah yang ada

D. PEMBAHASAN

1. Strategi Komunikasi Pada Sebuah Organisasi

Komunikasi organisasi dapat terjadi kapanpun serta dimanapun. Komunikasi ini akan terjadinya apabila ada satu orang yang memiliki jabatan pada sebuah instansi dan membawahi beberapa orang dan memiliki kegiatan-kegiatan penanganan pesan yang masih dalam satu batas instansi/organisasi. Komunikasi yang ada pada organisasi mampu menciptakan iklim atau kondisi usaha yang mencerminkan gambaran dari perusahaan tersebut secara umum.

Ada cara yang dilakukan Pas Fm Solo sebagai strategi komunikasi yang dilakukan untuk tercapainya visi serta misi Pas Fm adalah dengan menganalisa progam/masalah dan melakukan evaluasi. Selain itu,

dalam melakukan evaluasi, manajemen Pas Fm Solo menggunakan analisa *SWOT*.

Dari analisis *SWOT* tersebut dapat dikembangkan dan ditarik antara hubungan dari masing-masing analisis. Antara *Strenghts* dan *Opportunities*, atau *Weakness* dan *Threats*. Dan hubungan antar masing-masing analisis adalah sebagai berikut :

a. *Strenghts* dan *Opportunities* strategi , yaitu kekuatan dari sumber daya yang dimiliki Pas Fm Solo, yaitu memiliki penyiar yang kompeten dan berwawasan tinggi mampu melebarkan peluang dari progam acara yang dimiliki Pas Fm namun tidak dimiliki oleh radio lain, seperti Info Valas yang di update setiap 15 menit sekali. Hal ini membuka peluang untuk meraih

pendengar dari kalangan pebisnis yang banyak.

b. *Weakness* dan *Opportunities* strategi, yaitu kelemahan yang dimiliki Pas FM Solo adalah pembacaan berita yang dilakukan secara langsung, sehingga tingkat kesalahan dalam membaca skrip masih tinggi, namun hal ini dapat diatasi dengan peluang yang dimiliki oleh Pas Fm tentang progam acara yang dibutuhkan oleh pendengar.

c. *Strenghts* dan *Threats* strategi, yaitu untuk menghindari adanya persaingan bisnis yang sejenis, yaitu dengan radio lain, maka Pas Fm Fokus menyasar segmen pebisnis dengan terus mengasah kemampuan penyiaranya untuk mengerti apa yang dibutuhkan oleh pendengar.

d. *Weakness* dan *Threats* strategi, yaitu Pas Fm harus membuat sebuah strategi sendiri, untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman di luar sana yang memiliki acara atau program yang lebih bagus. Untuk itu Pas Fm Solo terus melakukan evaluasi siaran dan program yang rutin dilakukan.

2. Manajemen Media Penyiaran

Kesuksesan perusahaan penyiaran ditopang dari bagaimana kualitas sumber daya manusia yang bekerja pada ketiga bidang yang disampaikan Morissan di atas. Meski begitu, kualitas dari sdm saja belum cukup. Semua itu harus disertai juga dengan kemampuan pimpinan perusahaan penyiaran yang mengelola karyawan yang bergabung dengan perusahaan tersebut. Karena

ini adalah manajemen yang baik sangat diperlukan dalam sebuah perusahaan penyiaran.

Fungsi manajemen media penyiaran sendiri menurut Wayne Mondy (1983) memiliki empat fungsi dasarnya, sehingga untuk menjalankan strategi dalam meningkatkan kualitas sdm, khususnya penyiar, manajemen harus memiliki empat fungsi dasar tersebut. Dengan pemaparan sebagai berikut :

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan adalah menyiapkan rencana dan strategi yang akan dikerahkan guna mencapai tujuan perusahaan penyiaran. Dalam tahapan ini harus sudah tahu tentang apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan siapa yang akan menjalankan rencana tersebut. Pas Fm Solo

memiliki Visi dan Misi perusahaan yang menjadi acuan pembuatan sebuah rencana perusahaan. Visi sendiri adalah cita-cita atau harapan dari Pas Fm Solo untuk mewujudkan sebuah keadaan di masa depan. Sementara Misi adalah tujuan yang akan diraih dengan melakukan pekerjaan yang memang harus dilakukan.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pada umumnya, struktur organisasi stasiun penyiaran tidak memiliki aturan yang tetap. Bentuk stasiun penyiaran berbeda-beda antara satu manajemen dengan manajemen yang lain. Tanggung jawab dalam menjalankan sebuah radio terbagi menjadi dua kategori, yaitu manajemen penyiaran dan pelaksanaan operasional

penyiaran. Struktur organisasi di Pas Fm Solo lebih sederhana. Ini juga dilihat dari pembagian kerjanya yang tidak terlalu rumit. Secara umum, organisasi penyiaran di Pas Fm Solo terdiri dari paling atas adalah direktur utama, dan manajer stasiun. Dibawahnya terdiri dari manajer level menengah seperti traffic dan marketing. Traffic membawahi produser, penyiar, dan reporter. Sementara marketing membawahi tenaga sales.

c. Pengarahan dan Memberikan Pengaruh

Mengarahkan dan memberikan pengaruh memiliki tujuan agar merangsang antusiasme karyawan dalam menjalankan tanggung jawab kerja secara efektif. Fungsi memengaruhi atau

mengarahkan fokus pada stimulasi karyawan dalam melaksanakan tanggung jawab yang dimiliki secara antusias dan efektif (Peter Pringle, 1991).

d. Pengawasan (*Controlling*)

Di Pas FM Solo, pengawasan dilakukan berdasarkan kinerja karyawan yang bisa diukur agar penilaian berjalan secara efektif. Sebagai contoh, tingkat kepuasan pendengar radio yang ditentukan oleh sedekat apa penyiar dengan pendengar. Bagaimana cara menyampaikan informasi secara “cerdas”, serta kedekatan pada saat melakukan visitasi atau menyapa pendengar. Walaupun diucapkan untuk umum, namun bagaimana pendengar tersebut mampu menerima secara personal dari penyiar.

3. Keterampilan Penyiar Radio

Penyiar Pas Fm Solo harus memiliki keahlian serta berperan dengan banyak hal. Karena salah satu fungsi penyiar adalah mampu mewakili citra stasiun radio tersebut. Seorang penyiar, selain menyampaikan informasi melalui mikrofon, juga harus bisa melakukan kegiatan lain yang diperlukan. Seperti presenter, membuat serta menyiarkan iklan, mencari dan membacakan berita, memandu talkshow, kuis, mengisi suara, dan lain sebagainya.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa:

- a. Dalam menyusun strategi atau rencana untuk meraih visi serta misi perusahaan, Pas Fm Solo melakukan analisa program atau masalah yang ada terlebih dahulu.

- b. Untuk menambah wawasan dari penyiar, manajemen radio Pas Fm Solo rutin memberikan arahan tentang teknik siaran kepada karyawan, khususnya penyiar acara pada jam primetime diantara jam 06.00-18.00. pemberian arahan biasa dilakukan setiap hari kamis, atau langsung kepada personal yang bersangkutan
- c. Evaluasi yang sebulan sekali dilakukan Pas Fm Solo bertujuan untuk menjaga kualitas penyiar radio tersebut. Proses penilaian ini langsung dilakukan oleh CPP radio atau kantor pusat yang ada dimagelang. Sehingga dinilai langsung oleh jajaran tertinggi dari manajemen perusahaan tersebut.
- d. Keterampilan dari penyiar Pas Fm Solo dapat terus diasah dengan terus melatih teknik

vokal, pernafasan, serta cara pengucapan yang lugas agar kualitas penyiar dapat terjaga dengan baik.

- e. Salah satu pendapatan dari media adalah pemasukan dari iklan, sehingga dengan meningkatkan kualitas dari segi siaran akan berdampak pada kepercayaan klien untuk beriklan di Pas Fm.

2. Saran

- a. Bagi Subjek

Diharapkan subjek, yaitu manajemen radio Pas Fm Solo serta setiap karyawan atau penyiar yang bergabung didalamnya untuk terus mempelajari dan mendalami ilmu tentang strategi perusahaan atau organisasi serta teknik siaran yang baik agar Pas Fm Solo dapat semakin berjaya di udara serta eksistensi dari perusahaan dapat terus terjaga.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dari penelitian ini, diharapkan akan ada penelitian lain tentang manajemen penyiaran radio lainnya dengan kasus yang berbeda, agar semakin memperkaya penelitian tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan penyiaran, khususnya yang ada di kota Solo.

c. Bagi Masyarakat

Dari skripsi ini, diharapkan masyarakat untuk lebih pintar dalam memilih radio yang didengarkan. Karena selain hiburan, masyarakat juga harus mendapatkan informasi terkini yang bisa disimak di Pas Fm Solo.

DAFTAR PUSTAKA

- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- Ghony, M Djunaidi & Almanshur Fauzan.2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Morissan.2013. *Teori Komunikasi*.Bogor: Ghalia Indonesia
- Prayudha, Harley.2005. *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana, dan Praktik Penyiaran*.Malang: Bayumedia
- Pringle K. Peter, Starr F. Michael, dkk.1991. *Electronic Media Management*.London: Focal Press