

**STRATEGI MANAGEMENT KOMUNIKASI 99.00
MOST FM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PENDENGAR DI ERA PENYIARAN DIGITAL**

SKRIPSI

Oleh:

INDAH ADITYA LESMANA
2003110008

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Penyiaran



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : INDAH ADITYA LESMANA

N P M : 2003110008

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, Tanggal : Kamis, 29 Agustus 2024

W a k t u : Pukul 08.00 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

(.....)

PENGUJI II : Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, S.Sos, M.I.Kom

(.....)

PENGUJI III : CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.

(.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

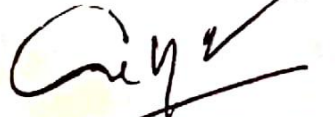
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : INDAH ADITYA LESMANA
N.P.M : 2003110008
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : STRATEGI MANAGEMENT KOMUNIKASI 99.00 MOST FM
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR DI
ERA PENYIARAN DIGITAL

Medan, 29 Agustus 2024

Dosen Pembimbing



CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.

NIDN : 0130117403

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0127048401



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

NIDN 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **INDAH ADITYA LESMANA**, NPM 2003110008, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 28 Oktober 2024

Yang menyatakan,



INDAH ADITYA LESMANA

STRATEGI MANAGEMENT KOMUNIKASI 99.00 MOST FM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR DI ERA PENYIARAN DIGITAL

INDAH ADITYA LESMANA
NPM 2003110008

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Management Komunikasi Most FM dalam meningkatkan jumlah pendengar di era penyiaran digital, Dari hasil penelitian yang di dapatkan yaitu bahwa Strategi management Most FM hanya melakukan dengan cara mengevaluasi program-program dan mengarahkan para penyiar Most FM. Penelitian ini menggunakan teori Peter.K.Pringle yaitu perencanaan, perorganisasian, pengawasan dan pengendalian. dari hasil penelitian ini menunjukkan Radio Most FM hanya melakukan perencanaan, meningkatkan kualitas program, mutu penyiar, dan segmentasi dalam menarik jumlah pendengar. Salah satu program unggulan Radio Most FM yang penulis teliti adalah program santai sore. Dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah Direktur Radio dan Penyiar Radio Most FM, dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, dokumentasi, dan observasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Radio Most FM tidak terlalu mengedepankan sistem digital secara sepenuhnya. Hanya melalui *live streaming online, Instagram, Facebook dan Whatsaapp* sebagai sistem digital yang mereka pergunakan untuk saat ini.

Kata Kunci: *Strategi_Management_Media, Radio, Penyiaran_Digital, Komunikasi*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahilahirabbil'alamin.yang pertama dan yang paling utama penulis mengucapkan puji Syukur terhadap kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala atas berkat limpahan Rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Strategi Management Komunikasi 99.00 Most Fm Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Era Penyiaran Digital "**ini dengan baik. Dan tak lupa pula shalawat dan slam kepada baginda Rasulullah Muhammad shallallahu,,alaihi wasallam beserta para keluarga,sahabat,dan pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu mata kuliah dan syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting.

Ucapan terimakasih sedalam-dalamnya dan setulusnya saya berikan kepada yang teristimewa Cinta pertama dan panutanku **Ayahanda Syafaruddin Pohan (Alm)**, alhamdulillah kini penulis sudah pada tahap ini, dengan menyelesaikan perjuangan perkuliahan sebagai wujud terakhir keinginan bapak sebelum beliau pergi selamanya. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai pada titik ini,walaupun pada akhirnya saya harus menjalankan hidup tanpa engkau temani,dan juga Pintu surgaku, **Ibunda Masnah**, Beliau sangat berperan dalam proses menyelesaikan program studi saya, beliau juga tidak sempat merasakan Pendidikan dibangku perkuliahan, namun beliau tidak henti memberi semangat,

serta do'a yang selalu mengiringi langkah Indah sehingga Indah bisa menyelesaikan program studi Indah sampai selesai.

Saya menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu , dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada hingga kepada :

1. Bapak Prof.Dr.Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr,Arifin Saleh,S.Sos.,M,SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr.Abrar Adhani S.Sos.,M.I.Kom selaku Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dra.Hj.Yurisna Tanjung,.M.AP selaku Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Corry Novrica AP Sinaga S.Sos.M.A selaku dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara serta juga selaku dosen pembimbing saya selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Akhyar Anshori S.Sos.,M.I.Kom dan Bapak Hamzah Lubis S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Adlan Anas selaku Direktur Radio 99.00 Most FM Medan

9. Bapak Evfranda selaku penyiar Radio Most FM medan
10. Kepada teman-teman saya tersayang yang sama-sama berjuang menyelesaikan tugas akhir dan selalu mendukung saya yaitu Diky Riswanta Ginting, Elda Eriyani Hasibuan, Syaharani , Elsa, Dwi F. Simamora, Intan Melia Siregar, Siti Nabila.
11. Kepada seluruh abang dan kakak kandung saya yang telah memberikan support dan nasehat-nasehat selama saya menyelesaikan tugas akhir yaitu Jaka Lesmana, Indra Lesmana, Yudha Lesmana, Rina Aditya Lesmana, Yulia Syahfitri.
12. Kepada seseorang yang pernah bersama saya, terima kasih atas patah hati yang diberikan saat proses penyusunan skripsi yang sehingga menjadi pengingat untuk saya sehingga dapat membuktikan bahwa anda akan tetap menjadi alasan penulis untuk berproses menjadi lebih baik. Terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan dan menyakitkan dari proses pendewasaan penulis. Sampai berjumpa di versi terbaik menurut takdir. Karena penulis yakin bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.
13. Kepada diri saya sendiri, Indah Aditya Lesmana, Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan

telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Indah. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

14. Serta seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf segala kekurangan, peneliti ucapkan Terima Kasih

Medan, Agustus 2024

Indah Aditya Lesmana
(2003110008)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	7
URAIAN TEORITIS	7
2.1. Komunikasi massa.....	7
2.2. Strategi komunikasi	8
2.3. Elektronik media management theory by Peter.K.Pringle	10
2.3.1 Tingkat manajemen.....	11
2.3.2 Fungsi manajemen	11
2.4. Peran manajemen.....	15
2.5. Manajemen penyiaran	16
2.6. Radio	16
2.6.1 Karakteristik radio.....	17
2.6.2 Digitalisasi Radio	19
2.6.3 Kelebihan Radio Digital.....	19
2.7. Era digitalisasi	20
2.8. Santai Sore.....	21
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Definisi Konsep.....	23
3.3 Kategorisasi Penelitian	24
3.4 Narasumber.....	24
3.5 Teknik Analisis Data (Sugiyono, 2020)	26
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	28
BAB IV	29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
BAB V.....	50
PENUTUP.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan persaingan radio di Sumatera Utara khususnya di Kota Medan sangat ketat, sehingga dibutuhkan kemampuan dan keahlian untuk mempertahankan pendengar lama dan menarik jumlah pendengar. Regulasi bidang media penyiaran yang membawa berbagai perubahan memberikan tantangan baru bagi pengelola media penyiaran (Nasution, 2018).

Perkembangan yang semakin pesat, terutama di era digital ini membuat adanya inovasi baru di bidang penyiaran. Sebagian besar media ini memiliki kanal di internet sehingga memungkinkan untuk diakses oleh banyak orang. Di media cetak, kini bisa diakses secara digital.

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audiens. Program radio harus benar dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli membidik audiensnya. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audiens yang menjadi target stasiun radio. Hal ini pada akhirnya menentukan format stasiun penyiaran yang harus dipilih.

Radio adalah lembaga penyiaran suara yang ditemukan oleh Guglielmo Marconi dimana ia menemukan alat yang mampu mengirimkan sinyal melalui udara secara nirkabel (tanpa kabel), penemuan itu sekaligus menjadikan dirinya sebagai bapak radio. Pada tanggal 14 Mei 1897 Marconi berhasil menghubungkan dua tempat

terpisah dari selat Bristol yang lebarnya 9 Km melalui radio (Maulidina, 2019)

Gaya hidup generasi di era digital ini sangat berbeda dengan generasi yang lahir sebelum berkembangnya era digital. Media massa memiliki peminat atau khalayak masing-masing dengan keunggulan dan kelemahan yang dimiliki setiap media massa, walaupun khalayak memiliki berbagai macam pilihan media massa. Pesaing media massa bukan terjadi karena media massa satu dengan media massa yang lain, seperti media massa radio dengan cetak, radio dengan televisi, radio dengan internet ataupun sebaliknya, namun bersaing antara radio satu dengan radio lainnya.

Radio siaran lebih mengedepankan siaran yang menarik dengan berbagai paduan audio seperti kata, lagu, penyiar dan lainnya. Sehingga mampu menghasilkan suatu program yang berkualitas yang tentunya hal ini dapat mempertahankan dan menarik minat dari pendengar (Hasanah, 2021)

Di era serba digital ini seluruh manusia diuntut untuk mengikuti perkembangan zaman dan sumber daya manusia dituntut untuk lebih kreatif. Kreativitas berarti mengumpulkan ide-ide dan menampilkannya dengan cara yang belum pernah ada. Disetiap pembuatan program yang akan disiarkan oleh radio membutuhkan banyak ide, konsep atau gagasan yang dimana hal itu berkaitan dengan sumber daya manusia yang kreatif dan imajinatif agar nantinya program tersebut dapat diminati oleh khalayak (Yumiana, 2019)

Keberadaan lembaga penyiaran di Indonesia semakin kuat setelah disahkannya Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran. Masing-masing lembaga penyiaran mempunyai fungsi sendiri-sendiri. Misalnya Lembaga

Penyiaran Publik adalah lembaga penyiaran yang berHasil Wawancara badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independent, netral dan tidak komersil, berfungsi memberikan layanan kepentingan untuk masyarakat (Huda et al., 2021)

Radio Most FM medan memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan perannya sebagai media informasi. Di era digital saat ini tentunya membuat radio Most Fm Medan gencar dalam hal menarik perhatian pendengarnya dan baik itu dalam pengelolaan media sosial Radio Most Fm sendiri memiliki ciri khas tersendiri lebih ke musik Indonesia

Most FM yang berbasis di Medan merupakan sebuah stasiun radio yang mengudara selama 24 jam nonstop dan memutarakan lagu-lagu terbaik Indonesia. Beberapa program unggulannya yaitu Nonstop order, santai sore , dan, Nonstop Playhits Salah satu radio anak muda yaitu Most FM yang berfrekuensi 99.00 FM, Most FM mengemas siarannya berbeda dengan radio manapun, apalagi ditengah persaingan media penyiaran digital.

Keberadaan salah satu program prime time yang unggul ada di Most Fm saat ini yaitu “ Santai Sore”, program santai sore ini penyiar menyampaikan tema yang berbeda-beda di setiap harinya, program santai sore yang di pandu oleh 1 penyiar dengan keasikannya di setiap hari nya, dan bukan hanya itu tetapi di setiap siarannya berlangsung selama 4 jam penyiar juga memberikan pendengar kesempatan untuk mengutarakan isi hati mereka masing-masing.

Dalam penelitian ini peneliti juga ingin mengetahui bagaimana program santai sore meningkatkan jumlah pendengar di era penyiaran digital saat ini,

Penulis membatasi masalah tentang program “ Santai Sore” karena penulis ingin mengetahui bagaimana strategi management program dalam meningkatkan jumlah pendengar di era penyiaran digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan,penulis tertarik meneliti secara mendalam tentang program “ Strategi Management Komunikasi 99.00 Most Fm Medan Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Era Penyiaran Digital.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi management komunikasi 99.00 Most Fm Medan untuk meningkatkan jumlah pendengar di era penyiaran digital?
2. Bagaimana strategi management komunikasi 99.00 Most FM Medan dalam Program “ Santai Sore “ untuk meningkatkan jumlah pendengar di era penyiaran digital?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini aadalah untuk mengetahui strategi management komunikasi 99.00 Most Fm Medan dalam meningkatkan jumlah pendengar di era penyiaran digital. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memeberikan kontribusi positif bagi penelitian komunikasi khususnya tentang startegi radio dalam meningkatkan jumlah pendengar di era digital sehingga dapat dijadikan rujukan maupun masukan bagi para mahasiswa ilmu komunikasi lainnya.

2. Manfaat secara praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan pengetahuan khususnya bagi mahasiswa maupun seluruh Masyarakat pendengar radio di era digital.

3. Manfaat secara akademis

Acara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang manajemen komunikasi di industri penyiaran radio. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi stasiun radio lain dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan jumlah pendengar di era penyiaran digital

1.4. Sistematika Penulisan

Dengan standart penulisan ilmiah dalam proposal skripsi dan penyusunan skripsi,penulisan dengan pedoman skripsi yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,diantaranya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini menguraikan teori-teori yang berisi tentang strategi manajemen radio Most Fm meningkatkan jumlah pendengar di era digital

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan jenis penelitian, kerangka konsep, definisi operasional data, kategorisasi penelitian, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, Lokasi dan waktu pelaksanaan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang terkait dengan penelitian

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang simpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi massa

Komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Bitner-1980). Batasan komunikasi massa ini lebih menitik beratkan pada komponen-komponen dari komunikasi massa yang mencakup pesan-pesan, dan media massa (seperti koran, majalah, radio, tv dan film) serta khalayak. Wilbur Schramm dalam bukunya (Komala , dkk) mengatakan bahwa untuk berlangsungnya suatu kegiatan komunikasi, minimal diperlukan tiga komponen yaitu source, message, destination, atau komunikator, pesan, komunikan.

Apabila salah satu dari ketiga komponen tersebut tidak ada, maka komunikasi tidak dapat berlangsung. Komunikasi massa menurut Tan dan Wright dalam Liliweri (1991) merupakan Hasil Wawancara komunikasi yang menggunakan saluran (media) alam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh berpencar, sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi massa memiliki berbagai fungsi, seperti Penafsiran (interpretation), yaitu berHasil Wawancara komentar dan opini yang ditunjukkan kepada khalayak, serta di lengkapi perspektif berita. Fungsi pertalian, yaitu dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

Fungsi penyebaran nilai-nilai (*transmission of Values*), yaitu dengan cara media massa itu didengar, dan memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa saja yang diharapkan oleh mereka. Fungsi hiburan (*entertainment*), yaitu Televisi dan Radio sudah jelas ada fungsi hiburan (Huda et al., 2021)

Media massa adalah Hasil Wawancara media yang dirancang untuk menjangkau khalayak ramai, diantaranya televisi, film radio, koran, majalah, buku, catatan, video game dan internet. Banyak peneliti telah dilakukan pada abad masa lalu untuk mengukur efek media massa pada populasi, untuk menemukan teknik terbaik dalam mempengaruhinya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005:756) “ media massa merupakan sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas (Huda et al., 2021)

2.2. Strategi komunikasi

Istilah strategi pada dasarnya adalah istilah yang sering digunakan pada saat membicarakan Upaya-upaya dalam mencapai tujuan. Nanang Fattah & H.Mohammad Ali mendefenisikan strategi sebagai pemikiran secara konseptual,realistis dan komperhensih tentang Langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan (Arifin, 2017)

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Novia & Simbolon, 2019)

Strategi komunikasi oleh Harold Lasswell dapat menerangkan kegiatan komunikasi dengan menjawab pertanyaan “Who says what in wich channel to whom what with what effect?”. Artinya bahwa siapakah komunikatornya, pesan apa yang disampaikan, media apa yang digunakan, siapa komunikatornya serta efek apa yang diharapkannya juga diperhitungkan. Menurut teori Cutlip dan Center, pesan meliputi berbagai hal yang dikenal dengan The 7C’s of Comunnication, yaitu (Rosady,2007:122) :

- a. Credibility (Kepercayaan) Komunikasi itu dimulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh untuk melayani publiknya yang memiliki keyakinan dan respect.
- b. Contex (Konteks) Menyangkut sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial, pesan yang harus disampaikan dengan jelas serta sikap partisipatif.
- c. Content (Isi) Pesannya menyangkut kepentingan orang banyak/public sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat.
- d. Clarity (Kejelasan) Pesan harus disusun engan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti, serta memiliki pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikan dalam hal maksud, tema an tujuan semua pihak.
- e. Continuity and consistency (Kontinuitas dan Konsistensi) Komunikasi merupakan proses yang tidak pernah berakhir, oleh karena itu dilakukan secara berulang-ulang dengan variasi pesan.
- f. Dengan cara demikian untuk mempermudah proses belajar, membujuk dan tema dari pesan-pesan tersebut harus konsisten.
- g. Channels (Saluran) mempergunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran. Pemakaian saluran

media yang berbeda akan berbeda pula efeknya. Dengan demikian seorang komunikator harus dapat memahami perbedaan dan proses penyebaran informasi secara efektif.

- h. *Capability of the Audience (Kapabilitas Khalayak)* Memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Komunikasi dapat menjadi efektif bagi masyarakat bila berkaitan dengan faktor-faktor yang bermanfaat seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan pengembangan pengetahuan (Novia & Simbolon, 2019)

Strategi seperti halnya sebuah jembatan, jika dibangun dengan kokoh dan struktur yang baik maka akan mudah dan lancar pula kendaraan yang melaju di atasnya, lain halnya jika hanya dengan perencanaan dan strategi yang bagus akan tetapi tidak dilakukan dengan maksimal, sama halnya tidak adanya strategi (Novrica et al., 2017)

2.3. Elektronik media management theory by Peter.K.Pringle

Menurut teori sistem, suatu perusahaan dipandang sebagai suatu sistem. Sekumpulan objek dengan serangkaian hubungan tertentu antara objek dan atributnya, terhubung atau terkait satu sama lain dan dengan lingkungannya sedemikian rupa sehingga menghasilkan Wawancara suatu sistem Keseluruhan atau keseluruhan (Pringle & Starr, n.d.)

Peran manajemen adalah mengoordinasikan faktor masukan, proses, dan keluaran serta menganalisis dan merespons umpan balik. Pendekatan sistem menekankan hubungan antara organisasi dan lingkungan eksternalnya (Pringle & Starr, n.d.)

2.3.1 Tingkat manajemen

Sering kali diasumsikan bahwa manajemen terkonsentrasi puncak suatu organisasi. Pada kenyataannya, siapa pun yang mengarahkan Upaya orang lain dalam mencapai tujuan adalah seorang manajer. Di sebagian besar Perusahaan, termasuk stasiun penyiaran, manajer terdapat pada tiga tingkatan :

Lebih rendah : manajer pada Tingkat ini mengawasi secara ketat pekerjaan rutin karyawan yang berada di bawah tanggung jawabnya dan bertanggung jawab pada Tingkat manajemen berikutnya

Tengah : Manajer yang bertanggung jawab melaksanakan aktifitas tertentu untuk mencapai tujuan Perusahaan secara keseluruhan termasuk dalam kategori ini. Di stasiun penyiaran, produksi, Teknik, dan bisnis adalah manajer menengah

Atas : Manajer yang mengkoordinasikan kegiatan perusahaan dan memberikan arahan keseluruhan untuk pencapaian tujuan beroperasi pada Tingkat ini (Pringle & Starr, n.d.)

2.3.2 Fungsi manajemen

Manajer umum (GM) bertanggung jawab kepada pemilik stasiun untuk mengkoordinasikan sumber daya manusia dan fisik sedemikian rupa sehingga tujuan stasiun tercapai. Oleh karena itu, GM mempertahankan dan bertanggung jawab atas setiap aspek stasiun dan operasinya, dalam menjalankan tanggung jawab manajemen, gm menjalankan empat fungsi dasar, perencanaan, perorganisasian, mengarahkan, pengendalian

1. Perencanaan

Perencanaan melibatkan penentuan tujuan dan rencana stasiun atau strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Melalui proses perencanaan, banyak tujuan yang dapat diidentifikasi. Biasanya memang demikian ditempatkan ada salah satu kategori berikut :

- **Ekonomi** : tujuan yang berkaitan dengan posisi keuangan stasiun dan berfokus pada pendapatan, pengeluaran, dan keuntungan.
- **Pelayanan** : pemograman yang menarik khalayak dan responsive terhadapnya kepentingan dan kebutuhan mereka kontribusi stasiun terhadap kehidupan Masyarakat.
- **Pribadi** : tujuan individu yang dipekerjakan oleh stasiun

Tujuan utama penetapan tujuan adalah untuk memungkinkan koordinasi aktivitas departemen dan individu dengan tujuan stasiun. Setelah stasiun telah dirumuskan, tujuan dari departemen yang berbeda dan karyawan dalam departemen tersebut dapat dikembangkan (Pringle & Starr, n.d.)

Fungsi perencanaan (planning) mencakup penentuan tujuan (objectives) media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perencanaan harus ditentukan apa yang harus dilakukan, kapan dilakukan, siapa yang melakukan dan bagaimana melakukannya.

Perencanaan strategis (strategic planning) merupakan proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan dan program strategis

yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut dan penetapan metode yang diperlukan (Komunikasi et al., 2023)

2. Organisasi

Pengoorganisasian adalah proses Dimana sumber daya manusia dan fisik berada diatur dalam struktur formal dan bertanggung jawab ditugaskan secara spesifik unit, posisi, dan personel. Hal ini memungkinkan konsentrasi dan koordinasi kegiatan dan pengendalian manajemen Upaya untuk mencapai tujuan stasiun (Pringle & Starr, n.d.)

Fungsi pengorganisasian (organizing) adalah proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki, dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja.

Departementalisasi Distasiun penyiaran pada umumnya, pengorganisasian melibatkan pembagian kerja menjadi spesialisasi dan pengelompokan karyawan dengan tanggung jawab khusus ke dalam departemen (Bakhri, 2020)

- Departemen program :

Di bawah arahan manajer atau direktur program, departemen program merencanakan, memilih, menjadwalkan, dan memantau program. Departemen juga menyediakan konten yang relevan untuk situs web stasiun tersebut

- Departemen produksi :

Di radio, departemen ini dipimpin oleh seorang direktur produksi dan ditugaskan untuk menulis dan memproduksi iklan (Pringle & Starr, n.d.)

3. Mengarahkan

Fungsi mempengaruhi atau mengarahkan berpusat pada rangsangan karyawan untuk melaksanakan tanggung jawabnya dengan antusias dan efektif. Ini melibatkan motivasi, komunikasi, pelatihan, dan pengaruh pribadi (Pringle & Starr, n.d.)

- Motivasi

Teori-teori utama motivasi telah dibahas sebelumnya dalam bab ini. Bagi manajer umum, motivasi merupakan masalah praktis, karena keberhasilan stasiun terkait erat dengan sejauh mana karyawannya mampu memenuhi kebutuhan mereka. Semakin besar kepuasan mereka, semakin besar kemungkinannya bahwa mereka akan memberikan kontribusi penuh terhadap pencapaian tujuan stasiun.

- Komunikasi

Komunikasi sangat penting untuk pelepasan yang efektif fungsi manajemen. Ini adalah cara dimana karyawan diciptakan menyadari tujuan dan rencana stasiun dan didorong untuk bermain penuh dan bagian yang efektif dalam pencapaiannya

- Pelatihan

Sebagian besar karyawan dipilih karena mereka memiliki latar belakang dan keterampilan yang diperlukan untuk melaksanakan tanggung jawab tertentu. Namun, mereka mungkin harus dilatih dalam penggunaan peralatan atau aplikasi baru.

- Pengaruh pribadi

Merangsang karyawan untuk menghasilkan usaha terbaiknya mensyaratkan bahwa manajer umum dan orang lain dalam posisi manajerial atau pengawas memberikan rasa hormat,loyalitas,dan kerja sama. Di antara faktor-faktor yang berkontribusi terhadap iklim seperti ini adla kompetensi manajemen,keadilan dalam bertransaksi dengan karyawan,kesediaan untuk mendengarkan dan bertindak berdasarkan pengamatan karyawan dan keluhan, kejujuran, integritas, dan karakteristik pribadi serupa (Pringle & Starr, n.d.)

4. Pengendalian

Melalui perencanaan,stasiun menetapkan tujuan dan rencana untuk mencapainya,proses pengendalian menentukan sejauh mana tujuan tersebut dicapai dan rencana sedang direalisasikan oleh stasiun,departemen,dan karyawan,evaluasi berkala terhadap individu dan departemen memungkinkan umum manajer untuk membandingkan kinerja aktual; dengan kinerja aktual dengan kinerja yang direncanakan,jika keduanya tidak bersamaan,tindakan perbaikan mungkin diperlukan.agar efektif,pengendalian harus didasarkan pada kinerja yang terukur,ukuran dan komposisi penonton stasiun dapat diukur melauai peringkat (Pringle & Starr, n.d.)

2.4. Peran manajemen

Fungsi manajemen mencerminkan tanggung jawab utama manajer umum. Namun, mereka hanya memberikan sedikit wawasan tentang aktivitas yang beragam dan kompleks ikatan yang dilakukan manajer umum setiap hari. Henry mintzberg menemukan bahwa aktivitas manajerial dicirikan oleh

singkatnya,beragam dan fragmentasi 19 manajer menghabiskan waktu singkat untuk ,engerjakan tugas-tugas yang berbeda dan serinf disela sebelum tugas tertentu diselesaikan (Pringle & Starr, n.d.)

2.5. Manajemen penyiaran

Wayne Mondy dalam Morissan menjelaskan definisi manajemen yaitu proses perencanaan, pengorganisasian, memengaruhi, dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi penggunaan sumber daya manusia dan materi. Media penyiaran menggunakan manajemen dalam menjalankan kegiatannya sebagaimana organisasi atau perusahaan lain (Komunikasi et al., 2023)

2.6. Radio

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, radio berarti memancarkan (menyiarakan) bunyi atau bunyi di udara. Atau dapat diartikan sebagai media penyampaian suara mengandung satu atau lebih potongan informasi kepada khlayak luas Radio biasa disebut sebagai media massa karena

Radio biasanya disebut sebagai media massa karena memiliki ciri ciri komunikasi massa yang berlangsung secara satu arah, komunikasi yang melembaga, pesan bersifat umum, mediana memunculkan kesamaan serta komunikasi secara heterogen.

Radio berkembang di masyarakat sebagai sumber informasi,sarana hiburan,sarana pendidikan. Sesuai Undang-Undang Pasal 36 ayat 1 bahwa isi sebuah sebuah siaran wajib mengandung informasi,hiburan,pendidikan,dan bermanfaat untuk memHasil Wawancara intelektualitas, watak, moral, kemajuan,

menjaga persatuan dan kesatuan, kekuatan bangsa, serta pengamalan nilai-nilai agama dan kebudayaan

Radio adalah kemajuan teknis yang memungkinkan transmisi suara secara simultan dari gelombang radio di udara. Radio memiliki berbagai tujuan, termasuk transmisi pesan, pendidikan, persuasi, dan hiburan. Radio dapat menggunakan paradigma komunikasi apa pun untuk menyampaikan pesannya. Apakah modelnya dua arah atau satu arah (Jannah, n.d.)

Radio adalah media listrik yang bergantung pada mesin elektromagnetik yang Rumit dan koneksi struktural. Pemograman adalah istilah untuk gambar yang dihasilkan dari transmisi radio. Simbol-simbol sering dikirim melalui ruang angkasa, tidak dalam jangka waktu yang lama, melalui sarana penyiaran (Jannah, n.d.)

Radio itu sendiri merupakan suatu teknologi yang dapat mengirimkan pesan/sinyal melalui suatu gelombang radio/udara. Radio sendiri bersifat simplex yang berarti komunikasi hanya terjalin satu arah atau dengan kata lain pendengar atau penerima hanya bisa mendengar informasi yang disampaikan tanpa bisa memberikan feedback kepada si sumber (Sihombing, 2017)

2.6.1 Karakteristik radio

Radio memiliki karakteristik yang berbeda dari media lain, radio memiliki karakter khas, yaitu:

- a. Auditori, radio adalah suara, karena isi siarannya bersifat sepintas lalu dan tidak dapat diulang
- b. Transmisi, proses penyebarluasnya atau penyampaian pesan kepada

pendengar melalui pemancaran

- c. Mengandung gangguan, seperti timbul tenggelam dan gangguan teknis
- d. Theater of mind, radio menciptakan gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara
- e. Identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik (Pratiwi, 2023)

1. Kelebihan dan Kelemahan Radio

Setiap media massa memiliki kelemahan dan kelebihannya masing-masing, Morissan(2015:11) menyebutkan kelebihan radio, yaitu:

a. Langsung

Radio adalah satu-satunya media yang mampu menyampaikan isi program secara langsung. Ketika suara dipancarkan, telinga pendengar langsung dapat menangkap dan mendengar meski sambil melakukan aktivitas yang lain.

b. Cepat

Radio memiliki kecepatan yang sulit ditandingi media lain dalam penyampaian pesan. Suatu peristiwa yang terjadi dapat dengan cepat disiarkan oleh stasiun radio

c. Menciptakan gambar dalam ruang imajinasi pendengar

Dengan keunggulan suara yang dimiliki pendengar dapat dengan bebas berimajinasi. Radio merupakan satu-satunya media komunikasi modern yang memiliki kemampuan istimewa yaitu dapat menciptakan gambar atau imajinasi di ruang pendengarnya dan dapat didengarkan oleh semua

kalangan

2.6.2 Digitalisasi Radio

Digitalisasi penyiaran memberikan banyak keunggulan; Pertama : efisien dalam hal penggunaan frekuensi Kedua : kualitas audio yang diterima oleh pendengar bermutu tinggi sehingga cocok untuk mempresentasikan penyiaran musik, Ketiga : terdapat kemudahan akses bagi khalayak dibandingkan dengan sistem analog Memasuki era digitalisasi, digitalisasi penyiaran radio di Indonesia bukan saja modernisasi yang bermuara pada aktualisasi, melainkan lebih mengarah pada aktualisasi, melainkan lebih mengarah pada “ revolusi penyiaran” artinya, proses transformasinya berlangsung sangat cepat. Modernisasi akan bertahan lama jika disertai dengan kontemplasi yang berujung pada “ how to inovate,to crate , to improve,dan to conduct” **2.6 .3** (Maharani, 2021)

2.6.3 Kelebihan Radio Digital

1. Radio digital memiliki kualitas yang lebih baik di banding dengan radio konvensional. Suara yang dihasilkan tahan terhadap gangguan suara dari sinyal radio lain, sehingga tiak mungkin terdapat tumpang tindih antara saluran yang satu dengan saluran yang lainnya.
2. Kualitas suara yang dihasilkan bagus dan jernih,seperti CD
3. Radio digital juga dilengkapi dengan layanan yang bersifat interaktif dan ubiquitous yang berarti kapan saja,dimana saja,dan dengan apa saja.
4. Radio digital juga memiliki single frequency network, sehingga pada satu kanal(saluran) dapat diisi oleh lima sampai enam program radio.
5. Radio digital juga memiliki efisiensi daya pancar dan efisiensi infrastruktur,

sehingga sapat meminimalisir biaya produksi.

2.7. Era digitalisasi

Era digital merupakan sebuah teknologi yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia dalam prosesnya. Era digital merupakan sebuah sistem yang dikembangkan dari sistem analog sebelumnya. Sistem ini cenderung menggunakan sistem pengoperasian yang otomatis dengan format dapat dibaca oleh sistem komputer.

Perubahan era manual ke era digital mengubah banyak hal yang dapat mengancam eksistensi media cetak. Sebagian besar pelanggan media cetak telah beralih ke teknologi serba online yang lebih fleksibel, bisa mendapat, mencari dan membaca informasi terbaru kapan saja dan dimana saja (Yumiana, 2019)

Perkembangan teknologi informasi dengan segala konsekuensinya sedang tumbuh dan berkembang sangat deras. Menurut toffler (1980) dalam jurnal digitalisasi, Era tantangan media (2016) peradaban ini membawa gaya baru terhadap hampir semua aspek kehidupan manusia peradaban itu telah dan akan mengubah cara kerja, cara bergaul, dan sebagainya pada lapisan masyarakat (Yumiana, 2019)

Digitalisasi saat ini telah masuk dalam berbagai aspek atau bidang kehidupan. Revolusi oleh era digital baru telah dimulai. Salah satunya, perkembangan teknologi dalam dunia media komunikasi dan informasi yang ditandai dengan banyaknya terobosan baru yang berkembang pesat. Digitalisasi telah melahirkan sebuah kemajuan media baru. Media baru memiliki karakteristik yang dapat dikendalikan sesuai keinginan. Media massa sekarang ini telah beralih ke media

baru atau internet yang merupakan dampak dari pergeseran budaya dalam sebuah penyampaian informasi. Kemampuan media era digital lebih memudahkan masyarakat dalam menerima informasi lebih cepat. Hal ini membuat media massa berbondong-bondong mengikuti perpindahan masyarakat (Pancawati et al., 2019)

2.8. Santai Sore

Apa itu santai sore ? santai sore adalah program prime time yang dimana jam yang banyak pendengarnya dan santai sore ini adalah program unggulan Most Fm, dan santai sore ini adalah obrolan santai di sore hari yang dibalut dengan komedi, awalnya santai sore ini di pandu dengan 2 penyiar, dan sekarang program santai sore ini di pandu dengan 1 penyiar, dan di santai sore ini memiliki tema dan segment-segment nya, misalnya di hari ini segment nya tentang cinta dan besoknya tentang kendaraan dan di hari senin biasanya penyiar membawakan tema tentang baca karakter kepribadian pendengar dengan mengirim foto dan mengutarakan zodiaknya pendengar, Di hari selasa penyiar membawakan tema cinta yang lagi ldr, cinta beda agama, perselingkuhan , Dan di hari rabu penyiar membawakan tema tentang kendaraan, Dan di hari kamis itu penyiar membawakan tema tentang horor dan jumat itu biasanya santai sore membawakan tema kirim salam dan curhat curhat.

Salah satu program di Most Fm adalah “ Santai Sore” yang dimulai dari jam 16.00 / 19.00 Wib setiap hari senin-jumat, santai sore yang dibawakan oleh 1 penyiar yaitu “ Evfranda Hatoguan Aritonang”, program santai sore beroperasi sejak tahun 2022 dan sekarang santai sore udah menjadi program prime time unggulannya Most Fm saat ini, santai sore adalah program yang terus menerus meningkat nya jumlah pendengar.

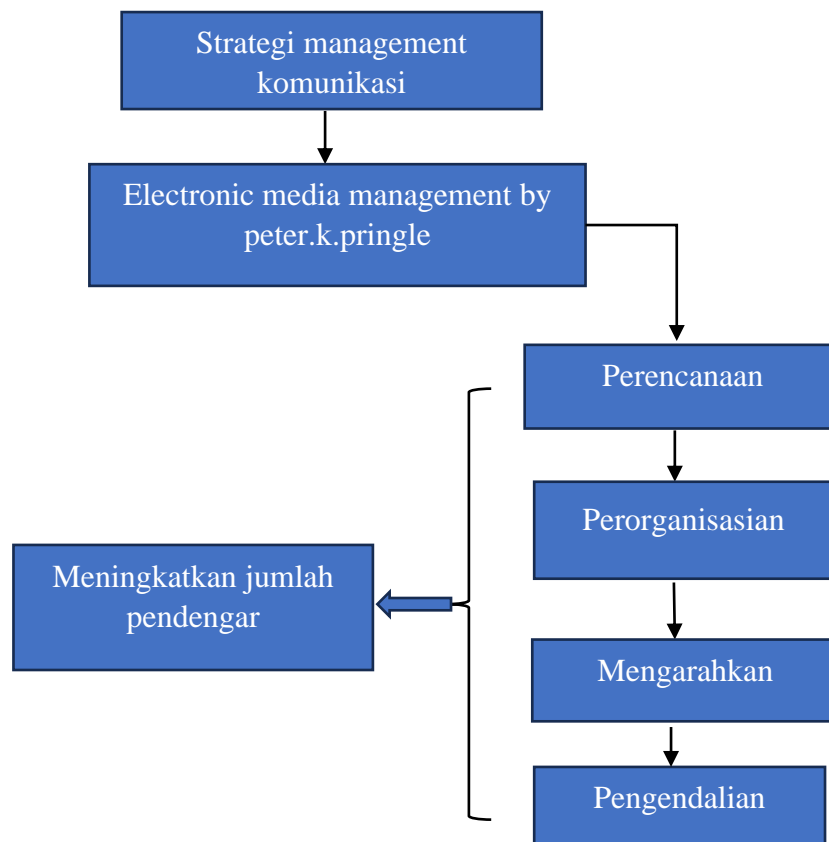
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dimana dalam penelitian ini secara sistematis mengumpulkan fakta dan data yang akurat tentang fenomena yang diteliti untuk mencapai tujuan penelitian yaitu mengetahui strategi manajemen komunikasi 99.00 Most Fm dalam meningkatkan jumlah pendengar di era penyiaran digital.

Kerangka Konsep



3.2 Definisi Konsep

- Strategi manajemen komunikasi: merupakan suatu acuan atau Langkah awal suatu Tindakan yang dilakukan oleh suatu Perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan
- Perencanaan : perencanaan melibatkan penentuan tujuan dan rencana stasiun atau strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut
- Perorganisasian : perorganisasian adalah proses Dimana sumber sumber daya manusia dan fisik berada diatur di dalam struktur formal dan tanggung jawab ditugaskan secara spesifik unit, posisi dan personel.
- Mengarahkan : Fungsi mempengaruhi atau mengarahkan berpusat pada rangangan karyawan untuk melaksanakan tanggung jawabnya dengan antusias dan efektif. Ini melibatkan motivasi, komunikasi, pelatihan dan pengaruh pribadi
- Pengendalian : melalui perencanaan, stasiun menetapkan tujuan dan rencana untuk mencapainya, proses pengendalian menentukan sejauh mana tujuan tersebut dicapai dan rencana sedang direalisasikan oleh stasiun

3.3 Kategorisasi Penelitian

No	KONSEP TEORITIS	KATEGORISASI
	Strategi management komunikasi dalam theory peter.k.pringle	
	1. Perencanaan	- Pencapaian - Penentuan
	2. Organisasi	- Pengelompokkan - Pengorganisasian
	3. Mengarahkan	- Tindakan
	4. Pengendalian	- Pengawasan - Evaluasi

3.4 Narasumber

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling dimana sampel dipilih diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti, sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang diinginkan. Sedangkan orang-orang yang tidak memiliki kriteria tidak bisa dijadikan narasumber. Adapun kriteria narasumber dalam penelitian yaitu :

- Direktur
- penyiar

Jadi narasumber yang telah peneliti pilih dalam penelitian ini sudah memenuhi kriteria yang telah peneliti tentukan, yakni yang dapat memberikan jawaban terkait program “santai sore ” dan ”Bagaimana strategi 99.00 Most Fm

dalam meningkatkan jumlah pendengar di era penyiaran digital”.

3.5 Teknik Pengumpulan Data (Sugiyono, 2020)

Menurut (Sugiyono, 2012), terdapat empat teknik dalam pengumpulan data kualitatif yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Zuriah, 2009). Kegiatan observasi pada hakekatnya adalah merupakan aktivitas pengamatan dengan menggunakan pancaindra untuk mendapatkan informasi. Pengamatan dan pencatatan dilakukan terhadap objek penelitian, tentang perilaku alamiah, dinamika yang tampak, gambaran perilaku sesuai dengan situasi yang ada dan sebagainya.

Alat yang digunakan untuk melakukan observasi ada empat jenis yaitu anecdotal record untuk melakukan pencatatan tentang kejadian yang berlaku dengan suatu kasus tertentu; lembar check list berisi daftar pengamatan untuk diberikan tanda cek (√) sesuai dengan aspek yang diamati; lembar rating scale digunakan untuk mengumpulkan data yang bertujuan menjelaskan, menggolongkan dan menilai seseorang atau situasi tertentu; mechanical device merupakan alat yang mengandung unsur teknologi seperti ponsel, kamera, video recorder, dan sebagainya.

Data yang diperoleh berupa hasil cek list, rating scale, gambar, foto atau video yang selanjutnya diolah menjadi sebuah narasi atau deskripsi objek penelitian yang sedang diteliti.

2 . Wawancara (interview)

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi, sehingga dapat dikonstruksikan dalam sebuah makna yang mengacu pada suatu topik tertentu. Sedangkan menurut (Zuriah, 2009), wawancara merupakan alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan untuk ditanyakan dan dijawab secara lisan. Teknik observasi sering digabungkan dengan wawancara mendalam dengan tujuan untuk menggali informasi yang lebih akurat.

3 . Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara mengumpulkan informasi secara baik secara visual, verbal maupun tulisan. Menurut (Zuriah, 2009) bahwa dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, dalil atau hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Jadi dokumen dapat dijadikan sebagai sebuah catatan aktivitas, kegiatan maupun peristiwa yang telah berlalu yang dicatatkan, dikumpulkan menjadi sebuah arsip. Dokumen yang dimaksud dapat berHasil Wawancara tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Metode observasi dan wawancara dijadikan sebagai pelengkap dalam pengumpulan data pada penelitian kualitatif.

3.6 Teknik Analisis Data (Sugiyono, 2020)

1 Analisis data sebelum ke lapangan

Analisis data dapat dilakukan pada data hasil studi pendahuluan

(preliminaryresearch) atau data sekunder.Data tersebut dapat digunakan untuk menentukan focus penelitian, meskipun focus penelitian tersebut masih bersifat sementara dan dapat berkembang setelah peneliti melakukan penelitian

2. Analisis data sesudah ke lapangan

Menurut (Miles, 2014) terdapat tiga langkah untuk menganalisis data yaitu:

a. Reduksi data (Data reduction)

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan, merangkum, memilih hal-hal pokok, mengklasifikasikan, memfokuskan pada hal-hal penting dalam tema dan pola yang sama. Data yang telah direduksi akan lebih jelas dalam menggambarkan dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data pada tahapan selanjutnya.

b. Penyajian Data (Data Disply)

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam Hasil Wawancara juraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan lain sebagainya. Penyajian data pada penelitian kualitatif sering menggunakan Hasil Wawancara teks naratif, yang kadang dilengkapi dengan grafik, matrik, bagan (chart) atau sejenisnya.

c. Conclusion Drawing (verification)

Penelitian kualitatif mengedepankan temuan baru sebagai hasil akhir dari kesimpulan penelitiannya. Temuan baru tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran dari suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas keberadaannya. Hal ini sesuai dengan pendapat (Sugiyono, 2012) bahwa

temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Radio Most Fm yang berlokasi di Jln.Hoky No.21,Medan,Indonesia , Sedangkan waktu penelitian ini dimulai dibulan Mei 2024 sampai dengan Juli 2024.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Most FM Medan

Stasiun radio Most FM 99,00 adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan informasi radio atau broadcasting radio pada frekuensi radio Most FM 99,00 Mhz Medan yang terletak di jalan Hki No 21 Medan, pada dasarnya dengan nama perusahaan PT. Radio Kama Sutra. Menurut keterangan yang diperoleh data- data yang ada bahwa stasiun radio Most FM 99,00 Medan didirikan pada tahun 1970 dengan nama PT. Radio Kama Sutra dikontrak oleh investor dan mengubah modulasi dari AM ke FM serta membuat nama menjadi MOZE FM Medan hingga Desember 2004.

Kemudian pada bulan Januari 2005 kontrak investor berakhir dan kembali kepada pemiliknya, sehingga nama Moze FM diganti dengan Most FM Medan, MOST merupakan kepanjangan dari “ Media Orang Sumatera”. Most FM Medan masih bernaung dengan nama perusahaan yaitu PT. Radio Kama Sutra. Untuk itu radio Most FM Medan masih membutuhkan sarana dan prasarana media informasi yang baik untuk mendukung pengembangan bisnis informasi terutama dalam bidang layanan komputerisasi dan informasi mobile yang sangat maju pesat.

Most FM memiliki slogan “ Paling Terindonesia” yang artinya meskipun musik yang disuguhkan adalah musik karya anak bangsa dengan cita rasa Nasional, tetapi Most FM mencoba agar musik indonesia menjadi berkelas Internasional. Radio Most FM selalu memperkenalkan program-program acaranya agar dikenal oleh pendengarnya, yaitu melalui situs internet

(<https://radioonline.co.id/most-medan/>) melalui Radio Box/Radio Online , twitter (@MOSTFMedan), Instagram (@99mostfmedan), dan facebook (MOSTFM Medan). Program-program acara di situs internet tersebut akan terlihat foto para penyiar dengan program-program yang dibawakan dan jam siarannya. Sehingga orang yang belum tahu acara-acara Most FM Medan selama 24 jam dapat memilih program acara yang ingin didengar.

4.1.2 Program Radio

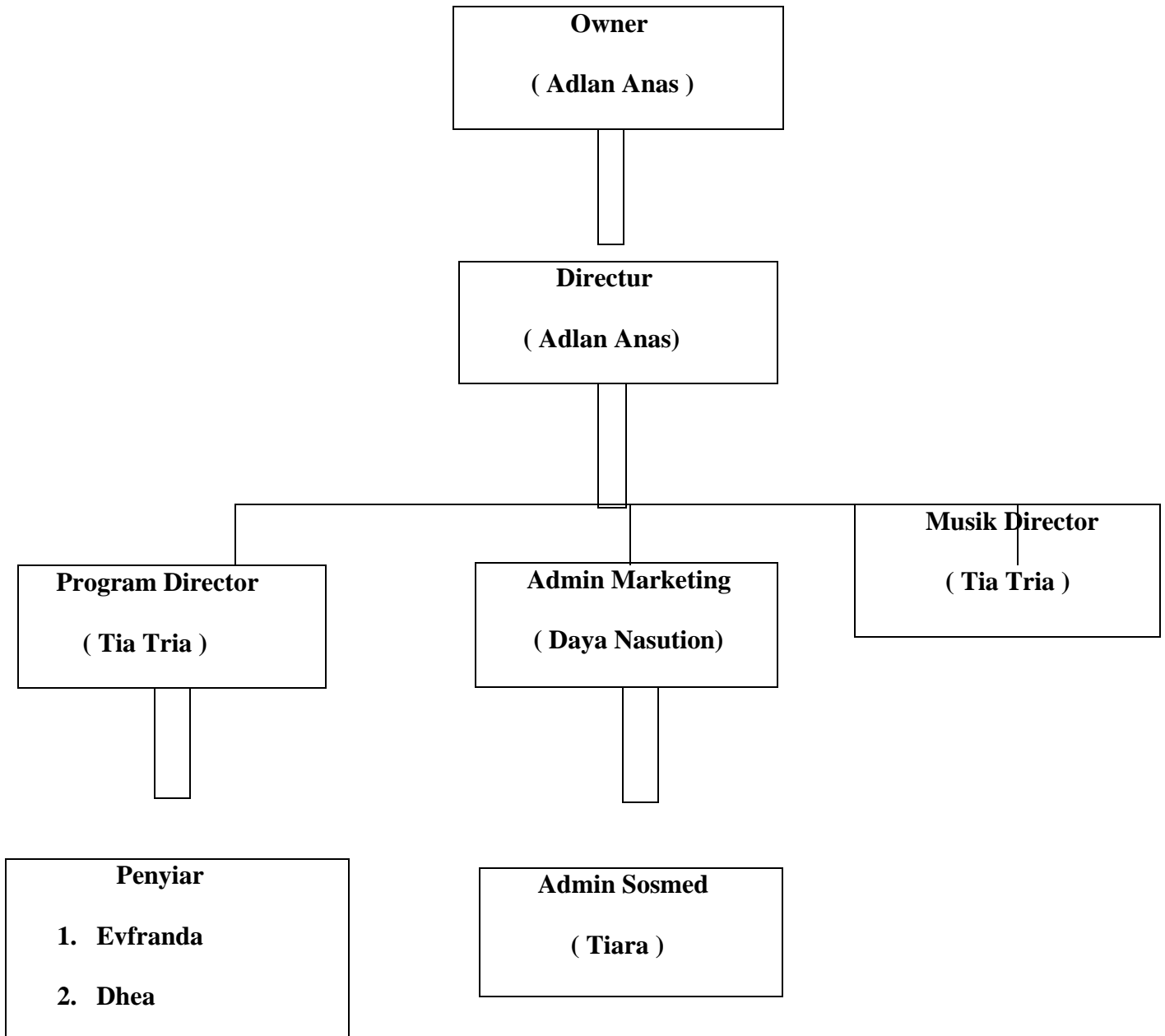
Radio 99.00 Most FM sebagai jalur musik paling terindonesia yang pastinya menyajikan musik musik 100% musik pop Indonesia, Most FM mengedepankan program-program siaran yang lokal di kota medan, sekaligus mampu menyajikan siaran yang menghibur pendengar, Most Fm Merupakan salah satu stasiun radio siaran swasta Ter-Indonesia yang mengudara untuk menyajikan hiburan dengan memutar lagu-lagu terbaik Indonesia. Beberapa program unggulannya yaitu, Nonstop Play Hits, Nonstop Hits, dan santai sore . Kebanyakan radio fm yang berbasis di Medan adalah stasiun radio non-stop yang memainkan musik Indonesia terbaik. Dengan gaya siaran yang dinamis dan kreatif memberikan informasi traffic, berita musik, informasi seputar kota Medan. Beberapa program yang paling terkenal di radio Most fm Medan adalah suka Santai Sore , Nonstop Play Hits, Nonstop Order.

Program acara Most Fm hadir dari hari senin/jumat mulai jam 13.00/16.00 wib, diawali dengan program “Nonstop order” yang Dimana program ini seputaran membicarakan topik perkiraan cuaca , kemacetan lalu lintas, dan yang pastinya merequest lagu-lagu terhits , Di jam 16.00/19.00 Wib dilanjutkan dengan

program “ Santai Sore” yang Dimana program ini mengisi berbagai tema yang berbeda di setiap hari ,dan obrolan santai di sore hari,dan juga kirim salam, Dan di jam 19.00/22.00 Wib di lanjutkan dengan program “Nonstop Playhits” ang Dimana program ini memutarakan lagu-lagu yang paling terindonesia dan paling terhits.

4.1.3 Struktur Organisasi Most FM Medan

Stasiun radio Most FM 99.00 Mhz Medan memiliki struktur Organisasi tidak terlalu luas dan telah memiliki pembagian tugas yang jelas dan terkoordinir. Adapun struktur organisasi radio Most FM Medan adalah seperti gambar ini.

Struktur Organisasi Radio Most FM Medan**Gambar 1. Adaptasi Struktur Organisasi Radio Most FM Medan**

4.2 Hasil Penelitian

Pada bab ini penulis akan menyajikan dari data yang diperoleh melalui penelitian di lapangan melalui metode-metode pengumpulan data yang telah disebutkan pada bab terdahulu. Demikian juga halnya permasalahan yang hendak dijawab dalam bab ini adalah bagaimana strategi management komunikasi Most Fm untuk meningkatkan jumlah pendengar di era penyiaran digital. Dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan secara mendalam, ada beberapa tahapan yang dilakukan penulis, yaitu: pertama, penelitian diawali dengan mengumpulkan data serta gambar dan berbagai hal yang berkaitan dengan permasalahan yang ingin dijawab. Kedua, penulis melakukan wawancara dengan 2 orang yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

1. Informan di radio Most FM

a. Direktur Radio Most FM

Nama : Adlan Anas

Umur : 69 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Jenis Kelamin : Laki-laki

b. Penyiar Radio Most FM Medan

Nama : Evfranda Hatoguann Aritonang

Umur : 28 Tahun

Pekerjaan : Announcer/Penyiar Radio

Jenis Kelamin : Laki-laki

2. Pedoman Wawancara

Daftar Wawancara

1. Radio Most FM

Waktu : 22 juli 2024, pukul 16.00 Wib

Narasumber : Adlan Anas

Divisi : Direktur/Owner Radio Most FM

Durasi : 44:56

Q&A

1. Apa yang dilakukan Most Fm dalam meningkatkan jumlah pendengar di era penyiaran digital untuk meningkatkan jumlah pendengar pak?

Narasumber A.A :Ya baik, sebenarnya meningkat dan menurunnya pendengar itu melihat dari hasil respon pendengar pendengar yang melalui whatsapp,nah,kalau dibilang bagaimana meningkatkan jumlah pendengar ni ya terutama kami tetap meningkatkan dalam arti kata menstabilkan apa yang sudah berjalan selama ini,seperti program,lagu,mutu penyiar,kualitas siaran,nah,jadi dengan gitu pendengar itu stabil mendengarkan most tapi tidak terprediksi bagaimana dia meningkat atau menurunnya pendengar.

2. Kalau begitu bagaimana kita tau jumlah pendengar meningkat dan menurunnya ?

Narasumber A.A : Dengan melihat respon dari pendengar-pendengar melalui berapa pesan whatsapp yang masuk dan berapa banyak request-an lagu yang masuk.

3. Apa strategi yang dilakukan Most Fm dalam menghadapi tantangan di era digital saat ini pak?

Narasumber A.A :Ya sepertinya tantangan saat ini di era digital saat ini memang tidak bisa dilawan atau dikalahkan, tetapi kami terus meningkatkan program-program mempromosikan radio dengan akun instagram, live streaming melalui web dan akun sosial media penyiar masing-masing, jadi, karena kami ini audio bukan visual dan digital ini kan visual dan kami ini hanya audio yakan frekuensi modelasi itu artinya berdasarkan suara aja.

4. Kenapa tidak melakukan secara visual juga pak live streaming dilakukan?

Narasumber A.A :Kalau kami melakukan live streaming secara visual bukan audio, yang ada nanti radio nya hilang dan jatuhnya nanti ke podcast.

5. Apa pengawasan yang dilakukan dalam melakukan strategi management di era digital untuk meningkatkan jumlah pendengar?

Narasumber A.A : Ya begini, pengawasan yang dilakukan radio ya melihat kualitas penyiar dan penyiar selalu di peringatin biar supaya tetap sportif di programnya masing-masing

supaya jangan molor,tetap ngejaga kestabilan estis radio.

6. Apa yang dilakukan pihak management supaya menjaga kestabilan estis radio dan tetap sportif dala program masing-masing?

Narasumber A.A : Ya kami melakukan breafing dengan penyiar 3 bulan sekali dan melihat kualitas program 2 minggu sekali apakah penyiar tetap sportif dengan program-program, kualitas progrmnya,kualitas musik yang diputarkan.

7. Bagaimana most fm saat ini dapat meningkatkan jumlah pendengar di era digital saat ini yang lebih gemar mendengarkan radio digital dan radio manual ?

Narasumber A.A : Saat ini radio hanya tetap menjaga kualitas siaran,menjaga kualitas penyiar,,menjaga kualitas musik, jadi musik musik itu terus di pantau agar tetap selalu eksis sehingga radio yang kami punya terus berjalan dan terus didengar dengan pendengar yang masih aktif di radio manual,dan bisa di katakan jumlah pendengar di radio most fm ini tetap stabil. Dan most fm ini mempunyai ciri khas sendiri yang dia khusus terindonesia. Dan sebenarnya most fm ini tersaingi di program dan penyiar nya aja jadi kalau untuk penampilan musik most fm ini tidak ada tandingnya,terkecuali ada radio luar.

8. Apakah saat ini jumlah pendengar di most fm menurun atau meningkat ?

Narasumber A.A : Pendengar di most fm dari dulu hingga sekarang bisa dibilang itu stabil lah,tidak menurun,tidak meningkat tetap stabil.karena yang kenapa saya bilang stabil,karena,kami bisa lihat dari respon respon pendengar seperti whatsapp yang masuk,sebenarnya ada perusahaan asinelson yang perusahaan nasional yang sudah mensurvei radio radio indonesia,nah jadi most fm ini termasuk 5 besar di kota medan untuk kalangan anak muda.

9. Apa yang anda anggap sebagai tantangan terbesar dalam menarik dan mempertahankan pendengar di era digital ini dan bagaimana anda menghadapinya?

Narasumber A.A : Di era digital saat ini ya tantangannya media sosial itulah.. seperti tv,live streaming visual,dan sebenarnya radio ini untuk melawan digital ini udah tidak bisa terlawan lagi,jadi apa yang ada di radio saat ini ituah yang terus akan kami terapkan seterusnya dalam arti kata memperbagus kualitas penyiar dan memperbagus program.

10. Bagaimana anda mengatur program untuk menarik lebih banyak pendengar?

Narasumber A.A : Kalau dalam mengatur program ini sudah diatur dari awal,jadi yang diatur hingga sekarang itu adalah membreading penyiar setiap 2 minggu sekali,mengkoreksi bagaimana respon-respon pendengarnya dari setiap-setiap penyiar yang dinilai dari whatsapp yang masuk. Karena memang untuk melihat program ini maju atau tidak , penyiar itu bagus atau tidak ya dilihat dari respon pendengar ,seperti mereka membuka topik banyak gak yang ngasih tanggapan.! Dan di setiap siaran 4jam itu ya paling enggak ya 40 responder.

11. Apa langkah-langkah yang anda ambil untuk menjangkau audiens baru?

Apakah anda fokus pada media sosial,promosi acara,atau kampanye iklan lainnya?

Narasumber A.A : Di media sosial di instagram tetap ada,dengan menginformasikan konten-konten yang baru lah,dan promosi acara ini dengan jingle yang kita buat seperti “ most fm paling teriindonesia”,” most fm memutarakan lagu-lagu terbaik” jadi kita untuk kampanye iklan itu tidak ada.

12. Bagaimana anda memanfaatkan teknologi saat ini seperti streaming,aplikasi mobile, atau podcast untuk menjangkau dan mempertahankan pendengar?

Narasumber A.A : Untuk saat ini kami masih melalui instagram,streaming audio online melalui web dan youtube,dan aplikasi mobile ini masih tetap yang dulu kita pakai 99,1 mostfm.

13. Radio Most Fm

Waktu : 29 juli 2024

Narasumber : Evfranda Hatoguan Aritonang

Divisi : Penyiar

Durasi : 30:40

Q&A

1. Apa perencanaan yang dilakukan Most Fm dalam meningkatkan jumlah pendengar di era digital saat ini?

Narasumber E.H.A : Ya jadi gini, kalau untuk meningkatkan jumlah pendengar itu marketing nya kita main di streaming dan sosial media itu uda pasti , di tiktoknya masing-masing penyiar,dan live streaming yang harus di bagusin lagi.

2. Live streaming most fm saat ini melalui apa aja ya ?

Narasumber E.H.A : Nahh gini, sekarang live streaming most fm melalui web itu dengan radio box atau radio online dan untuk di aplikasi most fm masih memakai aplikasi lama 99,1 most fm jadi untuk yang mau ngedengerin most fm di luar kota medan bisa melalui itu.

3. Jadi Most FM juga memakai aplikasi yang bisa di download di playstore atau appstore ya ?

Narasumber E.H.A : Iya bener, itu lah yang kami pakai masih nama yang dulu , dan sekarang kan udah menjadi 99.00 bukan 99,1 lagi

4. Bagaimana perorganisasian radio most fm dalam program santai sore ?

Narasumber E.H.A : Jadi perorganisasian dalam program santai sore ini dimulai dari hari senin-jumat di jam 16.00/19.00 wib dan di setiap harinya itu penyiar membawakan tema tema yang berbeda seperti tentang baca karakter mendengar melalui zodiak,cinta,kendaraan,hal-hal yang lagi viral saat ini.

5. Jadi program santai sore saat ini udah di rancang dari awal dengan tema-temanya ya bang ?

Narasumber E.H.A : Nah iya bener,udah di rancang dari awal dan tema temanya itu tetap berulang ulang,seperti di hari senin baca karakter pendengar,jadi kami nyuruh pendengar itu mengirim foto atau menyebutkan makanan kesukaan mereka apa,jadi kami acak salah satu responder dari mereka satu satu , setelah itu kami lah penyiar yang akan menebak karakter si pendengar.. nah jadi juga di segment segment nya itu ada segment “kalau kau

cemana” jadi di segment ini penyiar buka topik biar supaya penyiar sama si pendengar ini berinteraksi..

6. Jadi dengan tema-tema yang ada ini apa terus menerus dengan seperti itu bang?

Narasumber E.H.A : Kalau misal di hari senin baca karakter pendengar,ya hariini kita bahas tentang zodiak,minggu depan kita bahas makanan favorit,begitu juga dengan tema-tema yang lain akan diganti topik nya tapi dengan tema yang sama agar pendengar lebih banyak interaksi sama kami si penyiar

7. Bagaimana pengawasan yang dilakukan dalam management di era digital saat ini untuk meningkatkan jumlah pendengar?

Narasumber E.H.A :Kalau untuk pengawasan tidak ada sih, jadi kita ngereport ke atasan ke program direktor kita ngasih laporan hariini tentang program santai sore misalnya itu total yang whatsapp segini total yang nelpon sekian, yang berinteraksi sekian,nah jadi dengan gini kita jadi tau kalau di minggu ini kita lagi turun ni,oh di minggu ini kita lagi naik ni gituu..jadi tergantung si penyiarnya sendiri bagaimana dia mereport programnya dia itu untuk diajukan ke atasan , apa yang kurang ni? Kenapa tiba-tiba pendengar turun? Kayaknya penyiarnya kurang interaksi lah,nah dengan ini kita evaluasi kekmana si penyiar ini seasik mungkin.. jadi kalau Hasil

Wawancara pengawasan ini itu dilakukan dengan program direktor yang mengharuskan penyiar ini itu dengan mengkoreksi penyiar dan programnya.

8. Apa saja yang diisi di program santai sore untuk meningkatkan minat jumlah pendengar di era digital saat ini ?

Narasumber E.H.A : Nah itu tadi yang seperti saya bilang , dari hari senin-jumat itu kami penyiar bawa topik atau tema yang berbeda-beda

9. Jadi program santai sore ini uda bener terkonsep ya bang?

Narasumber E.H.A : Nah iya bener terkonsep dari awal,jadi kami lah penyiar yang ngekonsep tema atau topik topiknya ..

10. Bagaimana perkembangan program santai sore dari tahun ke tahun ?

Narasumber E.H.A : Santai sore ini baru ada sekitar 2 tahun belakangan ini lah,jadi program ini kalau udah 3 tahun itu close..

11. Perkembangan untuk program santai sore ini meningkat terus ?

Narasumber E.H.A : Alhamdulillah untuk perkembangan di program santai sore ini sangat meningkat dikarenakan program santai sore ini lah program unggulannya most fm saat ini,dan waktu pandemi kemarin itu pendengar kita semakin banyak,dan satu lagi program santai sore ini adalah program prime time yang dimana jumlah pendengarnya itu yang paling banyak

12. Bagaimana program santai sore mengendalikan program untuk terus meningkatkan jumlah pendengar di era digital saat ini?

Narasumber E.H.A : Yahh gimana yaa,ya mau gak mau kita harus tetap ngikutin digital saat ini,kita promosi juga,kita buat konten juga,kita buat video juga,untuk menarik ini loh most fm masih ada , ini penyiarnya ada si randa,dhea,dan kegiatannya kita upload di story

13. Apa tindakan yang dilakukan untuk mengatasi digital yang semakin meningkat?

Narasumber E.H.A : Ya mau gak mau kita ngikutin digital ini lah.. seperti yang ku bilang tadi,kita punya akun sosial media,punya web streaming,live di tiktok penyiar masing-masing..

14. Apa yang dianggap tantangan terbesar dalam menarik dan mempertahankan pendengar di era digital ini,dan bagaimana mengahadapinya?

Narasumber E.H.A : Ya gak ada sih sebenarnya,jadi ya bagaimana program nya aja yang dibuat seasyik mungkin supaya pendengar itu mungkin gak ganti channel,ya kaya ku bilang tadi kenapa di program unggulan itu dibuat penyiar yang level nya mungkin uda tinggi jadi si penyiar ini yang tau seperti apa ya pendengar ku ini betah sama ku.. lebih banyak interaksi aja,karena pendengar itu suka interaksi,nama nya di sebut, lagunya diputarin,

awabannya di bacain,jadi mereka ni berpendapat wih enak ni most fm..

15. Apa yang dilakukan penyiar dalam mempromosikan dengan teknologi saat ini ?

Narasumber E.H.A : Ya dengan cara promosi melalui sosmed,ya seperti kita penyiar lagi siaran ya kita kasih tau aja melalui siaran itu “ nah btw most fm ada streaming nih,jadi untuk yang di luar kota medan juga bisa dengerin most fm melalui streaming online nya most fm,di google juga bisa cari radio box/radio online,dan untuk di playstore/appstore itu 99,1 Most Fm dan nama nya masih yang lama di situ dan belum di benerin sampai sekarang yang sudah menjadi 99,00 Most Fm ..

16. Apa radio most fm ini masih mengambil iklan iklan yang ada ?

Narasumber E.H.A : Ada,karena iklan kan datang sendiri , itu dia ada iklan nasional dan ada iklan lokal dan iklan ini kan banyak Hasil Wawancara ni seperti Hasil Wawancara sport,talkshow..

17. Untuk iklan ini apa setiap hari ada aja iklan yang masuk ?

Narasumber E.H.A : Alhamdulillah nya sampe sekarang iklan itu ada aja,dulu waktu covid lumayan drop , selesai pandemi mulai stabil lagi lah ,di setiap program itu setiap hari nya sekitar 15 iklan yang masuk di setiap satu program

itu ada waktu 3 jam dan selama 3 jam itu kita bisa masuki iklan sebanyak 15 iklan..

18. Untuk pihak most fm ini kenapa tidak membuat Wawancara podcast ?

Narasumber E.H.A : Kalau untuk podcast sampai saat ini tidak ada,karena ini aktif nya di radio ni bukan di sosmed,karena kita masih betul-betul radio yang masih menggunakan hanya audio yang memakai pamancar..

19. Kenapa tidak mau buat live streaming visual?

Narasumber E.H.A : Ya kalau kita ngelakuin itu radio nya hilang dong..dan kenapa radio itu ada ya karena pendengaran,dan kalau kita buat visual gitu jatuhnya kita ngikutin trend sosmed kali kan.. atau kita ngikutin televisi dan karena emang dasarnya radio ini pendengaran,target pasar kita pun pasti beda beda,kaya kita target pasar kita seperti orang yang lagi bawa mobil,atau yang lagi kerja ingin dengerin radio,karena kalau kita kaya gitu ya kebanting lah sama yang lain yang diluar.

20. Apakah ada perubahan yang direncanakan dalam format atau konten acara dalam program santai sore?

Narasumber E.H.A : Perubahan yang direncanakan dalam format atau konten acara itu kita lihat dari respon biasanya ada testimoni sebelum program berjalan sampai sekarang dan kita ni dari awal udah ada perubahan/perombakan dulu itu

santai sore ini segment nya biasa biasa aja , maksudnya ya kaya obrolan biasa aja dan kalau kau cemani itu emang udah dari awal,dan setelah berjalan 3 bulan kita evaluasi lah dan ternyata hasil evaluasi itu kami ubah lah segment pertama dan muncul lah itu ide ide baru yang seperti baca karakter pendengar,bahas tentang cinta dan hal-hal viral saat ini.. dan alhamdulillah setelah di rombak respon pendengar itu semakin meningkat alhamdulillah sampai sekarang dan program santai sore ini udah menjadi program yang unggul di most fm... dan program santai sore ini udah 2 kali perombakan mulai dari ekpose nya mulai dari tagline nya dan tagline nya udah tidak ada...

4.3 Pembahasan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu metodologi penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

4.3.1 Pembahasan tentang perencanaan program yang dilakukan Most FM

Terkait perencanaan program, Saya berhasil mewawancarai owner atau sekaligus Direktur Radio Most FM yaitu Bapak Adlan Anas, Dimana wawancara ini dilakukan pada hari senin,tanggal 22 juli 2024. Yang pada saat itu bapak Adlan Anas mengatakan sejak didirikannya Radio Most Fm ini sudah memiliki program masing-masing yang akan disajikan kepada pendengar dari dulu hingga sekarang

meskipun program programnya sudah di rombak berulang kali, Seperti halnya informasi terkait berita , Pendidikan, Hiburan, Lalu lintas, Perkiraan cuaca dan lainnya. Jadi tidak butuh banyak perencanaan program yang akan dibuat, karena penyiar hanya akan menyesuaikan dengan tema program yang telah di sediakan yang nantinya akan dibawakan oleh penyiar pada saat siaran

Dan menurut teori Peter.K.Pringle Mengatakan bahwa perencanaan melibatkan melibatkan penentuan tujuan dan rencana stasiun atau strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan dan rencana stasiun atau strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Melalui proses perencanaan,banyak tujuan yang dapat diidentifikasi (Pringle & Starr, n.d.)

4.3.2 Pembahasan tentang pengawasan program yang dilakukan Most FM

Untuk pengawasan sendiri menurut Bapak Adlan Anas, Radio Most FM melakukan yang namanya breafing pada penyiar setiap per 2 minggu sekali. Ini bertujuan untuk melihat apakah responder meningkat atau menurun terlihat dari responder . lalu pada pengawasan ini Radio Most FM juga mengontrol pendengar dan juga keaktifan para pendengar. Ini bertujuan untuk materi yang disampaikan cocok atau tidak dengan apa yang diinginkan oleh pendengar.

Untuk evaluasi, Radio Most FM akan melakukan evaluasi baik itu evaluasi program siaran dan juga evaluasi terhadap penyiar selama 3 bulan sekali dengan waktu selama itu, pihak radio akan terus melihat dan memonitoring Dimana kekurangan dan kelebihan dari setiap program yang disampaikan.

Dan menurut Peter.K.Pringle perorganisasian adalah proses Dimana sumber daya manusia dan fisik berada diatur dalam struktur formal dan tanggung jawab

ditugaskan secara spesifik unit, posisi, dan personel. Dan koordinasi kegiatan pengendalian manajemen Upaya untuk mencapai tujuan stasiun tujuan, Tentang evaluasi menurut Peter.K.Pringle berkala terhadap individu dan departemen memungkinkan umum manajer untuk membandingkan kinerja actual dengan kinerja yang direncanakan. Jika keduanya tidak bersamaan, Tindakan perbaikan mungkin diperlukan (Pringle & Starr, n.d.)

4.3.3 Pembahasan tentang pengendalian Most FM

Pada strategi ini menurut Bapak Adlan Anas, Ketika pada saat program unggulan pendengar telah selesai disiarkan, lalu akan masuk pada program selanjutnya, yang Dimana biasanya para penyiar yang akan berganti shift siaran, maka antara penyiar yang akan keluar dan yang akan masuk akan saling melakukan koordinasi terkait apasih yang menjadi atau yang membuat para pendengar itu tetap stay mendengarkan, jumlah intensitas pendengar tetap bisa terjaga bahkan melebihi dari pendengar siaran sebelumnya.

Dan menurut Peter.K.Pringle melalui perencanaan, stasiun menetapkan tujuan dan rencana untuk mencapainya. Proses pengendalian menentukan sejauh mana tujuan tersebut dicapai dan rencana sedang direalisasikan oleh stasiun, departemen, dan karyawan (Pringle & Starr, n.d.)

4.3.4 Pembahasan tentang Cara Radio Most FM Bertahan di Era Digital

Menurut Bapak Evfranda, dengan tetap mempertahankan dan meningkatkan Kualitas program siaran serta teknik maupun cara yang dilakukan penyiar menyampaikan materi siaran agar dapat diterima oleh pendengar. Karena penyiarlah yang bertanggung jawab atas topik yang dibuat. Radio Most FM

dengan membuka Request lagu, dan membuka topik kepada para pendengar yang dapat menjadi daya Tarik pendengar, dan Radio Most FM ini agar tidak terus kebelakangan dengan digital saat ini Most FM tetap mengikuti digital seperti melalui akun Instagram, live streaming di internet ,promosi di akun penyiar masing-masing, jadi Most FM dapat mempertahankan pendengar meski pendengar berada di luar kota.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menarik Kesimpulan, Strategi Management Komunikasi 99.00 Most FM dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Era Penyiaran Digital, yaitu :

1. Radio Most FM sudah memanfaatkan teknologi digital saat ini seperti live streaming online, promosi melalui story, aktif di media social seperti Instagram dan facebook. Selain itu penyiar Radio Most FM juga melakukan live tiktok melalui akun penyiar masing-masing yang bertujuan untuk promosi program acara dan menginformasikan bahwa Radio Most FM masih ada dan terus berjalan hingga sampai saat ini.
2. Radio Most FM melakukan pengarahan terhadap penyiar setiap 3 bulan sekali untuk melihat bagaimana kualitas mutu penyiar dalam berinteraksi kepada pendengar, mereka juga mengontrol musik musik yang akan diputarkan di setiap program-program yang sudah tersedia.
3. Radio Most FM memiliki program prime time yang sudah unggul “ santai sore “ dimana yang lebih banyak pendengarnya. Dan meningkat atau menurunnya jumlah pendengar itu tergantung dengan mutu penyiar dan kualitas program yang dibawakan oleh penyiar radio.

5.2 Saran

Setelah melakukan pembahasan dan menarik Kesimpulan, maka peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk strategi management komunikasi Radio Most FM ini dapat meningkatkan kualitas dari Radio ini sendiri. Artinya, radio tersebut bisa berjalan sesuai dengan fungsinya dengan tetap pada informasi yang jelas.
2. Diharapkan adanya tambahan program untuk menggantikan program yang sudah tidak ada agar dapat terus mengembangkan program-program dari radio tersebut.
3. Diharapkan tetap terus melakukan evaluasi dan inovasi agar kedepan Radio Most FM tetap terus stabil dan memutarakan lagu-lagu paling terindonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2017). Strategi Manajemen perubahan dalam meningkatkan disiplin diperguruan tinggi. *EDUTECH Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3 No 1(1), 117–132.
- Bakhri, K. (2020). Strategi Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Pendengar. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 3(1), 51. <https://doi.org/10.21111/sjic.v3i1.4608>
- Hasanah, K. (2021). Strategi Radio Citra Buana FM dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital. *Repository.Umsu.Ac.Id*.
- Huda, M., Sarinah, S., & Saputra, V. D. (2021). Strategi Komunikasi Radio Citra FM Kendal Dalam Meningkatkan Minat Pendengar. *Journal of Communication Studies*, 1(2), 97–113. <https://doi.org/10.37680/jcs.v1i2.1076>
- Jannah, T. (n.d.). *Strategi Komunikasi Radio Odan dalam Menarik Minat Masyarakat sebagai Pendengar di Kabupaten Batubara Kecamatan Lima Puluh Pesisir*. 2(1), 9–15.
- Komunikasi, J. I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Tidar, U. (2023). *strategi manajemen penyiaran LPPL radio magelang fm dalam mempertahankan eksistensinya di era digital*.
- Maharani, D. (2021). Strategi Rri (Radio Republik Indonesia) Palembang Mempertahankan Minat Pendengar Di Era Digitalisasi Penyiaran. *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.46774/pptk.v4i1.334>
- Maulidina, N. (2019). Strategi manajemen komunikasi m radio dalam merancang program on air dan off air untuk meningkatkan jumlah pendengar. *Skripsi*.
- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 167–178. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/2094>
- Novia, D. H., & Simbolon, B. R. (2019). Strategi Komunikasi Penyiar Radio Sla Fm 105.6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–13. <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/236>
- Novrica, C., Sinaga, A. P., Muhammadiyah, U., Utara, S., Kaptan, J., & No, M. B. (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Interaksi*, 1(1), 1–16.

- Pancawati, N. P., Yohanes, Y. T. S., & Rahmat, L. A. (2019). Management Strategy of Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram in the Digital Era. *JCommsci - Journal Of Media and Communication Science*, 1(3), 109–119. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v1i3.50>
- Pratiwi, W. A. (2023). strategi komunikasi. *Ilmu Komunikasi*, 4(1), 88–100.
- Pringle, P. K., & Starr, M. F. (n.d.). *MEDIA Edisi Kelima*.
- Sihombing, I. U. P. (2017). Manajemen Penyiar I-Radio Medan dalam Meningkatkan Minat Mendengar. In *Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara*.
- Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue March). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Yumiana. (2019). *Strategi Penyiar Radio Kiss Fm Medan Dalam Mengembangkan Kreativitas Diri Di Era Digital Skripsi Oleh: Dara Tasya Adilla Npm 1703110085*.

DOKUMENTASI



Foto bersama Owner/direktur Radio Most FM Medan



Foto bersama Penyiar Radio Most FM Medan