

**MANAJEMEN PENYIARAN RADIO SONORA 96.0 FM LAMPUNG
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL**

(Skripsi)

Oleh

ANINDYA PUTRI MARANI



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRACT

MANAGEMENT OF SONORA 96.0 FM LAMPUNG RADIO IN MAINTAINING EXISTENCE IN THE DIGITAL ERA

By

ANINDYA PUTRI MARANI

Radio is a mass medium that has a long history and a form of technological development that existed before it. Radio is still relevant today, but to survive, it needs good broadcasting management. Similarly, Radio Sonora Lampung faces the challenge of maintaining its existence among 9 private radio stations in Bandarlampung, which have similar audience segmentation and broadcasting formats, as well as new media such as the internet, social media, and music streaming services that are more easily accessible. In addition, the challenge of maintaining the audience's interest or listeners, along with technical limitations and the reach of radio, becomes an issue that must be addressed. Therefore, this research aims to analyze the broadcasting management of Radio Sonora 96.0 FM Lampung in maintaining its existence in the digital era based on the POAC management functions from George R. Terry. This research employs a descriptive qualitative approach through interviews, observations, and documentation. The research findings indicate that Radio Sonora Lampung employs all four management functions, namely planning by developing strategies (on-air programs, social media content, advertisements, song selection, and off-air activities) to achieve predetermined goals; organizing, which aligns with central policies; actuating by implementing the previously established plans; and controlling, which involves overseeing the broadcasting management at Radio Sonora Lampung. In its implementation, Radio Sonora Jakarta plays a significant role for Radio Sonora Lampung. For its broadcasting management, Radio Sonora Lampung needs to pay attention to several aspects to improve its broadcasting management, such as increasing human resources, conducting in-depth research in planning, and so on. Nevertheless, Radio Sonora Lampung has a distinctive feature where its programs and segments consistently air every day, using engaging acronyms and the on-air personalities of the presenters resonate with the listeners. Radio Sonora Lampung also makes good use of social media to interact with its audience. Therefore, it has received positive responses from the public up to this point.

Keywords : *Radio Broadcasting Management, POAC Model, Radio Sonora Lampung*

ABSTRAK

MANAJEMEN PENYIARAN RADIO SONORA 96.0 FM LAMPUNG DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL

Oleh

ANINDYA PUTRI MARANI

Radio merupakan media massa yang mempunyai sejarah panjang dan bentuk pertumbuhan teknologi sebelumnya yang sudah ada. Radio masih relevan hingga kini, namun untuk bertahan perlu manajemen penyiaran yang baik. Sama halnya Radio Sonora Lampung yang memiliki tantangan untuk mempertahankan eksistensi di antara 9 radio swasta di Bandar Lampung dengan segmentasi pendengar dan format siaran yang serupa serta media baru seperti internet, sosial media, dan layanan *streaming* musik yang lebih mudah untuk dijangkau. Selain itu, tantangan untuk mempertahankan minat *audience* atau pendengar, sampai dengan keterbatasan teknis dan jangkauan radio menjadi permasalahan yang harus diatasi. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen penyiaran Radio Sonora 96.0 FM Lampung dalam mempertahankan eksistensinya di era digital berdasarkan fungsi manajemen POAC dari George R. Terry. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Sonora Lampung menggunakan ke empat fungsi manajemen tersebut, yaitu *planning* (perencanaan) dengan Menyusun perencanaan terkait strategi (program *on air*, konten sosial media, iklan, pemilihan lagu, dan kegiatan *off air*) untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan, *organizing* (pengorganisasian) yang menyesuaikan dengan kebijakan dari pusat, *actuating* (penggerakan) dengan melaksanakan rencana-rencana yang sudah disusun sebelumnya dan dibarengi dengan *controlling* (pengawasan) terkait jalannya manajemen penyiaran di Radio Sonora Lampung. Dalam pelaksanaannya, Radio Sonora Jakarta memiliki andil yang besar bagi Radio Sonora Lampung. Untuk manajemen penyiarannya, Radio Sonora Lampung harus memperhatikan beberapa hal agar manajemen penyiaran dapat berjalan lebih baik lagi, seperti penambahan SDM, melakukan riset mendalam dalam perencanaan, dan lain sebagainya. Meskipun begitu, Radio Sonora Lampung memiliki ciri khas yang mana program dan segmen konsisten *on air* setiap harinya dan menggunakan akronim yang menarik serta *air personality* yang dimiliki penyiar melekat di pendengar. Pemanfaatan sosial media yang baik juga dilakukan oleh Radio Sonora Lampung untuk berinteraksi dengan pendengar. Maka dari itu, mendapatkan respon positif dari khalayak hingga saat ini.

Kata Kunci : Manajemen Penyiaran Radio, Model POAC, Radio Sonora Lampung

**MANAJEMEN PENYIARAN RADIO SONORA 96.0 FM LAMPUNG
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL**

Oleh

ANINDYA PUTRI MARANI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi : **MANAJEMEN PENYIARAN RADIO
SONORA 96.0 FM LAMPUNG DALAM
MEMPERTAHAKAN EKSTISTENSI
DI ERA DIGITAL**

Nama Mahasiswa : **Anindya Putri Marani**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1916031009**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.

NIP. 197810282001122001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



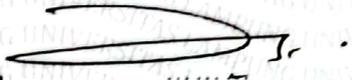
Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.

NIP. 198109262009121004

MENGESAIHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.



Penguji Utama : Prof. Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Agustus 2024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anindya Putri Marani
NPM : 1916031009
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Tirtaria Gg. Melati 2B RT. 08 LK. I Kel. Way Kandis,
Kec. Tj. Senang, Bandarlampung, Lampung, 35143
No. Handphone : 089602608259

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "**Manajemen Penyiaran Radio Sonora 96.0 FM Lampung Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital**" adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 27 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan,



Anindya Putri Marani
NPM 1916031009

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Anindya Putri Marani dan lahir pada tanggal 16 Januari 2001 di Bandung. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Antoni dan Ibu Maryati. Penulis menempuh pendidikan di TK Asy-Syukur Bandung pada tahun 2006-2007, pendidikan sekolah dasar di SDN 8 Angkasa pada tahun 2007-2013, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di SMPN 36 Bandung dan pendidikan sekolah menengah atas di SMA YP Unila Bandarlampung. Saat SMA, penulis aktif dalam organisasi paduan suara dan berhasil meraih beberapa penghargaan dalam perlombaan *Solo Song* di Bandarlampung. Selain itu juga, sejak SMA penulis aktif dalam dunia penyiaran dan pernah menjadi bagian dari penyiar pelajar SMA atau Sore Ceria di Pro2 Radio Republik Indonesia (RRI) Bandarlampung. Pendidikan terakhir, penulis tercatat sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) pada tahun 2019. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam kegiatan organisasi yaitu menjadi sekretaris bidang *broadcasting* di Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi dan menjadi anggota dari Universitas Lampung TV. Selain itu juga, penulis pernah bekerja sebagai penyiar di Radio Sonora Lampung dan sempat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Gubernur bagian Dokumentasi Pimpinan.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al Baqarah : 286)

“If you can dream it, you can do it”

(Walt Disney)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, kesehatan baik jasmani maupun rohani, dan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan orang-orang yang sangat berharga dalam hidup saya yaitu mama, papa, dan abang saya tercinta yang sudah tulus memberikan kasih sayang, mengasihi, dan memberikan doa yang tidak pernah putus di setiap langkah yang saya lalui sehingga saya dapat tetap kuat dan mencapai titik ini.

Skripsi ini juga saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang sudah bertahan dan tidak menyerah selama ini. Terima kasih sudah mampu bertahan di kaki sendiri, melalui berbagai rintangan sampai akhirnya dapat berada di titik ini. Mari terus berjuang dan bertahan, tidak lupa juga iringi dengan doa karena hidup harus tetap berjalan kedepannya.

SANWACANA

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan kasih-Nya penulis diberikan kemudahan dan kekuatan selama proses perkuliahan ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Manajemen Penyiaran Radio Sonora 96.0 FM Lampung Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung. Penulis menyadari selama proses penyusunan skripsi ini, banyak sekali pihak yang berperan dari berbagai aspek kehidupan penulis. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan, kerjasama, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa, atas rahmat dan kasih sayang-Mu, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung
3. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung
4. Bapak Agung Wibawa, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
5. Ibu Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi atas kesediaannya untuk membimbing penulis dalam menulis skripsi dengan penuh kesabaran dan keikhlasan serta selalu memberikan semangat, motivasi, dan juga dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Selain itu juga masukan serta ilmu baru yang bermanfaat selama proses penulisan skripsi ini berlangsung. Semoga kebaikan Ibu dibalas berkali-kali lipat oleh Allah SWT.
6. Bapak Prof. Dr. Andy Corry, M.Si. selaku Dosen Penguji sekaligus Dosen Pembimbing Akademik Penulis yang telah bersedia untuk membantu memberikan saran, kritik, dan masukan yang membangun terhadap skripsi ini. Terimakasih atas nasihat serta motivasi yang Bapak berikan.

7. Bapak dan ibu dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta motivasi untuk membangun semangat mahasiswa selama masa perkuliahan.
8. Mas Redy dan Ibu Is, selaku staff administrasi Jurusan Ilmu Komunikasi yang sangat amat penulis membantu segala hal yang berkaitan dengan perkuliahan untuk membantu penulis selama perkuliahan berlangsung sampai dengan skripsi ini disusun.
9. Persembahkan terima kasih terbesar kepada kedua orang tuaku tersayang mama dan papa. Terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, motivasi, dan juga doa yang tidak pernah putus untuk penulis. Terima kasih untuk tidak pernah lelah dan menyerah dalam menghadapi segala masalah yang ada dan selalu menguatkan penulis untuk berhasil meraih gelar sarjana, seperti yang mama dan papa selalu impikan. Semoga Allah selalu memuliakan kehidupan mama dan papa baik dunia dan akhirat. Aamiin.
10. Kepada abangku tersayang, Bagus Putra Mayani, S.T. Terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan baik secara moril, materil, dan juga doa untuk penulis. Semoga setiap jerih payah yang Abang Bagus lakukan untuk adikmu, dapat menjadi berkah dan dibalas berkali-kali lipat oleh Allah SWT.
11. Terima kasih untuk Zetra Zamera atas segala dukungan, motivasi, doa, dan bantuan disaat ada banyak sekali kesulitan yang harus penulis hadapi selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Terima kasih banyak untuk selalu ada dan selalu mengulurkan tangan dengan tulus. Semoga Allah memberikan kebahagiaan yang berkali lipat untukmu.
12. Kepada sahabat seperjuangan saya, Robi, Aurick, Nadhila, Fira, Bila, Desti, Lula, Monica, Rosa, Jeem, Vani, Maul, Doni, Agoy, terima kasih sudah kebersamai penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih selalu mendengarkan keluh kesah dan selalu menerima meskipun banyak kekurangan dan kesalahan.
13. Ucapan terimakasih juga penulis ucapkan kepada Duz People, Majon, Jupe, Kak Yasmin, Paye, Talitha, dan Angge yang selama ini selalu menghibur penulis apabila penulis merasa sedih dan tidak sanggup untuk menyelesaikan skripsi ini. Your words mean a lot to me. Thank you!

14. Teman-teman Sonogenk, Yuk Selvi, Kak Dina, Kak Bella, Kak Donny, Kak Helmi, Kak Inan, Kak Azal, Kak Ooy, dan Kak Nanda yang selalu memberikan dukungan bagi penulis di kala penulis merasa ingin menyerah dalam proses ini.
15. Teman-teman HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung 2022 khususnya Bidang Broadcasting. Terimakasih sudah memberikan warna dan pengalaman untuk kehidupan perkuliahan bagi penulis.
16. Teman-teman dan kakak-kakak Universitas Lampung TV yang sudah memberikan banyak ilmu kepada penulis dan mau membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung angkatan 2019.
17. Terima kasih khususnya untuk diri sendiri karena akhirnya tidak menyerah terhadap keadaan dan menyelesaikan semua hal yang ada termasuk penyusunan skripsi ini meskipun banyak sekali kesulitan dan cobaan yang ada. Terima kasih sudah bertahan dan mampu menyelesaikan semua ini dengan usahamu sendiri dan berulang kali mengingatkan kepada diri sendiri agar skripsi harus terus berjalan sampai dengan selesai meskipun banyak sekali cobaan dan hambatan yang datang.
18. Semua pihak yang terlibat dalam membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Bandarlampung, 20 Agustus 2024
Penulis,

Anindya Putri Marani

DAFTAR ISI

	Halaman
SANWACANA	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka Pikir	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Perkembangan Radio di Era Digital	18
2.3 Manajemen Penyiaran Radio di Era Digital	19
2.4 Radio Berjaringan di Era Digital	21
2.5 Kompetisi Media Penyiaran Radio di Era Digital	23
2.6 Eksistensi Penyiaran Radio di Era Digital	25
2.7 Landasan Teori	27
III. METODE PENELITIAN	34
3.1 Tipe Penelitian dan Pendekatan Penelitian	34
3.2 Fokus Penelitian	35
3.3 Lokasi Penelitian	36
3.4 Penentuan Informan	37
3.5 Sumber Data	39

3.6 Teknik Pengumpulan Data	40
3.7 Teknik Analisis Data	42
3.8 Triangulasi	43
IV. PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Singkat Radio Sonora Lampung	45
4.1.2 Identitas Informan	53
4.1.3 Hasil Wawancara Mendalam	56
4.1.4 Hasil Observasi	90
4.1.5 Hasil Dokumentasi	102
4.2 Pembahasan dan Analisis	117
4.2.1 Pelaksanaan Fungsi <i>Planning</i> Dalam Manajemen Penyiaran di Radio Sonora Lampung	118
4.2.2 Pelaksanaan Fungsi <i>Organizing</i> Dalam Manajemen Penyiaran di Radio Sonora Lampung	121
4.2.3 Pelaksanaan Fungsi <i>Actuating</i> Dalam Manajemen Penyiaran di Radio Sonora Lampung	125
4.2.4 Pelaksanaan Fungsi <i>Controlling</i> Dalam Manajemen Penyiaran di Radio Sonora Lampung	129
V. KESIMPULAN DAN SARAN	133
5.1 Kesimpulan	133
5.2 Saran	135

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Radio yang Beroperasi di Bandarlampung Tahun 2022-2024	5
2. Penelitian Terdahulu	15
3. Penelitian Terdahulu (Tabel Lanjutan)	16
4. Penelitian Terdahulu (Tabel Lanjutan)	17
5. Penelitian Terdahulu (Tabel Lanjutan)	18
6. <i>Key Informan</i> Penelitian	38
7. Informan Pendukung Penelitian	39
8. Jumlah Staff dan Penyiar Radio Sonora Lampung	53
9. Identitas Informan 1	54
10. Identitas Informan 2	54
11. Identitas Informan 3	54
12. Identitas Informan 3 (Tabel Lanjutan)	55
13. Identitas Informan 4	55
14. Identitas Informan 5	55
15. Identitas Informan 6	56
16. Identitas Informan 7	56
17. Identitas Informan 8	56
18. Hasil Wawancara Pertanyaan 1 <i>Planning</i> (Perencanaan)	57
19. Hasil Wawancara Pertanyaan 1 <i>Planning</i> (Perencanaan) (Tabel Lanjutan)	58
20. Hasil Wawancara Pertanyaan 1 <i>Planning</i> (Perencanaan) (Tabel Lanjutan)	59
21. Hasil Wawancara Pertanyaan 2 <i>Planning</i> (Perencanaan)	60
22. Hasil Wawancara Pertanyaan 3 <i>Planning</i> (Perencanaan)	61
23. Hasil Wawancara Pertanyaan 4 <i>Planning</i> (Perencanaan)	62
24. Hasil Wawancara Pertanyaan 5 <i>Planning</i> (Perencanaan)	62
25. Hasil Wawancara Pertanyaan 5 <i>Planning</i> (Perencanaan) (Tabel Lanjutan)	63
26. Hasil Wawancara Pertanyaan 6 <i>Planning</i> (Perencanaan)	64
27. Hasil Wawancara Pertanyaan 1 <i>Organizing</i> (Pengorganisasian)	66
28. Hasil Wawancara Pertanyaan 2 <i>Organizing</i> (Pengorganisasian).....	67
29. Hasil Wawancara Pertanyaan 2 <i>Organizing</i> (Pengorganisasian) (Tabel Lanjutan).....	68
30. Hasil Wawancara Pertanyaan 3 <i>Organizing</i> (Pengorganisasian)	69
31. Hasil Wawancara Pertanyaan 4 <i>Organizing</i> (Pengorganisasian)	70
32. Hasil Wawancara Pertanyaan 5 <i>Organizing</i> (Pengorganisasian)	71
33. Hasil Wawancara Pertanyaan 1 <i>Actuating</i> (Penggerakan)	71
34. Hasil Wawancara Pertanyaan 1 <i>Actuating</i> (Penggerakan) (Tabel Lanjutan)	72
35. Hasil Wawancara Pertanyaan 1 <i>Actuating</i> (Penggerakan) (Tabel Lanjutan)	73
36. Hasil Wawancara Pertanyaan 2 <i>Actuating</i> (Penggerakan)	74
37. Hasil Wawancara Pertanyaan 3 <i>Actuating</i> (Penggerakan)	75
38. Hasil Wawancara Pertanyaan 4 <i>Actuating</i> (Penggerakan)	76

39. Hasil Wawancara Pertanyaan 4 <i>Actuating</i> (Penggerakan) (Tabel Lanjutan)	77
40. Hasil Wawancara Pertanyaan 4 <i>Actuating</i> (Penggerakan) (Tabel Lanjutan)	78
41. Hasil Wawancara Pertanyaan 4 <i>Actuating</i> (Penggerakan) (Tabel Lanjutan)	79
42. Hasil Wawancara Pertanyaan 5 <i>Actuating</i> (Penggerakan)	80
43. Hasil Wawancara Pertanyaan 6 <i>Actuating</i> (Penggerakan).....	81
44. Hasil Wawancara Pertanyaan 1 <i>Controlling</i> (Pengawasan)	81
45. Hasil Wawancara Pertanyaan 2 <i>Controlling</i> (Pengawasan)	82
46. Hasil Wawancara Pertanyaan 2 <i>Controlling</i> (Pengawasan) (Tabel Lanjutan)	83
47. Hasil Wawancara Pertanyaan 2 <i>Controlling</i> (Pengawasan) (Tabel Lanjutan)	84
48. Hasil Wawancara Pertanyaan 3 <i>Controlling</i> (Pengawasan)	85
49. Hasil Wawancara Pertanyaan 1 Informan Pendukung	86
50. Hasil Wawancara Pertanyaan 2 Informan Pendukung	86
51. Hasil Wawancara Pertanyaan 3 Informan Pendukung	87
52. Hasil Wawancara Pertanyaan 4 Informan Pendukung	87
53. Hasil Wawancara Pertanyaan 4 Informan Pendukung (Tabel Lanjutan)	88
54. Hasil Wawancara Pertanyaan 5 Informan Pendukung	88
55. Hasil Wawancara Pertanyaan 5 Informan Pendukung (Tabel Lanjutan)	89
56. Hasil Wawancara Pertanyaan 6 Informan Pendukung	89
57. Hasil Rekap Penelitian	110
58. Hasil Rekap Penelitian <i>Key Informan</i> (Tabel Lanjutan)	111
59. Hasil Rekap Penelitian <i>Key Informan</i> (Tabel Lanjutan)	112
60. Hasil Rekap Penelitian <i>Key Informan</i> (Tabel Lanjutan)	113
61. Hasil Rekap Penelitian <i>Key Informan</i> (Tabel Lanjutan)	114
62. Hasil Rekap Penelitian <i>Key Informan</i> (Tabel Lanjutan)	115
63. Hasil Rekap Penelitian Informan Pendukung	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Presentase 10 Negara yang Sering Mendengarkan Podcast Tertinggi (Januari 2024)	2
2. Data Pengguna Media di Indonesia.....	3
3. Kerangka Pikir	11
4. Logo Radio Sonora 96.0 FM Lampung	47
5. Struktur Organisasi Radio Sonora Lampung	52
6. Halaman Media Sosial Instagram Radio Sonora Lampung	96
7. Konten pada Instagram Radio Sonora Lampung	96
8. <i>Brainstorming</i> di Rapat Tahunan Radio Sonora Lampung	102
9. <i>Schedule</i> Siaran Radio Sonora Lampung	102
10. Laporan dan Rencana Anggaran	103
11. Notulensi Rapat Tahunan Radio Sonora Lampung	103
12. Perencanaan <i>Chart</i> Sonora Indonesian Chart	103
13. Struktur Perusahaan Radio Sonora Lampung	104
14. <i>Running On Air</i> Program Radio Sonora Lampung	105
15. Pembuatan Konten Instagram Untuk Program Radio Sonora Lampung ..	105
16. Kumpulan Konten Penyiar di Laman Instagram	105
17. Live Instagram Penyiar Dengan Artis	106
18. Konten <i>Giveaway</i> di Instagram Radio Sonora Lampung	106
19. Respon <i>Followers</i> Instagram Radio Sonora Lampung	106
20. <i>Visit Talkshow On Air</i> Penyanyi Indonesia (Pamungkas)	107
21. Kegiatan <i>Off Air</i> Radio Sonora Lampung Bersama SD C-1000	107
22. Acara Kumpul Seluruh Tim Radio Sonora Lampung	107
23. Pengawasan <i>Song List</i> Oleh <i>Music Director</i>	108
24. Pengawasan <i>On Air</i> oleh <i>Program Director</i>	108
25. Catatan <i>Insight</i> Pendengar di Excel	109
26. Monitoring Oleh Radio Pusat	109
27. Monitoring Penyiar Oleh Radio Pusat	109

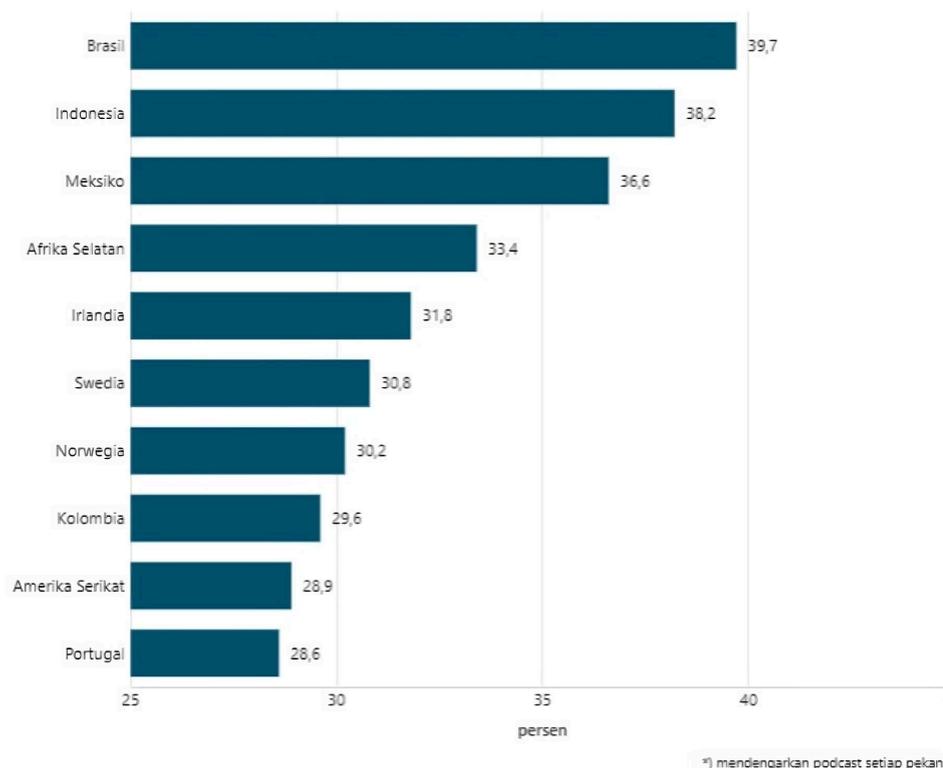
I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio adalah media massa yang mempunyai sejarah panjang dan merupakan bentuk pertumbuhan dari teknologi sebelumnya yang sudah ada, seperti telepon, telegraf, dan perekaman suara. Radio merupakan media yang masih dibutuhkan hingga saat ini di berbagai belahan dunia salah satunya di Indonesia. Bisa dibilang, “*Radio is the birth of broadcasting* (Radio merupakan anak pertama di dunia penyiaran)”. Radio dapat diartikan sebagai salah satu media komunikasi yang mana pesan yang disampaikan berupa suara yang diubah menjadi sinyal suara, kemudian sinyal tersebut dipancarkan dari sumber (*a sender*) dengan menggunakan antena pemancar yang akhirnya diterima oleh antena penerima.

Berdasarkan KPI (2018), data penetrasi media yang dikeluarkan oleh *Nielsen Consumer Media View* (Survei Nielsen Indonesia 2017), pada bulan September 2019 kuartal III menyebutkan bahwa radio menempati urutan keempat dengan penetrasi sebesar 37% di Indonesia setelah televisi yang masih memimpin dengan penetrasi 96%, media luar ruang dengan penetrasi 53%, internet 44%, dan media koran hanya 7% serta majalah dan tabloid hanya 3%. Berdasarkan data yang disajikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam *website* resminya (kemenparekraf.go.id), dijelaskan bahwa radio mengalami pertumbuhan 10,42 % pada tahun 2020 silam. Ditambah lagi dengan hasil temuan Nielsen yang menunjukkan hingga kuartal ketiga 2016, terlihat 57 % dari total pendengar radio justru berasal dari Generasi Z dan Milenial. Berdasarkan data tersebut, dari banyaknya pendengar, khususnya pada generasi ini, dapat memberikan harapan besar bagi radio di Indonesia, karena kedua kelompok usia ini disebut sebagai masa depan yang akan membuat radio tetap eksis.

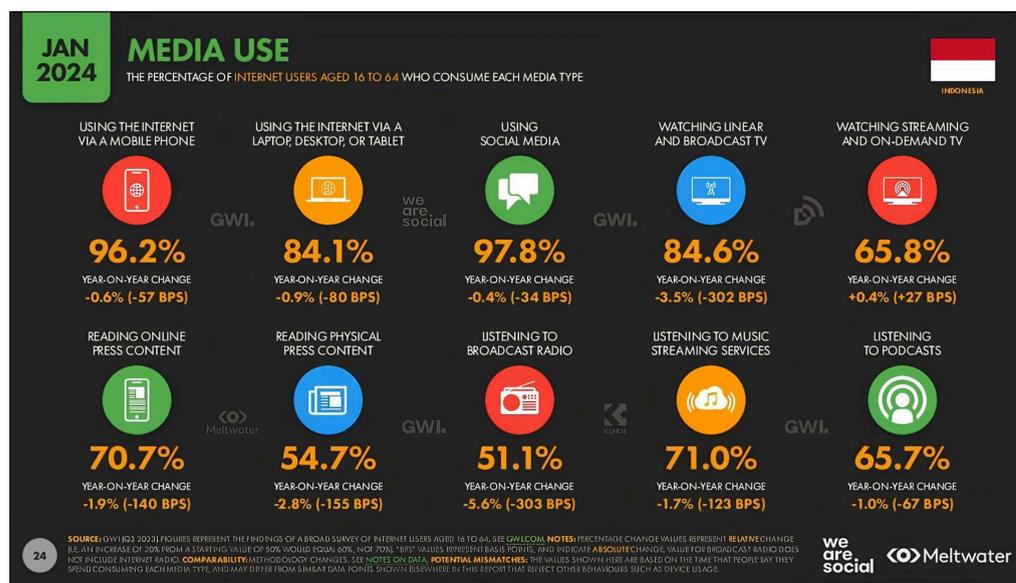
Sebelum adanya digitalisasi seperti saat ini, kehadiran dari salah satu media yaitu televisi membuat spekulasi bahwa radio akan tertinggal karena para konsumen yang awalnya menikmati radio, pada akhirnya akan beralih ke televisi yang memang memiliki keunggulan, yaitu menghasilkan audio-visual kepada para konsumen. Tetapi, seiring berjalannya waktu, kemunculan televisi tidak menjadi ancaman bagi radio karena radio pun akhirnya menemukan cara sendiri untuk bertahan, seperti contohnya dengan melakukan inovasi di radio tersebut. Inovasi tersebut yaitu memberikan pengalaman langsung kepada para pendengar untuk bisa berinteraksi dan bahkan bertemu langsung dengan penyiar yang biasanya hanya dapat mendengarkan suaranya di program radio. Selain televisi, saat ini yang menjadi pesaing dari radio adalah *platform* digital yang menyerupai radio seperti *podcast* dan sajian musik *on-demand* yang bisa diputarkan kapanpun dan dimanapun, asalkan terkoneksi dengan jaringan internet seperti di *platform* Spotify dan beberapa *platform* digital lainnya.



Gambar 1. Presentase 10 Negara yang Sering Mendengarkan Podcast Tertinggi (Januari 2024)

Sumber : databoks.katadata.co.id. 2022. *10 Negara dengan Persentase Pengguna Internet yang Sering Mendengarkan Podcast Tertinggi* diakses pada 29 Agustus 2024

Berdasarkan data tersebut, per Januari 2024, Indonesia menjadi negara yang penduduknya sering mendengarkan *podcast* tertinggi ke-2 dengan persentase 38,2 % per Januari 2024. Hal ini dapat menjadi salah satu tantangan bagi radio-radio yang ada di Indonesia untuk bertahan di era digital saat ini dikarenakan *podcast* biasanya disajikan melalui *platform* digital yang ada, seperti Youtube, Spotify, Joox, dan *platform* digital lainnya yang lebih mudah diakses oleh masyarakat. Di Indonesia sendiri, eksistensi dan jumlah pendengar radio terus menurun setiap tahunnya dikarenakan kemunculan media-media baru seperti sosial media dan internet. Menurut data dari wearesocial.com, pengguna dan pendengar radio di Indonesia memasuki urutan terbawah, yaitu 51,1% per Januari 2024. Dengan adanya hal ini, maka radio-radio di Indonesia termasuk Bandarlampung harus mempunyai strategi tersendiri untuk mempertahankan eksistensi dan mampu bersaing dengan sesama radio serta media baru di era digital saat ini.



Gambar 2. Data Pengguna Media di Indonesia

Sumber : rri.co.id. *Jumlah Pendengar Radio Semakin Tergerus* diakses pada 29 Agustus 2024

Meskipun hal-hal tersebut menjadi tantangan bagi radio-radio yang ada, tetapi radio memiliki berbagai kelebihan dibandingkan dengan media massa lainnya yang menyebabkan radio dianggap sebagai media yang tidak lekang oleh waktu dan mampu bertahan. Radio memiliki karakteristik yang tidak dapat dipisahkan dengan karakteristik manusia karena memberikan banyak kontribusi bagi

perkembangan komunikasi massa. Karakteristik radio memberikan manfaat yang unik. Kelebihan-kelebihan tersebut yaitu radio bersifat imajinatif yang membuat audiensnya harus membayangkan dan berimajinasi tentang hal yang sedang dibicarakan oleh penyiarinya, radio pun merupakan alat informasi yang efisien dan jika ada informasi terbaru, penyiar mampu menyiarkannya langsung saat itu juga. Selain itu radio notabene menggunakan indra pendengar sehingga tidak memerlukan kemampuan membaca atau menulis. Untuk mendengarkan radio pun, pendengar dapat juga melakukan kegiatan lainnya tanpa harus melihat visualnya dikarenakan radio merupakan media audio. Saat ini pun, radio sudah ada di *smartphone* yang membuat audiens dapat mendengarkan dimanapun tanpa harus menghubungkan dengan internet. Dengan memanfaatkan kelebihan-kelebihan tersebut, maka radio dapat bertahan di era digital saat ini asal disertai dengan manajemen penyiaran radio yang baik.

Perkembangan radio di Indonesia sendiri termasuk pesat. Berawal dari lahirnya Radio Republik Indonesia pada tanggal 11 September 1945 yang merupakan radio milik pemerintah dan berfungsi untuk menyuarakan kepentingan pemerintah dan negara saat itu. Setelah berdirinya Radio Republik Indonesia, seiring berjalannya waktu muncul radio-radio swasta lainnya. (kpi.go.id, 2017). Hal ini juga terjadi di Provinsi Lampung. Provinsi Lampung merupakan provinsi yang juga memiliki radio-radio yang beroperasi hingga saat ini. Pendengar radio di Provinsi Lampung juga terbilang cukup banyak. Hal ini dikarenakan berdasarkan data yang diambil dari Badan Pusat Statistik, jumlah pendengar radio di Lampung terdapat 61,79 % di tahun 2018. Ibukota Provinsi Lampung, Kota Bandarlampung, merupakan salah satu kota yang memiliki bermacam jenis radio seperti radio pemerintah, radio swasta lokal, radio swasta berjangkauan, radio komunitas, dan radio kampus. Berdasarkan data yang dikutip dari Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI), terdapat 16 radio swasta yang berdiri hingga tahun 2024 ini dan juga 4 radio milik pemerintah yaitu Radio Republik Indonesia.

Tabel 1. Radio yang Beroperasi di Bandar Lampung Tahun 2022-2024

No.	Nama dan Frekuensi Radio	Format Siaran	Segmentasi Pendengar
1.	Radio Batara (98.4 FM)	Genre : Dangdut Format : Informasi dan Hiburan	Anak Muda
2.	MQ FM (89.3 FM)	Genre : Religi (Islami) Format : Pendidikan Islami dan Hiburan	Segala tingkat usia
3.	Beoli FM (100.9 FM)	Genre : Pop Indonesia Format : Multi segmen	Anak Muda (15-30 Tahun)
4.	Heartline FM (91.7 FM)	Genre : Pop, rock, dan R&B Format : Berita dan Informasi	Dewasa muda dan keluarga
5.	Radar Lampung (99.2 FM)	Genre : Pop Indonesia Format : Berita dan Informasi	Anak Muda
6.	Radio Omega (105.1 FM)	Genre : Dangdut Format : Berita dan Informasi	Anak Muda
7.	RBK FM (104.30 FM)	Genre : Dangdut Format : Berita dan Informasi	Dewasa
8.	Radio Suara Wajar (96.8 FM)	Genre : Religi (Kristiani) Format : Berita dan Informasi Agama Kristen	Dewasa Muda
9.	Kharisma (105.9 FM)	Genre : Dangdut Format : Berita dan Informasi	Dewasa Muda
10.	Rajawali (95.2 FM)	Genre : Pop Indonesia Format : Berita dan Informasi	Anak Muda
11.	Andalas (102.7 FM)	Genre : Dangdut Format : Berita dan Informasi	Anak Muda
12.	Star FM (106.7 FM)	Genre : Pop Indonesia Format : Multi segmen	Anak Muda
13.	La Nugraha (97.6 FM)	Genre : Pop Indonesia Format : Berita dan Informasi	Dewasa Muda dan Keluarga
14.	Sai Radio (100.0 FM)	Genre : Pop Indonesia Format : Berita dan Informasi	Anak Muda
15.	Elshinta (99.6 FM)	Genre : Pop Indonesia Format : <i>News and Talk</i>	Dewasa Muda
16.	Sonora Lampung (96.0 FM)	Genre : Pop Indonesia Format : <i>News and Traffic</i> (Multi segmen)	Anak Muda dan Dewasa Muda (16-40 Tahun)
17.	RRI PRO 1 (90.9 FM)	Genre : <i>Oldies</i> Format : Berita dan Informasi Umum	Dewasa (40 Tahun ke atas)
18.	RRI PRO 2 (92.5 FM)	Genre : Pop Indonesia Format : Berita dan Informasi	Anak muda (12 sampai 25 tahun)
19.	RRI PRO 3 (87.7 FM)	Genre : Mix Format : Berita Lokal	Dewasa Muda
20.	RRI PRO 4 (88.5 FM)	Genre : Musik Daerah Format : Budaya Daerah	Dewasa Muda

Sumber : PRSSNI. 2024. Daftar Anggota Radio Indonesia diakses pada 29 Agustus 2024 & Diolah Peneliti

Tidak dapat dipungkiri, radio telah menjelma menjadi sebuah bisnis besar dalam *holding group*. Hal ini juga dilakukan oleh Kompas Gramedia sebagai salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia. Dalam industri penyiaran radio, Kompas Gramedia memiliki *Group of Radio* dengan nama *Magentic Network* (sebelumnya disebut dengan *Sonora Network*). Radio Sonora merupakan salah satu dari anak perusahaan Kompas Gramedia yang bernaung dalam *Group of Radio* Kompas Gramedia yang telah berkembang untuk melayani masyarakat di 21 kota di Indonesia. Sejarah Radio Sonora diawali dengan menjadi salah satu stasiun radio berjaringan yang berpusat di Jakarta dan mengudara dengan frekuensi 92.0 FM. Radio Sonora sendiri sudah berdiri sejak 8 Agustus 1972. Saat ini, Radio Sonora sudah menjadi jaringan nasional, yang meliputi : Salvatore Surabaya, Bikima Yogyakarta, Atmajaya Palembang, Sonora Pangkalpinang, Bornera Pontianak, Mercy Semarang, Ria Solo, Raka Bandung. Juga termasuk yang ada Serambi FM Aceh, B-Post FM Banjarmasin, Garantung FM Palangkaraya, Sumasli Purwokerto, Kalimaya Bhaskara Malang, dan jaringan Smart FM, serta di Bandarlampung sendiri yaitu Millenium Bandar Lampung dengan frekuensi 96.0 FM. (Sumber : sonora.co.id)

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Station Manager* Radio Sonora Lampung, Selvi Utami Ningsih, segmentasi pendengar dari Radio Sonora Lampung yaitu remaja hingga dewasa, pada kisaran 16-40 tahun (Wawancara pra-riset dengan Selvi Utami Ningsih, *Station Manager* Radio Sonora Lampung pada 19 Desember 2022). Hal ini menjadi sebuah keunggulan dari Radio Sonora Lampung dari sisi demografi pasar pendengar radio karena berdasarkan data dari Badan Perencanaan Pembangunan Nasional yang dikutip pada inews.id (9/12/2022), pada 2018, total populasi Indonesia sebesar 265 juta jiwa. Millennial Indonesia dan juga Gen Z atau penduduk berusia 16 sampai 40 tahun merupakan jumlah yang paling tinggi yaitu 90 juta jiwa. Jumlah tersebut membuat generasi millennial dan gen Z kerap kali menjadi tolak ukur dalam berbagai bidang. Tidak hanya di Indonesia, data Badan Pusat Statistik Kota Bandarlampung menunjukkan, penduduk kota ini juga di dominasi oleh generasi millennial (tahun kelahiran 1980 – 1999) yang berjumlah 269.227 jiwa. Hal ini

menjadi sebuah keunggulan dari Radio Sonora Lampung dari sisi demografi pasar pendengar radio.

Radio Sonora Lampung sendiri merupakan salah satu dari beberapa radio swasta berjaringan di Bandarlampung. Dalam menjalankan sistem radio berjaringan pada setiap radio memiliki sistem yang berbeda. Terdapat 2 jenis cara atau tipe dalam mengelola sistem radio berjaringan. Tipe pertama merupakan tipe dimana stasiun induk mengatur hampir 90% operasional stasiun radio perifer. Tipe selanjutnya adalah tipe stasiun radio dimana radio lokal diberikan hak otonomi untuk mengatur operasional radio dan dapat mengambil keputusan sendiri dalam beberapa bidang diantaranya seperti *marketing* program, perekrutan SDM dan sebagainya, tetapi dengan catatan tetap diawasi oleh radio induknya. Berdasarkan hasil wawancara pra-reset dengan Selvi Utami Ningsih, *Station Manager* Radio Sonora Lampung, Radio Sonora Lampung merupakan radio berjaringan dengan tipe kedua, yaitu mengatur dan mengambil keputusan sendiri dalam beberapa bidang tetapi tetap diawasi oleh radio induk yaitu Radio Sonora Jakarta. Dengan diberikannya hak otonomi kepada radio lokal dalam bidang tersebut, membuat radio lokal yang tergabung dalam radio berjaringan tentunya perlu menyusun aturan dan strategi tersendiri dalam mencapai tujuan yang diinginkan dalam bidang manajemen penyiaran.

Dalam pelaksanaan perusahaannya, Radio Sonora Lampung sendiri memiliki beberapa permasalahan yang sedang dihadapi saat ini, diantaranya yaitu banyaknya radio-radio pesaing yang memiliki segmentasi pendengar usia anak muda dan dewasa muda (16-40 tahun). Saat ini, Radio Sonora Lampung menjadi salah satu dari banyaknya radio berjaringan di Kota Bandarlampung yang memiliki demografi pendengar usia millennial. Nyatanya masih banyak radio-radio lainnya di Bandarlampung yang memiliki segmentasi pendengar usia millennial. Seperti contohnya, Radio Pro 2 FM Bandar Lampung, Sai Radio, Radio Andalas, dan lainnya. Hal ini menjadi salah satu ancaman bagi Radio Sonora Lampung dalam mempertahankan *audience* atau pendengar dan juga mempertahankan eksistensinya saat ini.

Berdasarkan penjelasan mengenai tantangan bagi Radio Sonora Lampung tersebut, maka diperlukan manajemen penyiaran yang baik bagi Radio Sonora 96.0 FM Lampung untuk bersaing dengan radio lainnya di Bandarlampung dan juga *platform* digital lainnya yang memberikan kemudahan kepada *audience* untuk mendapatkan lagu yang didengarkan serta konten menarik lainnya. Peneliti menjadikan Radio Sonora 96.0 FM Lampung sebagai objek penelitian dikarenakan Radio Sonora 96.0 FM Lampung merupakan salah satu radio yang digandrungi oleh beberapa masyarakat usia remaja hingga dewasa. Selain itu juga, Selvi Utami Ningsih, *Station Manager* dari Radio Sonora Lampung ini juga mengatakan bahwa Radio Sonora Lampung harus mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini supaya radio tidak punah dan juga tetap memiliki pendengar dengan beberapa inovasi-inovasi yang diberikan melalui manajemen penyiaran yang baik. (Wawancara pra-riset dengan Selvi Utami Ningsih, *Station Manager* Radio Sonora Lampung pada 19 Desember 2022) . Berdasarkan fakta tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen penyiaran yang baik sangat dibutuhkan dan diperlukan oleh Radio Sonora 96.0 FM Lampung dalam mempertahankan dan menjaga eksistensinya di era digitalisasi saat ini.

Berdasarkan uraian di atas, hal ini dapat menjadi suatu hal yang menarik untuk dikaji dan diteliti dalam mengetahui manajemen penyiaran radio seperti apa yang dilakukan oleh Radio Sonora Lampung dalam mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini. Sehingga, dapat diperoleh pandangan baru bagi masyarakat mengenai manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh Radio Sonora Lampung untuk bertahan dan menjaga eksistensinya saat ini dan tetap memiliki *audience* walaupun banyak *platform-platform* digital yang turut berkembang dan juga radio lainnya yang menjadi pesaing dari Radio Sonora Lampung.

Terkait dengan permasalahan yang diangkat, maka dari itu peneliti mengambil judul **“Manajemen Penyiaran Radio Sonora 96.0 FM Lampung dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital”**

1.2 Rumusan Masalah

Dengan berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : Bagaimanakah manajemen penyiaran yang dilakukan oleh radio Sonora 96.0 FM Lampung dalam mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang akan dikaji, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh Radio Sonora 96.0 FM dalam mempertahankan eksistensi di antara banyaknya *platform* digital yang berkembang dan persaingan antar radio di era digital saat ini.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis, yang mana kegunaan tersebut adalah sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Manfaat teoritis merupakan manfaat yang berkenaan dengan ilmu pengetahuan. Dalam hal ini, berkaitan dengan manajemen penyiaran dari sebuah radio dalam mempertahankan dan menjaga eksistensinya di era digital saat ini. Berkenaan dengan hal ini, maka dari itu diharapkan adanya penelitian ini, maka dapat memberikan perkembangan untuk kajian Ilmu Komunikasi juga dapat menjadi ilmu pengetahuan bagi peneliti dan pembaca khususnya mengenai manajemen penyiaran itu sendiri.

b. Secara Praktis

Penelitian ini secara praktis adalah, salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada tingkat strata satu (S1) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Lampung. Selain itu, diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat menjadi evaluasi bagi Radio Sonora

96.0 FM Lampung untuk memperbaiki dan membentuk manajemen penyiaran radio yang baik.

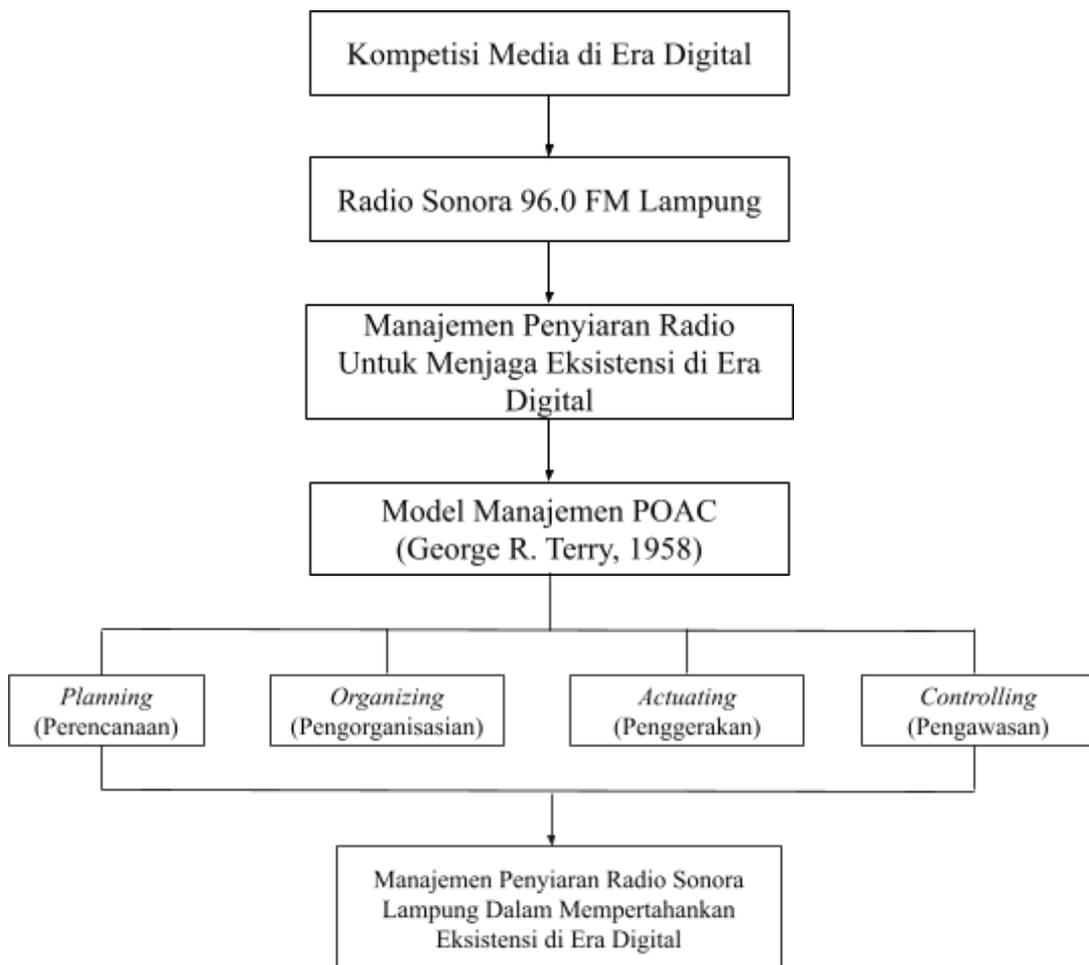
1.5 Kerangka Pikir

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membuat media-media konvensional harus mengikuti perkembangan tersebut. Pada era digital saat ini memudahkan setiap orang untuk mengakses internet. Hal ini membuat media konvensional harus berkompetisi dengan media baru. Hal ini menyebabkan persaingan yang ketat. Dengan adanya hal ini, media konvensional salah satunya radio harus melakukan suatu perubahan dan juga variasi untuk mengikuti era digital saat ini. Untuk bertahan di era digital saat ini, radio harus melakukan manajemen penyiaran yang baik. Dengan hal tersebut, maka radio tidak akan punah dan tetap bisa menjaga eksistensi serta bersaing dengan media-media baru seperti aplikasi musik internet, Youtube, sosial media, dan lain sebagainya bahkan dengan sesama radio lainnya.

Salah satu radio yang harus menghadapi kompetisi dengan radio lainnya dan juga media baru yaitu Radio Sonora Lampung. Dalam mempertahankan eksistensi dan dapat berkompetisi di era digital saat ini, Radio Sonora Lampung harus melaksanakan manajemen penyiaran radio dengan baik. Hal ini dikarenakan di Lampung khususnya Bandarlampung sendiri sudah banyak radio-radio yang berdiri dan juga bersaing dengan Radio Sonora Lampung. Selain itu, adanya media-media baru yang muncul dan memberikan inovasi untuk memudahkan pendengarnya mengakses konten dan program, menjadi salah satu tantangan bagi Radio Sonora Lampung dalam mempertahankan eksistensinya.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis bagaimana manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh Radio Sonora Lampung, dengan menggunakan model manajemen yang dikemukakan oleh George R. Terry (1958) yang biasa disebut teori POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*) Dari model manajemen POAC tersebut, terdapat empat fungsi

manajemen itu sendiri dan biasa digunakan oleh media penyiaran, salah satunya Radio Sonora Lampung untuk mempertahankan eksistensi di era digital saat ini. Maka dari itu, peneliti ingin menganalisis manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh Radio Sonora Lampung berdasarkan keempat fungsi model manajemen POAC menurut George R. Terry. Berikut merupakan kerangka pikir dalam penelitian ini :



Gambar 3. Kerangka Pikir

Sumber : Modifikasi Penulis

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti mengkaji lebih dalam mengenai manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh stasiun radio berjangkauan skala nasional dalam mempertahankan dan menjaga eksistensinya di era digital saat ini. Dalam kesempatan ini, peneliti memilih Radio Sonora 96.0 FM Lampung sebagai objek penelitian. Selain itu juga, untuk mempermudah penyusunan penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan sebagai perbandingan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini. Peneliti memilih tiga penelitian terdahulu yang relevan, diantaranya :

Penelitian yang pertama merupakan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss FM Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital” (2018) yang ditulis oleh Nurhasanah Nasution. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif. Fokus pada penelitian ini yaitu mengenai bagaimana gambaran strategi manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh radio swasta KISS FM dalam menghadapi persaingan informasi digital. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa segmen pasar pendengar radio KISS FM Medan adalah remaja yang berusia 15-25 tahun. Maka dari itu, untuk mengatasi persaingan dengan radio-radio lainnya, radio KISS FM tetap konsisten memutar *single-single* terbaru dan *up to date*. Radio KISS FM juga merambah ke media sosial, seperti juga merambah ke media sosial, seperti YouTube untuk mengadakan acara-acara khusus di radio seperti *interview* dengan artis-artis, dan juga melakukan *live streaming* jika ada acara *off air*. Selain itu juga terdapat *Standard Operational Procedure* (SOP) yang sangat penting agar tidak terjadi kesalahan informasi bagi stasiun radio siaran pada saat *on air* dan harus selalu dipatuhi, diantaranya yaitu *planning* (perencanaan produksi program acara), *collecting* (pengumpulan materi yang dibutuhkan dalam pelaksanaan siaran), *writing* (penulisan naskah

yang akan dibacakan dalam siaran), *mixing* (penggabungan materi suara dari penyiar dengan berbagai pendukung dan musik), *on air* (penayangan acara sesuai dengan *rundown* yang telah direncanakan), *evaluation* (proses evaluasi yang dilakukan sesuai siaran untuk menemukan hal-hal yang perlu dikoreksi).

Penelitian yang selanjutnya merupakan penelitian yang dilakukan oleh Nimas Parista Pancawati, Yulanda Trisula S.Y, Lalu Ahmad Rahmat dari Jurusan Ilmu Komunikasi dari Universitas Mataram. Penelitian ini berjudul “Strategi Manajemen Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram dalam Era Digital” (2018). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan beberapa langkah yaitu : Observasi, wawancara, dokumentasi, analisis data, dan penarikan kesimpulan. Pada penelitian ini, berfokus pada bagaimana strategi manajemen yang dilakukan oleh LPP RRI Mataram dalam menghadapi era digital. Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Mataram, memiliki strategi manajemen yang meliputi proses perencanaan, penganggaran, pelaksanaan, dan evaluasi strategi. Strategi manajemen yang ada diterapkan pada masing-masing bidang sesuai dengan urgensi bidang ini. Kemudian, untuk meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang, maka strategi yang digunakan yaitu seperti memberikan *reward* bagi karyawan yang berprestasi, dan dengan melakukan *Joint Branding* untuk menggaet *media partner*, serta meningkatkan kualitas SDM dengan memberikan pelatihan yang berkelanjutan.

Penelitian skripsi yang selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh A. Nila Kanti Nur dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar dengan judul “Upaya Manajemen Penyiaran Radio Gama 93,7 FM Dalam Menjaga Eksistensinya di Tengah Era Digital”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mana mengambil informan sebanyak 5 orang dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa upaya manajemen yang dilakukan oleh Radio Gama FM yaitu pertama dengan melakukan perencanaan dengan cara mengedepankan konten lokal dan dialek lokal, memberikan *given feedback* atau umpan balik kepada

pendengar Radio Gama itu sendiri, memanfaatkan media sosial yang sudah berkembang pada saat ini, memberikan informasi-informasi yang *up to date* dari nasional maupun mancanegara, serta menjalin kerjasama dengan klien yang ingin mempromosikan produk atau jasanya di Radio Gama. Kedua, melakukan pengorganisasian dengan cara membentuk pengelompokan-pengelompokan kegiatan kerja dan struktur organisasi sesuai dengan tugasnya masing-masing. Selanjutnya adalah memberikan pengarahan kepada karyawannya berupa motivasi, komunikasi, kepemimpinan, dan pelatihan. Keempat yaitu pengawasan terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan radio.

Penelitian yang menjadi salah satu referensi peneliti selanjutnya adalah penelitian skripsi yang dilakukan oleh Ramdlon Nur Rosyid dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung, Semarang. Penelitian ini berjudul “Strategi Kreatif Mempertahankan Eksistensi Lembaga Penyiaran Radio Rasika FM Ungaran di Era Digital” (2020). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Selain itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi yang dilakukan oleh radio Rasika FM dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi kreatif yang dilakukan oleh radio Rasika FM Ungaran mencakup pemilihan format dan isi program, menarik pendengar, mencari penyiar sesuai format siaran, melakukan strategi penemuan ide, perencanaan, dan persiapan dalam pra-produksinya untuk memperkuat konten pembawaan program. Selain itu juga, peneliti menarik kesimpulan bahwa di dalam produksi program musik strategi kreatif tertuju pada konten siar yang memuat seputar informasi dengan pendekatan dari penyiar kepada pendengar menggunakan media interaksi diantaranya yaitu Whatsapp dan memutar lagu-lagu *up to date* serta bekerjasama dengan pihak label dengan menggunakan media sosial instagram, twitter, dan facebook sebagai media promosi.

Penelitian terakhir yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi adalah penelitian skripsi yang dilakukan oleh Siti Azalia Filbert dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Stasiun Radio Berjaringan di Bandar Lampung dalam Mendapatkan Pengiklan (Studi Pada Radio Berjaringan Sonora Lampung)” (2022). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini berfokus untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi pemasaran stasiun radio berjaringan Sonora Lampung dalam mendapatkan pengiklan di era digital. Menurut hasil penelitian, Radio Sonora Lampung mendapatkan pengiklan dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran *advertising, sales promotion, public relations, personal selling, dan direct marketing*. Dari penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat 2 strategi yang paling sering digunakan yaitu strategi komunikasi pemasaran promosi penjualan dan penjualan personal. Dari kedua strategi ini, mampu menarik minat pengiklan karena terlihat dari pemasukan yang signifikan jika dibandingkan dengan strategi lainnya. Ketiga strategi lainnya masih digunakan tetapi tidak sesering kedua strategi yang lain dikarenakan kurangnya SDM dan kapasitas pribadi dari para karyawan serta beberapa aturan yang diberikan oleh radio pusat jaringan. Berikut merupakan tabel perbedaan penelitian :

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

1.	Judul Penelitian	Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta KISS FM Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital (2018)
	Penulis	Nurhasanah Nasution, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
	Bentuk Penelitian	Jurnal
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen penyiaran swasta KISS FM dalam menghadapi persaingan informasi digital.
	Metode Penelitian	Metode yang digunakan melalui pendekatan kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif
	Hasil Penelitian	Segmen pasar pendengar radio KISS FM Medan yaitu remaja usia 15-25 tahun. Remaja merupakan sasaran yang strategis untuk bisnis radio. Untuk mengatasi persaingan dengan radio-radio di zaman sekarang, radio KISS FM konsisten memutar <i>single</i> terbaru dan juga yang <i>up to date</i> . Selain itu juga, radio KISS FM sudah merambah ke media sosial, seperti youtube. Manajemen radio KISS FM Medan, sudah <i>all in one</i> dengan melakukan siaran melalui <i>on air, off air, dan siaran online</i> atau <i>live streaming</i>

Tabel 3. Penelitian Terdahulu (Tabel Lanjutan)

	Kontribusi Bagi Peneliti	Penelitian ini memberikan kontribusi mengenai strategi manajemen penyiaran radio dalam menghadapi persaingan informasi di era digital
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini berfokus bagaimana radio swasta KISS FM Medan membentuk strategi manajemen persaingan konten atau informasi kepada masyarakat di era digital saat ini. Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu konten atau informasi yang diberikan radio swasta KISS FM Medan. Sedangkan penulis berfokus pada manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh radio Sonora 96.0 FM Lampung untuk menjaga dan mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini.
2.	Judul Penelitian	Strategi Manajemen Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram dalam Era Digital (2018)
	Penulis	Nisma Parista Pancawati, Yulanda Trisula S. Y, Lalu Ahmad Rahmat, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas 45 Mataram
	Bentuk Penelitian	Jurnal
	Tujuan Penelitian	Mengetahui strategi manajemen LPP RRI Mataram dalam menghadapi era digital.
	Metode Penelitian	Metode yang digunakan menggunakan deskriptif kualitatif
	Hasil Penelitian	Strategi manajemen LPP RRI Mataram menggunakan analisis SWOT, meliputi memahami pangsa pasar dengan menyajikan tayangan yang menarik dan diminati masyarakat, memaksimalkan dan memperluas jaringan kerjasama dengan berbagai instansi, memanfaatkan hubungan dengan pemerintah, mengadakan suatu program acara untuk pendengar, memberikan reward bagi karyawan yang berprestasi, meningkatkan kualitas SDM dengan memberikan pelatihan yang berkelanjutan, melakukan <i>joint</i> branding, menambah segmentasi program 2 dan lain sebagainya.
	Kontribusi Bagi Peneliti	Penelitian ini memberikan kontribusi mengenai strategi-strategi yang dilakukan oleh Radio Republik Indonesia Mataram di era digital.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian ini yaitu manajemen radio yang dilakukan oleh Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram yang notabene merupakan Lembaga Penyiaran Publik, sedangkan diambil oleh peneliti yaitu Radio Sonora 96.0 FM Lampung yang merupakan Lembaga Penyiaran Swasta Berjaringan yang pastinya memiliki perbedaan yang signifikan dalam manajemen yang dilakukan.
3.	Judul Penelitian	Upaya Manajemen Penyiaran Radio Gama 93,7 FM Dalam Menjaga Eksistensinya di Tengah Era Digital (2020)
	Penulis	A. Nila Kanti Nur. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Muhammadiyah Makassar
	Bentuk Penelitian	Skripsi
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui upaya manajemen Radio Gama FM dalam menjaga eksistensinya di tengah era digital
	Metode Penelitian	Menggunakan metode deskriptif kualitatif
	Hasil penelitian	Upaya manajemen Radio Gama FM dalam menjaga eksistensinya dengan cara melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan juga melakukan pengawasan
	Kontribusi Bagi Peneliti	Penelitian ini memberikan kontribusi untuk menambah referensi peneliti mengenai bagaimana upaya manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh Radio Gama 93,7 FM

Tabel 4. Penelitian Terdahulu (Tabel Lanjutan)

	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian yang ada pada penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti kaji ialah objek dari penelitian ini. Objek pada penelitian ini yaitu Radio Gama 93,7 FM yang tidak berbentuk radio berjaringan sedangkan objek penelitian yang hendak diteliti oleh peneliti yaitu salah satu radio swasta berjaringan di Bandarlampung yaitu Radio Sonora 96,0 FM Lampung.
4.	Judul Penelitian	Strategi Kreatif Mempertahankan Eksistensi Lembaga Penyiaran Radio Rasika FM Ungaran di Era Digital
	Penulis	Ramdlon Nur Rosyid. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Bahasa & Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung, Semarang
	Bentuk Penelitian	Skripsi
	Tujuan Penelitian	Mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan radio Rasika FM dalam mempertahankan eksistensinya di era digital
	Metode Penelitian	Menggunakan analisis deskriptif kualitatif
	Hasil Penelitian	Dalam produksi program musik strategi kreatif tertuju pada konten siar yang memuat seputar informasi dengan segmentasi pendengar anak muda, dewasa dengan produksi program melalui pendekatan dari penyiar menggunakan media interaksi whatsapp dan memutar lagu –lagu <i>up to date</i> serta bekerjasama dengan pihak label dan menggunakan media sosial instagram, twitter, facebook sebagai media promosi.
	Kontribusi Bagi Peneliti	Kontribusi dari penelitian ini yaitu memberikan referensi mengenai strategi-strategi kreatif dalam mempertahankan eksistensi yang dilakukan oleh Lembaga Penyiaran Radio Rasika FM Ungaran di Era Digital
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu penelitian ini berfokus pada strategi kreatif dalam mempertahankan eksistensi di era digital. Objek penelitian yang diteliti pun berbeda, pada penelitian ini objek yang diteliti yaitu Lembaga Penyiaran Radio Rasika FM Ungaran. Sedangkan objek penelitian yang diteliti oleh penulis adalah Radio Sonora 96.0 FM Lampung.
5.	Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Pemasaran Stasiun Radio Berjaringan di Bandarlampung dalam Mendapatkan Pengiklan (Studi Pada Radio Berjaringan Sonora Lampung) (2022)
	Penulis	Siti Azalia Filbert. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung
	Bentuk Penelitian	Skripsi
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran stasiun radio berjaringan Sonora Lampung dalam mendapatkan pengiklan di era digital
	Metode Penelitian	Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif
	Hasil Penelitian	Radio Sonora Lampung dalam mendapatkan pengiklan menggunakan strategi komunikasi pemasaran <i>advertising, sales promotion, public relations, personal selling, dan direct marketing</i>
	Kontribusi Bagi Peneliti	Dalam penelitian ini, mampu memberikan kontribusi bagi peneliti mengenai bagaimana radio berjaringan berjalan, dikarenakan objek penelitiannya sama yaitu Radio Sonora Lampung.

Tabel 5. Penelitian Terdahulu (Tabel Lanjutan)

5.	Perbedaan Penelitian	Perbedaan pada penelitian ini, yaitu pembahasan yang diteliti. Pada penelitian ini, yang diteliti oleh penulis adalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Radio Sonora Lampung dalam mendapatkan pengiklan, sedangkan untuk penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini, membahas mengenai manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh Radio Sonora Lampung
----	-----------------------------	---

Sumber : Diolah peneliti dari berbagai sumber
(digilibadmin.unismuh.ac.id, umsu.ac.id, semanticscholar.org,
dan repository.upi.ac.id, unila.ac.id)

2.2 Perkembangan Radio di Era Digital

Radio merupakan salah satu media massa yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Banyak hal yang menjadikan radio sebagai primadona pada saat ini, salah satunya dikarenakan radio dapat menghasilkan hiburan ataupun informasi. Karakteristik radio yang membuat pendengar merasa informasi dan hiburan yang diterima lebih spesifik. Perkembangan zaman membuat media radio semakin terpinggirkan tetapi tetap memiliki peminatnya di beberapa penjuru. Hal ini dikarenakan munculnya *platform-platform* yang menggantikan radio seperti *Podcast*, akun-akun yang memudahkan dalam mendengarkan musik dan lain sebagainya yang dianggap lebih praktis penggunaannya dibandingkan penggunaan radio. Selain itu juga, terdapat kemajuan teknologi audio visual yang ditandai dengan munculnya televisi pun membuat radio perlahan bergeser. Kelebihan visual membuat televisi disukai oleh berbagai kalangan.

Dengan beberapa hal tersebut, tidak sedikit individu yang menganggap bahwa era radio akan segera berakhir di era digital saat ini. Hal ini dikarenakan penurunan pendapatan iklan serta pendengar yang beralih ke media baru. Tetapi terdapat juga beberapa pendapat bahwa radio tidak akan mati, namun berkembang seiring perkembangan zaman dengan cara menyesuaikan terhadap kondisi saat ini. Melihat hal ini, dengan menyesuaikan dengan kondisi saat ini justru dapat mendukung radio untuk berkembang dan tetap menjadi media massa pilihan bagi setiap individu.

Menurut Survei Nielsen dari 8.400 orang di 11 kota di Indonesia, pada saat ini radio masih didengarkan oleh 20 juta orang dengan rata-rata durasi 139 menit per hari. Berdasarkan data Nielsen Radio Audience Measurement kuartal ketiga 2016, seiring bertumbuhnya media online pada saat ini, jumlah waktu individu mendengarkan radio per minggunya bertumbuh dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014, pendengar radio menghabiskan waktu 16 jam untuk mendengarkan radio per minggunya, 2015 bertambah menjadi 16 jam 14 menit per minggunya, sedangkan riset akhir di tahun 2016 naik 4 menit menjadi 16 jam 18 menit. Bila dikategorisasikan berdasarkan usianya, Generasi X (35-49 tahun) menempati urutan teratas dengan durasi mendengarkan radio selama 18 jam setiap minggunya. Sedangkan usia 50-56 tahun atau biasa disebut dengan *Baby Boomers* mendengarkan radio selama 17 jam 20 menit, *silent generation* (65 tahun ke atas) selama 16 jam 22 menit, dan millennial (15-34 tahun) selama 15 jam 37 menit (nielsen.com. 2016. *Radio Masih Memiliki Tempat di Hati Pendengarnya* diakses pada 15 Februari 2023).

Persaingan yang begitu ketat inilah membuat segala hal yang berbasis konvensional harus melakukan beberapa inovasi dan berkreasi untuk menyesuaikan zaman. Di era digital ini media konvensional seperti radio harus beralih ke media digital. Peralihan inilah yang dapat dilihat dengan adanya radio-radio yang didengarkan secara online melalui *website* dengan cara *streaming*. Selain itu juga beberapa radio sudah menerapkan dan memanfaatkan *platform* media sosial untuk mempromosikan program-program dari radio tersebut. Bahkan saat ini pun, beberapa radio sudah membuat aplikasi khusus yang diunggah melalui *smartphone*. Dengan melakukan beberapa hal ini dan terus menyesuaikan diri dengan perubahan zaman, media konvensional seperti radio pun dapat eksis dan tetap bertahan di era digital saat ini.

2.3 Manajemen Penyiaran Radio di Era Digital

Dalam dunia penyiaran radio, terdapat pula manajemen yang harus dilaksanakan. Menurut Stoner sendiri, manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha

para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Manajemen sangat diperlukan di dunia penyiaran karena hal ini merupakan salah satu bagian dari pengelolaan bisnis media penyiaran. Hal ini merupakan salah satu hal yang paling sulit dan paling menantang dibandingkan dengan jenis industri lainnya. Mengelola media penyiaran pada dasarnya bisa disamakan dengan mengelola manusia. Keberhasilan dari suatu media penyiaran pun dilihat dari kreativitas manusia yang bekerja di tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital yang dimiliki setiap media penyiaran, diantaranya yaitu teknik, program, dan pemasaran.

Sedangkan menurut Wahyudi (2016 : 39) menyatakan bahwa manajemen penyiaran merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian suatu kegiatan penyiaran yang dilakukan secara proporsional dan profesional untuk mencapai target atau sasaran yang telah ditentukan dan terdiri atas :

1. Perencanaan (*planning*) yang merupakan penyiapan rencana dan strategi yang akan dikerahkan guna mencapai tujuan perusahaan penyiaran. Dalam tahapan ini, harus sudah tahu tentang apa yang akan dilakukan, kapan, bagaimana, dan siapa yang akan menjalankan rencana tersebut. Radio harus memiliki visi dan misi perusahaan yang menjadi acuan pembuatan sebuah rencana perusahaan.
2. Pengorganisasian (*Organizing*) yang mencakup tanggung jawab dalam menjalankan sebuah radio dan terbagi menjadi dua kategori, yaitu manajemen penyiaran dan pelaksanaan operasional penyiaran.
3. Kepemimpinan memiliki fungsi untuk mengarahkan dan memberikan pengaruh memiliki tujuan agar merangsang antusiasme karyawan dalam menjalankan tanggung jawab kerja secara efektif. Fungsi mempengaruhi atau mengarahkan fokus pada stimulasi karyawan dalam melaksanakan tanggung jawab yang dimiliki secara antusias dan efektif (Peter Pringle, 1991)

4. Pengawasan (*Controlling*) hal ini dilakukan berdasarkan kinerja karyawan yang bisa diukur agar penilaian berjalan secara efektif.

Hal yang menjadi salah satu faktor tersulit yang harus dihadapi oleh media apapun itu termasuk penyiaran yaitu digitalisasi. Digitalisasi merupakan salah satu aspek yang berdampak di berbagai aspek bidang kehidupan. Salah satunya dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi. Digitalisasi pada saat ini melahirkan berbagai kemajuan pada media baru. Semakin canggih teknologi yang ada saat ini, membuat setiap individu merasakan efisiensi dalam mengakses informasi. Salah satu media yang mendapatkan dampak dari digitalisasi ini yaitu radio. Radio merupakan salah satu media komunikasi tertua pada saat ini. Di tengah era digital saat ini, radio harus tetap mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat. Salah satu upaya dari kerja keras radio untuk mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini yaitu dengan beradaptasi. Jika radio beradaptasi maka masih akan ada radio yang bertahan di era digital saat ini.

Radio akan bertahan jika tidak didengarkan secara kuno, tetapi juga dialirkan melalui situs web. Manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh radio sangat berpengaruh di era digital saat ini. Salah satu caranya yaitu dengan mengunggulkan program-program dari radio itu sendiri. Selainn dialirkan melalui situs web, produser yang kreatif dan inovatif serta penyiar yang bisa menyajikan program yang kreatif dan inovatif maka dapat membuat radio bertahan. Selain itu juga, manajemen penyiaran dari seorang penyiar pun sangat dibutuhkan yaitu seorang penyiar harus bisa menyajikan program yang nyaman dan menarik. Dengan hal tersebut, maka radio dapat bertahan dan tetap eksis di era digital saat ini.

2.4 Radio Berjaringan di Era Digital

Stasiun radio berjaringan atau bisa disebut stasiun induk merupakan stasiun penyiaran yang menyediakan program. Stasiun induk pada dasarnya memiliki wilayah siaran sehingga stasiun induk tidak dapat menyiarkan programnya

tanpa bekerja sama dengan stasiun lokal yang memiliki wilayah siaran. Head dan Sterling (1982) sendiri mendefinisikan jaringan sebagai dua atau lebih stasiun yang saling berhubungan melalui relay (kawat, kabel, gelombang mikro terrestrial, satelit) yang memungkinkan terjadinya penyiaran program secara serentak. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa stasiun berjaringan merupakan stasiun penyiaran yang saling berhubungan untuk dapat menyiarkan program secara serentak. Tetapi terdapat beberapa ketentuan untuk bisa disebut sebagai stasiun berjaringan, mulai dari ketentuan jumlah minimal stasiun penyiaran yang mau bergabung untuk membentuk suatu jaringan penyiaran. Jumlah minimal yang sudah ditentukan ini harus terpenuhi terlebih dahulu supaya stasiun berjaringan ini sah di mata hukum. Maka dari itu Head dan Sterling pun menambahkan bahwa stasiun jaringan harus membentuk jaringan minimal yang diakui secara hukum.

Sistem penyiaran radio berjaringan pertama kali diterapkan oleh Amerika Serikat, yang mana sejumlah radio lokal bergabung untuk menyiarkan program secara bersama-sama. Berbagai stasiun radio pada awalnya memiliki wilayah siaran terbatas di wilayah atau lokalnya masing-masing dan hanya melayani komunitas. Selain itu juga, masyarakatnya masing-masing dapat melakukan siaran bersama sehingga membentuk wilayah siaran yang lebih luas. Tidak hanya stasiun penyiaran radio, tetapi juga stasiun jaringan ini juga diikuti oleh stasiun televisi. (Morissan, M.A. : 114-116). Di Indonesia sendiri, stasiun radio berjaringan kini berubah dan berkembang mengikuti perkembangan zaman. Salah satu perubahan yang dapat dinikmati masyarakat adalah era digital dan konvergensi media dengan sistem jaringan ini. Hal ini menjadi sebuah keuntungan bagi radio digital saat ini. Menurut Kepala Badan Litbang SDM Kementerian Kominfo, Basuki Yusuf Iskandar, jika disikapi serius oleh praktisi industri radio Indonesia di era digital saat ini, peluangnya sangat besar bagi sistem radio berjaringan dikarenakan lebih menarik banyak jumlah pendengar dan secara teknis lebih efisien serta menguntungkan.

Kemunculan teknologi digital di era digitalisasi saat ini bisa membuat banyak stasiun radio di Indonesia menyediakan fasilitas penyiaran *streaming* audio

bagi para pendengar. Dengan fasilitas ini, tentu saja siaran radio tidak hanya didengarkan oleh para pendengar di wilayah jangkauan frekuensi tetapi juga kepada pendengar di seluruh dunia yang terkoneksi internet. Saat ini di Indonesia pun sudah terdapat beberapa radio berjaringan yang menggunakan fasilitas *streaming* di internet untuk memudahkan para pendengar mengakses radio tersebut, salah satu contohnya yaitu Radio Sonora. Hal ini merupakan salah satu dampak positif dari era digital terhadap stasiun radio berjaringan.

2.5 Kompetisi Media Penyiaran Radio di Era Digital

Tahun 1990-an menjadi penanda revolusi pada teknologi komunikasi. Revolusi ini ditandai dengan hadirnya peran internet sebagai media baru. Tidak sampai 20 tahun terjadilah pergeseran paradigma media yang bersifat global dan sangat fundamental. Pergeseran itu menyangkut produksi, penyimpanan, dan penyebaran informasi digital secara global melalui jaringan internet (online). Melalui jaringan ini, setiap komputer mampu menerima dan mengirim teks, gambar, audio, dan video dengan cepat dan murah. Inti dari teknologi digital ini adalah proses perubahan segala bentuk informasi (teks, suara, dan gambar) di *encode* ke dalam kode berisi digit 0 dan 1 (flew, 2002: 17 dalam Sri Hastjarjo). Teknologi digital ini melahirkan majalah digital, koran digital, hingga video digital.

Perkembangan teknologi ke arah serba digital saat ini semakin pesat. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan pekerjaan.

Pada era global saat ini, terjadi persaingan yang sangat ketat di industri media. Bukan hanya pada media massa tetapi berlangsung juga pada media yang berbeda pada saat ini. Kompetisi yang terjadi bukan hanya memperebutkan iklan dari *stakeholder* melainkan juga khalayak yang menjadi sasaran media

dan kompetisi di bidang konteks atau isi dari program media tersebut. Keberhasilan dari suatu media di era digital saat ini menuntut media-media tersebut untuk menyusun strategi bisnis demi bersaing dengan media-media lainnya. Keberhasilan pengelola media dalam menyusun strategi bisnis ini juga memberikan peluang stasiun radio bisa bertahan atau tidak dari persaingan ini. Dengan media internet di era digital saat ini, banyak media yang berbondong-bondong untuk pindah haluan. Semakin canggihnya teknologi digital masa kini, semakin membuat perubahan besar terhadap dunia. Maka dari itu, banyak media yang beralih ke media internet untuk berkompetisi di era digital saat ini. Hal ini dikarenakan berbagai kalangan telah dimudahkan untuk mengakses suatu informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas dan tidak terkendali.

Meskipun begitu, radio masih tetap eksis di era digital saat ini. Tetapi, adaptasi dan inovasi sesuai dengan perkembangan zaman terus dibutuhkan agar tetap bertahan. Hal ini dikarenakan, menurut laporan dari We Are Social 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta orang atau sekitar 73,7 persen dari total penduduk. Meningkat 15,5 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Lebih dari separuh penduduk usia dewasa telah menikmati konten digital melalui media internet lainnya melalui Youtube, aplikasi pemutar musik daring (seperti Spotify, Joox, Resso, dll), media sosial, dan Podcast setiap bulan. Hal tersebut menjadi tantangan bagi media konvensional seperti radio. Menghadapi transformasi digital, radio terus bertahan dan beradaptasi dengan berbagai strategi. Dengan kanal-kanal media baru, radio harus berkompetisi lebih untuk mempertahankan eksistensinya.

Meskipun banyak media-media internet yang bermunculan saat ini, radio masih diminati oleh masyarakat karena saat ini radio beradaptasi dengan cara menyediakan layanan *streaming* stasiun radio. Dalam laporan lainnya dari We Are Social, di tahun 2021, sekitar 52,1 persen masyarakat berusia 16 sampai 64 tahun masih mendengarkan siaran radio secara *streaming* setiap bulannya. Penikmat program-program radio juga tidak terbatas usia atau generasi. Gen Z

dan gen Y atau milenial juga rutin mendengarkan radio. Kelompok ini mengisi 35,7 persen proporsi pendengar radio. Sisanya 64,3 persen pendengar radio terdiri dari gen X, baby boomers, dan silent gen dengan proporsi terbesar pada gen X, yaitu 48,2 persen.

Dengan berkembangnya teknologi digital, program siaran tidak hanya dapat dinikmati melalui perangkat radio tradisional. Siaran radio kini bisa didengarkan di gawai. Bahkan, ada aplikasi radio yang menyiarkan semua frekuensi stasiun radio dan aplikasi khusus masing-masing stasiun radio. Siaran radio juga bisa dinikmati melalui situs internet tertentu. Inovasi-inovasi tersebut memudahkan pendengar mengakses siaran dengan lebih bebas. Jadi dapat disimpulkan bahwa radio masih bisa berkompetisi dengan media-media internet lainnya yang menjadi pesaing di era digital saat ini.

2.6 Eksistensi Penyiaran Radio di Era Digital

Di era digital saat ini, terdapat berbagai perkembangan dari segala bidang. Salah satu aspek yang mengalami perkembangan yaitu media. Teknologi yang berkembang pesat ini membuat industri media berkembang. Media massa baru (*new media*) sudah banyak bermunculan saat ini dan digunakan oleh masyarakat luas dikarenakan keunggulan yang diberikan yaitu praktis dan fleksibel. Tidak menutup kemungkinan digitalisasi media ini mampu menggeser media konvensional saat ini. Digitalisasi media yang terus berkembang membuat bisnis radio frekuensi FM di Indonesia, khususnya yang berada di daerah mengalami penurunan. (kominform.go.id. *Bisnis Radio Frekuensi Turun Akibat Tergerus Digitalisasi Media* diakses pada 22 Juli 2023).

Salah satu media konvensional yang turut mengikuti perkembangan zaman dan merambah ke dunia digital adalah radio. Perkembangan media di era digital saat ini sangat mempengaruhi eksistensi media konvensional yang lebih dahulu muncul. Menurut Sjafriz dan Prasanti (2016:3-4), eksistensi sendiri diartikan sebagai keberadaan. Dimana keberadaan yang dimaksud

adalah adanya pengaruh atas ada atau tidaknya sesuatu. Definisi eksistensi memiliki makna yang luas cakupannya. Tetapi dalam penelitian ini, eksistensi yang dimaksud adalah eksistensi dari sebuah radio di era digital saat ini. Eksistensi yang dilihat merupakan dari sudut pandang apakah radio masih terlihat keberadaannya saat ini meskipun banyak media-media baru yang berkembang. (eprints.umm.ac.id. *Definisi Eksistensi* diakses pada 22 Juli 2023)

Saat ini sudah banyak radio yang menggunakan dapat diakses melalui internet dengan konsep *streaming*. Hal ini merupakan salah satu bukti dari perkembangan radio mengikuti digitalisasi saat ini. Pengguna radio dapat mengakses siaran radio secara *online* salah satunya melalui *streaming* dan media sosial sehingga masih terdapat komunikasi antara khalayak dengan media massa terjalin dengan efektif (Nasrullah, 2015). Berdasarkan data yang dihimpun oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), pengguna internet yang memanfaatkan internet untuk menggunakan radio masih memiliki presentasi yang sedikit dibandingkan dengan konsumsi konten lainnya di internet. (Lathifah, Khansa & Ismidianto. (2021). *Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital dan Covid-19*. Jurnal Riset Komunikasi, 4(1) : 130-142 dari jurnalrisetkomunikasi.org diakses pada 22 Juli 2023)

Meskipun begitu, radio masih bisa tetap bertahan dan eksis dan tetap dilihat keberadaannya dikarenakan beberapa hal, diantaranya yaitu radio masih menjadi garda terdepan dalam menyampaikan informasi secara aktual dan faktual. Radio juga menjadi penyampai informasi yang terbebas dari hoax yang sering muncul dalam media baru salah satu contohnya yaitu internet. Hal ini dikarenakan radio mendapatkan informasi langsung dari narasumber melalui bentuk siaran langsung atau rekaman. (sindonews.com). Selain itu salah satu alasan yang membuat radio tetap bertahan dan diakui keberadaannya atau eksis dikarenakan pendengar radio banyak yang menikmati program radio sebagai kebutuhan informasi atau berita. Radio masih menjadi sumber informasi akurat yang dibutuhkan oleh publik. Radio

yang bisa mempertahankan eksistensinya pun rutin menyiarkan berita terbaru atau informasi yang bersifat kedaruratan seperti informasi lalu lintas, bencana, atau peristiwa tertentu lainnya. Selain itu yang membuat radio tetap bisa mempertahankan eksistensinya dikarenakan program radio menjadi hiburan tersendiri bagi pendengarnya. Pendengar bebas mengimajinasikan suara yang disiarkan melalui radio. Beberapa ciri khas ini yang dipertahankan oleh banyak radio untuk menarik perhatian khalayak di tengah persaingan media dan juga digitalisasi saat ini.

Dari beberapa penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa radio masih tetap berdiri dan mempertahankan eksistensinya jika memiliki ciri khas yang telah dijelaskan sebelumnya. Bagaimana radio dapat bertahan melalui perubahan dan inovasi menjadi salah satu kekuatan bagi radio untuk tetap eksis di tengah era digital saat ini.

2.7 Landasan Teori

a. Model Manajemen POAC

George R. Terry (Sukarna, 2011 : 10) memberikan pendapat bahwa terdapat empat fungsi dasar pada manajemen yang biasa disebut Model Manajemen POAC. Model Manajemen POAC tersebut diantaranya *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), dan *Controlling* (Pengawasan). Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, manajemen dibagi menjadi empat fungsi dasar, yaitu :

1. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan (*objectives*) media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perencanaan harus diputuskan apa yang dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya. Perencanaan dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan, serta periode sekarang pada saat rencana dibuat (Morissan, M.A., 2008 : 138). Perencanaan

yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi di waktu yang akan dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan, serta periode sekarang pada saat rencana dibuat.

Dalam manajemen penyiaran radio, untuk memulai kegiatan dan membuat keputusan harus ditetapkan tujuan karena tujuan merupakan suatu hasil akhir, titik akhir, atau segala sesuatu yang akan dicapai. Setiap tujuan kegiatan juga dapat disebut dengan sasaran (*goal*) atau target. Tetapi hal penting sebelum organisasi menentukan tujuan, harus ditentukan terlebih dahulu visi dan misi atau maksud dari organisasi tersebut. Dalam penerapan tujuan, pengelola media penyiaran harus mengacu kepada pertanyaan misi (*mission statement*) dari organisasi atau perusahaan tersebut.

Perencanaan adalah suatu proses yang tidak berakhir. Bila rencana sudah ditetapkan, maka rencana harus diimplementasikan. Selama proses implementasi dan pengawasan, rencana-rencana mungkin memerlukan modifikasi agar tetap berguna. Adapun proses perencanaan dan penetapan program penyiaran menurut George L. Morrisey (1982) , mencakup langkah-langkah sebagai berikut (Morissan, M.A., 2008 : 145-146) :

- a. Menerapkan peran dan misi, yaitu menentukan sifat dan ruang lingkup tugas yang hendak dilaksanakan.
- b. Menentukan wilayah sasaran, yaitu menentukan di mana pengelola media penyiaran harus mencurahkan waktu, tenaga, dan keahlian yang dimiliki.
- c. Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektivitas (*indicators of effectiveness*) dari setiap pekerjaan yang dilakukan. Menentukan faktor-faktor terukur yang akan mempengaruhi tujuan atau sasaran yang akan ditetapkan.
- d. Memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai.
- e. Mempersiapkan rencana tindakan yang terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan urutan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan.
 2. Penjadwalan (*scheduling*), menentukan waktu yang diperlukan untuk melaksanakan tindakan untuk mencapai tujuan atau sasaran.
 3. Anggaran (*budgeting*), menentukan sumber-sumber yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.
 4. Pertanggungjawaban, menetapkan siapa yang akan mengawasi pemenuhan tujuan yaitu pihak yang menyatakan tujuan sudah tercapai atau belum.
 5. Menguji dan merevisi rencana sementara (*tentative plan*) sebelum rencana tersebut dilaksanakan.
- f. Membangun pengawasan, yaitu memastikan tujuan akan terpenuhi.
 - g. Komunikasi, menentukan komunikasi organisasi yang diperlukan untuk mencapai pemahaman serta komitmen pada enam langkah sebelumnya.
 - h. Pelaksanaan, memastikan persetujuan di antara semua pihak yang terlibat mengenai komitmen yang dibutuhkan untuk menjalankan upaya yang sudah ditentukan, pendekatan apa yang paling baik, siapa saja yang perlu dilibatkan, dan langkah atau tindakan apa yang harus segera dilakukan.

Setelah ditentukan tujuan serta mengikuti beberapa langkah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kegiatan perencanaan selanjutnya bisa dilaksanakan. Kegiatan perencanaan disini meliputi perencanaan siaran (termasuk didalamnya perencanaan produksi dan pengadaan materi konten atau isi dari sebuah program yang sudah direncanakan) kemudian menjadi rangkaian program radio yang sesuai dengan misi dan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Program-program yang dibentuk pun harus sesuai dengan misi, fungsi, dan tujuan yang ingin dicapai. Setiap membentuk program acara, harus melalui perencanaan yang matang, karena perencanaan yang baik akan memperlancar proses produksi dan penyiaran.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian (*organizing*) merupakan 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 merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama. Hal ini tercermin pada struktur formal suatu organisasi, dan tampak atau ditunjukkan oleh suatu bagian bagan organisasi. Selanjutnya adalah pembagian kerja. Pembagian kerja merupakan pemerincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab untuk dan melaksanakan sekumpulan kegiatan yang terbatas. Kedua aspek ini merupakan dasar proses pengorganisasian suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efisien dan efektif (Morissan, M.A., 2008 : 150-151). George R. Terry (Sukarna, 2011 : 46) mengemukakan bahwa terdapat beberapa azas-azas *organizing*, diantaranya sebagai berikut :

- a. *The objective* atau tujuan.
- b. *Departmentation* atau pembagian kerja.
- c. *Assign the personel* atau penempatan tenaga kerja.
- d. *Authority and responsibility* atau pelimpahan wewenang dan tanggung jawab.
- e. *Delegation of authority* atau pelimpahan wewenang.

Pengorganisasian stasiun penyiaran pada umumnya tidak memiliki standar yang baku. Bentuk organisasi stasiun penyiaran berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Bahkan stasiun penyiaran yang berada di satu wilayah tidak memiliki struktur organisasi yang sama. Perbedaan ini biasanya disebabkan oleh perbedaan skala usaha atau besar kecilnya stasiun penyiaran. Stasiun kecil biasanya hanya memiliki sedikit tenaga pengelola yang jumlahnya hanya terdiri atas beberapa orang saja. Stasiun penyiaran kecil sudah bisa beroperasi dengan peralatan yang sederhana. Namun di lain pihak, stasiun

penyiaran besar memiliki karyawan yang jumlahnya ratusan, mengoperasikan sejumlah studio yang dilengkapi peralatan canggih, dilengkapi ruang kantor para eksekutif, perpustakaan yang bagus, ruang redaksi yang luas dan gedung besar yang khusus untuk menempatkan pemancar.

Struktur organisasi stasiun penyiaran radio biasanya lebih sederhana. Stasiun radio adalah institusi yang tergolong kecil (*small corporation*) sehingga pembagian kerjanya tidak terlampau rumit. Secara umum, struktur organisasi penyiaran radio paling atas terdiri dari direktur utama dan manajer stasiun. Di bawahnya terdapat para manajer level menengah seperti manajer siaran, manajer pemasaran, manajer teknik, dan seterusnya. Manajer siaran antara lain membawahi bidang kerja teknologi informasi, produksi, penyiar reporter, penulis naskah, dan lain-lain. Manajer pemasaran biasanya membawahi tenaga *sales* atau *account executive*. Sedangkan manajer teknik mengelola stabilitas peralatan teknis siaran selama 24 jam.

3. *Actuating* (Penggerakan)

Actuating (Penggerakan) merupakan tahapan dimana direalisasikan perencanaan dan pengorganisasian baik sumber daya manusia, maupun alat ke dalam serangkaian aktivitas penyiaran yang nyata. Pada tahapan ini, peran manajer sangat penting dikarenakan harus menggerakkan elemen-elemen yang ada sesuai dengan fungsi dan tugasnya. Sebagaimana yang diutarakan oleh George R. Terry (Sukarna, 2011 : 82), penggerakan merupakan usaha untuk menggerakkan semua anggota kelompok untuk bekerja sama dan bekerja secara sukarela untuk mencapai sasaran-sasaran yang sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian yang telah disiapkan sebelumnya. Dalam penggerakan (*actuating*), dilakukan penyatuan semua kegiatan dan penciptaan kerjasama dari seluruh bagian-bagian dari perusahaan, sehingga tujuan organisasi dapat dicapai dengan lancar dan efisien. Terdapat faktor-faktor yang sangat diperlukan dalam fungsi penggerakan (*actuating*) ini, diantaranya sebagai berikut :

- a. *Leadership* (Kepemimpinan)
- b. *Attitude and Moral* (Sikap dan moril)
- c. *Communication* (Tata hubungan atau komunikasi antar divisi)
- d. *Incentive* (Perangsang)
- e. *Supervision* (Supervisi)
- f. *Discipline* (Disiplin)

Dalam fungsi *actuating* (penggerakan) ini kinerjanya ditentukan oleh orientasi dari manajer yang memimpin. Bagaimana cara manajer memimpin, memotivasi, mengkoordinasi, serta komunikasi kepada tim nya untuk bekerjasama dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Tercapainya tujuan yang telah dibentuk pun ditentukan dari penggerakan dan pengawasan. Penggerakan tanpa perencanaan tidak akan berjalan efektif karena dalam perencanaan telah ditentukan tujuan, biaya, metode kerja, prosedur, dan program (Sukarna, 2011 : 82-83).

Dari definisi yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa berhasil atau tidaknya suatu tujuan dicapai tergantung pada yang menggerakan dan pada *actuating* (penggerakan) ini. Setidaknya seluruh anggota organisasi ini mulai dari tingkat atas sampai kebawah mengikuti proses penggerakan yang telah ditentukan agar tujuan yang sudah dibentuk sebelumnya tercapai. Segala kegiatan yang dilakukan harus terarah sesuai dengan sasaran.

4. *Controlling* (Pengawasan)

Pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum. Hal ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan yang sesuai dengan apa yang sudah direncanakan sebelumnya. Menurut Robert J. Mockler (1972), pengawasan dapat memperjelas unsur esensial dari sebuah organisasi. Menurut Mockler juga, fungsi pengawasan merupakan suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan baik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur hal-hal yang menyimpang serta mengoreksi hal yang perlu

dikoreksi untuk mengefektifkan dan mengefisienkan tujuan yang telah digunakan sebelumnya. (Morissan, M.A., 2008 : 167)

Sedangkan menurut George R. Terry, pengawasan dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai, yaitu apa yang sedang dilakukan, menilai pelaksanaan, dan apabila diperlukan perbaikan-perbaikan maka hal tersebut dilakukan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana.

Dari uraian mengenai model POAC di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa empat teori dasar yang biasa digunakan di suatu organisasi atau perusahaan, bahkan dalam media penyiaran radio yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggerakan), dan *Controlling* (Pengawasan). Keempat fungsi tersebut memiliki tujuan masing-masing dan saling berkesinambungan untuk mencapai visi dan misi serta tujuan yang telah dibentuk sebelumnya. Aspek penting dalam perencanaan adalah meneliti dan menentukan tujuan serta visi dan misi dari perusahaan penyiaran radio. Selain itu juga dalam aspek perencanaan diperlukan analisis keuntungan untuk berkompetisi dengan perusahaan penyiaran radio lainnya. Dimulai dari perencanaan program, mencakup pemilihan format dan isi program yang menarik, serta menjual program yang ditawarkan kepada audiens untuk mempertahankannya di era digital saat ini. Setelah adanya perencanaan, maka dibentuklah pengorganisasian sesuai dengan visi dan misi serta tujuan yang sudah dibentuk pada tahap perencanaan. Dibentuk struktur organisasi dari perusahaan penyiaran sesuai dengan sumber daya yang dimiliki serta lingkungan yang mencakupinya. Setelah perencanaan dan pengorganisasian berjalan, maka penggerakan dilaksanakan. Apabila telah dilaksanakan, maka tahap terakhir dilakukan pengawasan supaya perusahaan media penyiaran bisa bekerjasama dengan baik ke arah pencapaian sasaran-sasaran dan tujuan dari organisasi.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memakai bentuk penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif ini menjadi salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif ini diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi tertentu dalam suatu konteks tertentu. (Bogdan & Biklen S, 1992 : 21-22). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moloeng, 2017:6). Data-data yang dikumpulkan pun bukan berasal dari kuesioner melainkan wawancara, observasi langsung, serta dokumen resmi yang terkait dengan penelitian yang sedang berlangsung. Penelitian kualitatif juga mementingkan proses yang berlangsung selama penelitian dibandingkan hasil yang didapat. Hal ini disebabkan oleh hubungan bagian-bagian yang diteliti jauh lebih jelas jika diamati ketika proses sedang berlangsung. Sedangkan tujuan dari pendekatan deskriptif, diantaranya yaitu :

1. Memperjelas dan memberikan gambaran yang tegas mengenai subjek yang sedang diteliti
2. Mengetahui perbedaan subjek penelitian dengan subjek penelitian lainnya yang ada ketika proses penelitian berlangsung
3. Memahami implementasi pedoman atau rencana penelitian
4. Menguji realitas berdasarkan hipotesis atau ide pada lokasi penelitian tertentu

3.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, peneliti harus menentukan fokus penelitiannya guna menajamkan penelitian. Fokus penelitian berisikan pokok masalah yang bersifat umum, maka dari itu penting bagi peneliti untuk menetapkan fokus pada penelitiannya. Fokus penelitian merupakan domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dari situasi sosial. Dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus dalam proposal lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan) (Sugiyono, 2014 : 209). Fokus penelitian sendiri bermanfaat bagi pembatasan mengenai objek penelitian yang diangkat. Manfaat lainnya yaitu agar peneliti tidak terjebak dengan banyaknya data yang diperoleh di lapangan.

Untuk mempermudah dalam penelitian, fokus penelitian pada penelitian kali ini ialah untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh Radio Sonora Lampung untuk mempertahankan eksistensi di era digital. Manajemen penyiaran yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian suatu kegiatan penyiaran untuk mencapai target atau sasaran yang telah ditentukan (Wahyudi, 2019 : 39). Peneliti akan meneliti manajemen dari perusahaan penyiaran radio Sonora Lampung 96.0 FM dengan berdasar pada tahap-tahap manajemen penyiaran menggunakan empat model manajemen dari George R.Terry (1958), yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan), dan *controlling* (pengawasan). *Planning* (perencanaan) dalam penyiaran radio sendiri merupakan penentuan tujuan media penyiaran serta menyiapkan berbagai strategi serta rencana yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah dibentuk. *Organizing* (Pengorganisasian) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki serta lingkungan yang melingkupinya. Selanjutnya yaitu tahap *Actuating* (Penggerakan) yang merupakan tahap direalisasikannya perencanaan dan pengorganisasian dalam serangkaian aktivitas penyiaran yang nyata. Tahap terakhir yaitu *Controlling*

(Pengawasan) yang merupakan pengawasan dan evaluasi terhadap kegiatan penyiaran yang sudah dilaksanakan untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan yang telah disusun sudah tercapai atau belum.

Setelah meneliti 4 tahap manajemen penyiaran tersebut, peneliti akan mengaitkan dengan eksistensinya dari Radio Sonora Lampung. Melalui 4 tahap manajemen tersebut, apakah Radio Sonora Lampung mampu mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini atau tidak. Maksud dari eksistensi pada penelitian ini diartikan sebagai keberadaan (Sjarifah dan Prasanti, 2016 : 3-4). Aspek yang dilihat dari eksistensi sebuah radio dilihat dari banyaknya *audience* (pendengar) yang mendengarkan serta mengikuti program acara dari radio itu sendiri, banyaknya pengiklan yang masuk ke radio tersebut, konsistensi program acara yang dilaksanakan dari sebuah radio, dan juga dilihat dari seberapa tertarik pendengar untuk mendengarkan sebuah radio dan juga seberapa dikenal radio oleh masyarakat. Berdasarkan beberapa aspek tersebut, peneliti menentukan apakah Radio Sonora Lampung dapat mempertahankan eksistensinya di era digital saat ini diantara banyaknya *platform* digital dan persaingan radio di Bandarlampung saat ini.

3.3 Lokasi Penelitian

Menurut Hamid Darmadi (2011:52), lokasi penelitian merupakan tempat dimana proses studi yang digunakan untuk memperoleh pemecahan masalah penelitian berlangsung. Sedangkan menurut Wiratna Sujarweni (2014:73), lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian itu dilakukan. Maka dari itu, lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu di Radio Sonora 96.0 FM Lampung yang beralamat di Jalan Zainal Abidin Pagaralam No.83 Kel. Gedung Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandarlampung, Lampung.

3.4 Penentuan Informan

Informan merupakan individu yang berada pada latar penelitian yang diberdayakan dem memberikan data tentang keadaan situasi latar penelitian. Informan sendiri diberdayakan untuk berbicara, berdiskusi, atau membandingkan kejadian yang ditemui dari berbagai topik atau subjek lain (Moleong, 2011 : 248). Untuk aturan umum dalam memilih sumber sebagaimana dijelaskan oleh Spradley (Moleong, 2011 : 165), adalah sebagai berikut :

1. Informan pernah bergabung dan secara intens terlibat pada aktivitas maupun kegiatan yang menjadi target penelitian maupun eksplorasi untuk waktu yang lama sejak awal program, dan biasanya digambarkan dengan kemampuan untuk memberikan data dengan lancar tanpa hambatan tentang suatu yang ditanyakan.
2. Informan tengah terikat pada kegiatan yang menjadi target penelitian
3. Informan memiliki waktu dan kesempatan yang cukup untuk berbagi informasi terkait target penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan teknik *key informan*. Menurut Maudi & Susilowati dalam (Pramelani & Lestari, 2019), *key informan* merupakan orang utama yang merupakan kunci diharapkan menjadi narasumber atau informan kunci dari suatu penelitian dan informan tersebut yang bertindak sebagai pembantu peneliti, tetapi berasal atau menjadi anggota kelompok yang diteliti. Untuk memudahkan peneliti dalam menentukan informan, maka peneliti memiliki beberapa kriteria yang telah ditentukan untuk dijadikan informan mengenai Radio Sonora Lampung, diantaranya yaitu :

1. Informan telah bekerja selama kurang lebih 1 tahun di Radio Sonora Lampung
2. Informan mengikuti berbagai rangkaian kegiatan *on air* ataupun *off air* yang dilakukan oleh Radio Sonora Lampung

3. Informan yang dipilih oleh peneliti, pernah mengikuti rapat *internal* mengenai manajemen penyiaran program yang akan dan sudah dilakukan oleh Radio Sonora Lampung
4. Informan memiliki waktu yang memadai untuk berbagi informasi dengan peneliti

Berdasarkan kriteria informan yang masuk kriteria peneliti dalam mengumpulkan data adalah Pihak Radio Sonora Lampung itu sendiri, diantaranya yaitu :

Tabel 6. Key Informan Penelitian

No.	Nama	Jabatan	Kontribusi dalam Penelitian
1.	Selvi Utami Ningsih	<i>Station Manager</i>	Memberikan informasi seputar proses perencanaan manajemen program, pengorganisasian, pelaksanaan, dan juga pengawasan ketika program acara berlangsung
2.	Yuan Irvanda	<i>Music Director</i>	Memberikan informasi kepada peneliti terkait pemilihan musik yang masuk ke Radio Sonora Lampung dan juga bagaimana manajemen di bidang musik yang dilakukan oleh Radio Sonora Lampung
3.	Dina Saputri	<i>Program Director</i>	Memberikan informasi mengenai program-program yang disiarkan oleh Radio Sonora Lampung dan dikaitkan dengan yang sudah direncanakan sebelumnya agar terbentuk manajemen penyiaran program yang baik.
4.	Donny Dario dan Rana Edrian	<i>Announcer</i>	Memberikan informasi terkait dengan pelaksanaan manajemen penyiaran di bidang program dan juga hambatan-hambatan yang dirasakan oleh penyiar di era digital saat ini.

Sumber : Diolah oleh Peneliti

Selain itu juga terdapat informan pendukung atau informan tambahan yang peneliti gunakan untuk melengkapi analisis dan pembahasan yang peneliti lakukan dalam meneliti manajemen penyiaran Radio Sonora Lampung. Informan pendukung merupakan mereka yang mampu memberikan informasi walaupun tidak terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti (Hendarso dalam Suyanto, 2005 : 171). Informan pendukung yang peneliti gunakan merupakan pendengar Radio Sonora Lampung yang diambil dan dilihat

melalui intensitas Whatsapp *request* Radio Sonora Lampung. Berikut ini merupakan pendengar yang dipilih peneliti untuk mengumpulkan data melalui wawancara, diantaranya yaitu :

Tabel 7. Informan Pendukung Penelitian

No.	Nama	Peran	Kontribusi dalam Penelitian
1.	Juwanda Patria	Pendengar Radio Sonora Lampung	Memberikan informasi tambahan mengenai pandangan berhasil atau tidaknya Radio Sonora Lampung dalam menjalani manajemen penyiaran radionya. Selain itu juga, meminta masukan bagi Radio Sonora Lampung untuk informasi tambahan guna memperbaiki manajemen Radio Sonora Lampung apabila terdapat hal yang kurang dalam pelaksanaannya.
2.	Yasmirandah	Pendengar Radio Sonora Lampung	
3.	Kiara Putri	Pendengar Radio Sonora Lampung	

Sumber : Diolah Oleh Peneliti

3.5 Sumber Data

Menurut Iskandar (2008 : 252-254), data dan informasi yang menjadi bahan penelitian adalah data primer dan data sekunder. Menurut Moleong, L.J. (2004 : 157), dalam penelitian kualitatif sumber daya yang dijadikan bahan referensi atau acuan adalah :

1. Data Primer

Menurut Wiratna Sujarweni (2014:73), data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data primer yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah kata-kata atau wacana yang diperoleh melalui informasi dari informan yang dianggap mengetahui segala permasalahan yang akan diteliti. Dalam hal ini, data primer akan didapatkan dari informan yang telah ditentukan, diantaranya *Station Manager*, *Program Director*, *Music Director*, dan juga 2 *announcer* dari Sonora Lampung.

2. Data Sekunder

Menurut Iskandar (2008 :253-254), data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pengumpulan data atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi (analisis dokumen) berupa penelaahan terhadap dokumen pribadi, resmi kelembagaan, referensi-referensi atau peraturan (literatur laporan, tulisan dan lain-lain yang memiliki referensi dengan fokus permasalahan penelitian). Maka dari itu, data sekunder yang diambil oleh peneliti sendiri merupakan data tertulis yang diperoleh dari buku, makalah ilmiah, arsip dari instansi, laporan pertanggung jawaban program, dokumen pribadi maupun dokumen resmi. Data sekunder dalam penelitian ini juga berupa data-data mengenai profil pendengar radio, format siaran, format acara, serta data arsip berupa foto dari radio.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang akan digunakan guna mengumpulkan data dalam penelitian ini, diantaranya yaitu dengan cara :

1. Wawancara

Menurut Lexy J. Moleong (2012 : 186), wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti. Tujuan dari wawancara ini sendiri agar peneliti bisa mendapatkan informasi dari informan dengan memberikan beberapa pertanyaan. Jenis wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara mendalam yang mana pada wawancara ini melakukan tanya jawab untuk mendapatkan informasi secara lisan mengenai manajemen penyiaran radio yang dilakukan oleh Radio Sonora Lampung. Adapun wawancara pada penelitian ini akan dilakukan dengan pihak dari Radio Sonora Lampung, diantaranya yaitu *Station Manager* Radio Sonora Lampung, Ibu Selvi

Utami Ningsih; *Program Director* Radio Sonora Lampung, Ibu Dina Saputri; *Music Director* Radio Sonora Lampung, Yuan Irvanda; serta 2 *announcer* perwakilan dari Radio Sonora Lampung yaitu Rana Edrian dan Donny Dario.

Selain itu juga terdapat wawancara dengan pendengar Radio Sonora Lampung untuk mendapatkan informasi tambahan mengenai topik penelitian yang sedang dibahas. Informasi tambahan ini meliputi berhasil atau tidaknya manajemen penyiaran Radio Sonora Lampung menurut pendengar. Wawancara ini akan dilakukan dengan tiga pendengar yang dipilih melalui intensitas *request* via Whatsapp Radio Sonora Lampung, diantaranya yaitu Juwanda Patria, Yasmirandah, dan Kiara Putri.

2. Observasi

Menurut Haris Herdiansyah (2013 :132), observasi merupakan adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Perilaku yang tampak dapat dilihat langsung oleh mata, dapat didengar, dapat dihitung, dan dapat diukur. Menurut Wiratna Sujarweni (2014:52), observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu observasi non-partisipan dimana peneliti tidak aktif langsung dalam bagian observasi namun hanya mengamati dari jauh. Hal-hal yang di observasi oleh peneliti yaitu kegiatan *on air* Radio Sonora Lampung mengenai bagaimana penyiar membawakan program yang dilaksanakan, mengamati sosial media Radio Sonora Lampung dalam mengemas program-program dan konten demi menarik *audiens* di *facebook*, *twitter*, dan *Instagram*, serta ikut turun lapangan dan melihat bagaimana *announcer* serta *program director & music director* melakukan kegiatan *off air* guna menarik perhatian audiens.

3. Dokumentasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2006 : 158), dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti

buku-buku, majalah, dokumen, catatan harian, dan sebagainya. Teknik ini diharapkan dapat mempermudah peneliti dalam proses pengumpulan data. Dokumentasi ini sendiri juga bertujuan untuk membantu mempermudah peneliti dalam mendapatkan dan mengelola informasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumentasi berupa foto-foto saat penelitian, arsip data mengenai program-program acara yang dijalankan oleh Radio Sonora Lampung, serta *Company Profile* dari Radio Sonora Lampung guna mengetahui struktur organisasi, visi dan misi, serta hal-hal lain yang terkait dengan perusahaan tersebut.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Mudjiahardjo dalam Wiratna Sujarweni (2014 :34), teknik analisis data merupakan kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan tiga tahapan, diantaranya yaitu :

1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data, mengabstraksikan, dan transformasi data kasar yang muncul dari wawancara. Data yang diperoleh di lapangan ditulis atau diketik dalam bentuk uraian atau laporan yang terinci. Pada penelitian ini, data yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dipilih dan diseleksi serta dirangkum. Seperti halnya merangkum data yang berkaitan dengan penelitian dari *company profile* Radio Sonora Lampung, mencatat poin-poin penting dari data hasil wawancara dengan informan yang telah ditentukan atau membuang data-data yang tidak diperlukan atau tidak terkait dengan tema penelitian mengenai manajemen penyiaran radio.

2. Tahap Penyajian Data (*Display*)

Sugiyono (2016;249) menyatakan bahwa informasi biasanya disajikan dengan bentuk deskripsi singkat, diagram, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Penyajian data yang selalu digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk kualitatif ialah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Tahap Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

Penarikan kesimpulan yaitu melakukan verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung. Kesimpulan atau verifikasi merupakan tahapan akhir pada penelitian yang berupa jawaban dari rumusan masalah. Penarikan kesimpulan juga dilakukan dengan cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan sehingga data-data yang telah diuji validitasnya. Dalam penelitian ini penarikan kesimpulan dilakukan dengan pengambilan intisari dari rangkaian kategori hasil penelitian berdasarkan observasi wawancara, serta dokumentasi hasil penelitian.

3.8 Triangulasi

Menurut Sugiyono (2012:241) triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai macam teknik pengumpulan data dan juga sumber data yang sudah ada. Dalam memperoleh keakuratan dalam penelitian, agar tidak terjadi kesalahan peneliti menggunakan teknik triangulasi. Menurut Denzin dalam Lexy J. Moleong, terdapat 4 macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan sumber, metode, penyidik, dan teori (2010 : 330), diantaranya yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi teknik, dan triangulasi teori.

Adapun triangulasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah triangulasi metode dengan menggunakan berbagai jenis metode pengumpulan data untuk mendapatkan data sejenis. Selain itu, peneliti juga menggunakan

triangulasi sumber, untuk membandingkan atau mengecek keabsahan data yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Peneliti membandingkan hasil wawancara antar informan yang telah peneliti dapatkan. Seperti contohnya yaitu hasil wawancara antar informan dari pihak Radio Sonora Lampung antara *station manager*, *program director*, *music director*, serta 2 *announcer*. Selain itu juga peneliti membandingkan hasil pengamatan atau observasi peneliti saat turun lapangan atau observasi peneliti saat turun lapangan dengan keterangan yang diberikan oleh informan saat wawancara. Dengan demikian data yang diperoleh bersifat valid dan diakui kebenarannya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Radio Sonora Lampung sebagai salah satu lembaga penyiaran berjangkauan yang memiliki dan menjalankan manajemen penyiaran radio dalam pelaksanaan perusahaannya. Fungsi manajemen penyiaran yang dilakukan oleh Radio Sonora Lampung ialah aspek *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggerakan), dan juga *Controlling* (Pengawasan). Dalam pelaksanaan manajemen penyiarannya, Radio Sonora Lampung berhasil mempertahankan eksistensi dikarenakan dalam fungsi penggerakan (*actuating*) memiliki ciri khas yang mana program dan segmen menggunakan akronim yang menarik, selain itu juga setiap penyiar dituntut memiliki *air personality* masing-masing, konsistensi program yang disiarkan, penggunaan sosial media, dan respon positif dari khalayak sehingga Radio Sonora Lampung dapat tetap eksis di era digital saat ini. Selain itu juga, *support* dana dan hal-hal teknis lainnya dari Radio Sonora Jakarta menjadi salah satu hal yang menyebabkan Radio Sonora Lampung dapat bertahan hingga saat ini. Meskipun begitu, masih ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh Radio Sonora Lampung agar manajemen penyiaran dapat berjalan lebih baik lagi diantaranya yaitu :

1. Perencanaan (*Planning*) : Radio Sonora Lampung merencanakan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan (strategi untuk menarik minat masyarakat mendengarkan Radio Sonora Lampung, strategi memasarkan, dan perencanaan kerjasama dengan pihak lain melalui perencanaan program (meliputi riset, memilah, dan memproduksi program baru), konten untuk sosial media, dan kegiatan *off air*. Dalam pelaksanaan fungsi *planning*, Radio Sonora Lampung sudah menjalankan fungsi sebagaimana mestinya, tetapi dalam riset program yang dilakukan harus melalui riset yang pasti dan juga mendalam melibatkan pendengar

dan juga melakukan riset mengenai format dan isi program, pemilihan lagu, konten sosial media, sampai dengan kegiatan *off air* radio lain di Bandarlampung. Selain itu, dalam pelaksanaan fungsi *planning*, Radio Sonora Lampung tidak perlu terlalu memikirkan bagaimana mendapatkan dana untuk menjalani manajemen perusahaan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*) : Pada fungsi pengorganisasian (*organizing*), tidak berjalan sesuai. Hal ini dikarenakan terdapat rangkap jabatan oleh *station manager* yang merangkap sebagai *marketing* dan *finance* serta penyiar yang diharuskan merangkap menjadi *scriptwriter*, produser, dan menyiarkan sekaligus dikarenakan kurangnya SDM di Radio Sonora Lampung dikarenakan wewenang yang dimiliki oleh Radio Sonora Jakarta yaitu pengambilan keputusan harus melalui Radio Sonora Jakarta, sehingga jalannya manajemen menjadi terbatas dan menimbulkan ketergantungan terhadap radio induk. Tetapi, dikarenakan Radio Sonora Lampung mempunyai radio induk yang dapat menyokong anggaran terkait jalannya manajemen perusahaan. Selain itu juga, dikarenakan Radio Sonora Lampung memiliki wewenang penuh atas perencanaan dan jalannya program *on air* dan *off air*, maka Radio Sonora Lampung dapat memaksimalkan kreativitas dalam mengembangkan program yang ada.
3. Penggerakan (*Actuating*) : Dalam fungsi penggerakan (*actuating*), dilakukan pelaksanaan program acara untuk *on air*, pemilihan lagu, pembuatan konten untuk sosial media, pemutaran iklan yang masuk ke Radio Sonora Lampung, sampai dengan kegiatan *off air*. Dikarenakan Radio Sonora Lampung merupakan radio berjaringan, maka terdapat *relay* ke Sonora Jakarta pada program acara di jam dan hari tertentu. Selain itu juga, Radio Sonora Lampung mendapatkan pemasok iklan dari pusat dengan mengadakan kegiatan *off air* bersama dengan *client* dari pusat. Dalam tahap penggerakan, sosial media dimanfaatkan dengan baik oleh Sonora Lampung. Tetapi masih ada beberapa penyiar yang tidak disiplin dalam waktu dan juga aturan dalam *on air*. Terdapat beberapa

hal yang harus diperhatikan dalam fungsi ini, yaitu faktor kepemimpinan dari *station manager* serta disiplin dari penyiar. Selain itu juga, faktor insentif harus diberikan agar dapat merangsang semangat penyiar dalam pelaksanaan manajemen penyiaran di Radio Sonora Lampung.

4. Pengawasan (*Controlling*) : Fungsi pengawasan (*controlling*), melakukan pengawasan melalui laporan yang diisikan oleh *music director* dan *program director* melalui *google form*. Selain itu juga, penyiar mengisi buku siar untuk melaporkan kendala dan juga jalannya *on air* serta mengisi *excel* untuk melaporkan *insight* pendengar pada program di hari itu. Tetapi, Radio Sonora Lampung harus melaksanakan survey kepuasan pendengar guna mendapatkan masukan langsung dari pendengar untuk keberlangsungan Radio Sonora Lampung.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran, yaitu

1. Radio Sonora Lampung diharapkan untuk terus berinovasi dalam berbagai aspek mengikuti era yang ada saat ini agar Radio Sonora Lampung dapat terus eksis dan diakui keberadaannya.
2. Radio Sonora Lampung diharapkan menambah pelatihan *skill* bidang serta memberlakukan aturan kedisiplinan aspek manajemen yang ada di Radio Sonora Lampung sebagai bentuk tanggung jawab manajemen dalam meningkatkan dan memperbaiki kualitas SDM
3. Radio Sonora Lampung diharapkan memanfaatkan sumberdaya yang ada atau menambah SDM agar lebih maksimal dalam menjalankan manajemen penyiaran yang ada di Radio Sonora Lampung.
4. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti berharap agar peneliti selanjutnya mampu mengembangkan penelitian ini lebih detail dan lengkap agar bisa menambah referensi baru, baik bagi lembaga ataupun instansi yang bersangkutan (Radio Sonora Lampung).

5. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data terkait penelitian sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan lebih baik.
6. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini mampu memberikan semangat kepada mahasiswa yang tertarik pada industri penyiaran radio untuk mengembangkan karir dan bakat serta mampu bersaing dengan media-media lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Effendy, Onong Uchana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya
- Morissan. 2005. *Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta : PT Erlangga
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya

Jurnal :

- C.S, Eunike Laura. 2013. *Kepuasan Pendengar Terhadap Program Sonora News di Radio Sonora Surabaya*. Jurnal E-Komunikasi, 1(1) : 2-11
- Nasution, Nurhasanah. 2017. *Eksistensi M-Radio Terhadap Pengembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Interaksi, 1(2) : 174-183
- Nasution, Nurhasanah. 2018. *Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss FM dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital*. Interaksi, 2(2) : 145-156
- Pancawati, Nimas Parista, Yulanda Trisula S.Y & Lalu Ahmad Rahmat. 2018. *Strategi Manajemen Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram dalam Era Digital*. JCOMMSCI, 1(3) : 109-119
- Razali, Geofakta & Deria Pradana Putri. 2020. *Manajemen Penyiaran Radio Dalam Menghadapi Persaingan Media di Era Digital Pada Industri Penyiaran (Studi Kasus pada Radio Smartfm 101.8 FM Pekanbaru)*. Akrab Juara, 5(2) : 60-74

Skripsi :

- Defhany, 2014. *Manajemen Penyiaran Televisi Swasta Lokal (Studi Tentang Strategi Manajemen Media di Stasiun Padangtv dalam Memproduksi Program Televisi Dengan Muatan Budaya Lokal)*. Skripsi. Medan : Universitas Sumatera Utara
- Filbert, Siti Azalia. 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Stasiun Radio Berjaringan di Bandarlampung dalam Mendapatkan Pengiklan (Studi Pada Radio Berjaringan Sonora Lampung)*. Skripsi. Bandarlampung : Universitas Lampung
- Nur, A. Nila Kanti. 2020. *Upaya Manajemen Penyiaran Radio Gama 93,7 FM dalam Menjaga Eksistensinya Ditengah Era Digital*. Thesis. Makassar : Universitas Muhammadiyah Makassar

- Soryanto, Hakiki Handayani. 2018. *Manajemen Penyiaran Radio El John 102.6 FM dalam Mempertahankan Eksistensinya Ditengah Sebagai Radio Pariwisata di Kota Pekanbaru*. Thesis. Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Valiant, Velantin. *Strategi Manajemen Radio Sebagai Penyedia Konten Lokal Media Penyiaran (Studi Kasus pada Radio Gen 98,7 FM)*. Thesis. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia

Internet :

- Databoks.kata.co.id. “*Pendengar Podcast Indonesia Terbesar ke-2 di Dunia*”.
[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/08/pendengar-podcast-indonesia-terbesar-ke-2-di-dunia#:~:text=Mengutip%20data%20GlobalWebIndex%20\(GWI\)%2C,Brasil%20yang%20persentasenya%20mencapai%2037%25](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/08/pendengar-podcast-indonesia-terbesar-ke-2-di-dunia#:~:text=Mengutip%20data%20GlobalWebIndex%20(GWI)%2C,Brasil%20yang%20persentasenya%20mencapai%2037%25). Diakses pada tanggal 7 Desember 2022
- Kompas.id. “*Eksistensi Radio Menghibur Pendengar di Era Digital*”.
<https://www.kompas.id/baca/riset/2021/09/05/eksistensi-radio-menghibur-pendengar-di-era-digital>. Diakses pada tanggal 24 Maret 2023
- Kpi.go.id. “*Sejarah Lahirnya Hari Radio Nasional dan RRI*”.
<https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34107-sejarah-lahirnya-hari-radio-nasional-dan-rri>. Diakses pada tanggal; 8 Desember 2022
- Kpi.go.id. “*Radio Tetap Eksis di Era Internet*”.
<https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34249-radio-tetap-eksis-di-era-internet>. Diakses pada tanggal 9 Desember 2022
- Muhsaleh.std.uinmataram.ac.id. “*Radio Sebagai Media Pembelajaran*”.
<https://muhsaleh.std.uinmataram.ac.id/media-pembelajaran/radio-sebagai-media>. Diakses pada tanggal 22 Februari 2023
- Sonora.co.id. “*About Us*”. <https://www.sonora.co.id/about-us>. Diakses pada tanggal 8 Desember 2022
- Uinmalang.ac.id. “*Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*”.
<https://uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html>. Diakses pada tanggal 8 Maret 2023