

Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital

Nurhasanah Nasution

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

e-mail: nurhasanahnasution@umsu.ac.id

Abstract

This study aims to see how management strategies broadcasting private radio kiss fm in the face of competition digital information. Methods used in this research is through a qualitative approach described a sort of descriptive set to know a sense of how management strategies broadcasting radio in the face of competition digital information. The result of the research indicated that segments market radio listeners Kiss Fm Medan are teenagers aged 15- 25 years. Is a strategic objectives for business radio. To overcome competition with radio-radio nowadays, fm radio kiss remain consistent roll the latest single-single song, and the difference is that if radio another fixed twist songs that hits in recurring repeated, on radio kiss fm always songs showing that up to date. Kiss fm radio should indeed be stand out like that . Radio kiss fm radio is no longer conventional , which only convey information. But social media have expanded to, like youtube. Proved the existence of events a special occasion on the radio as the interview with artists of the youtube will be returned here on channel. Kiss fm radio management medan , have been all in one is to do a broadcast via on water, online or off water and broadcast live streaming

Keyword : radio, the internet, broadcasting management

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen penyiaran radio swasta KISS FM dalam menghadapi persaingan informasi digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif untuk mengetahui gambaran tentang bagaimana strategi manajemen penyiaran radio dalam menghadapi persaingan informasi digital. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa segmen pasar pendengar radio KISS Fm Medan adalah remaja yang berusia 15- 25 tahun. Remaja merupakan sasaran yang strategis untuk bisnis radio. Untuk mengatasi persaingan dengan radio-radio di zaman sekarang ini, radio KISS FM tetap konsisten memutar *single-single* lagu yang terbaru, dan bedanya kalau radio lain tetap memutar lagu-lagu yang hits secara berulang-ulang, di radio KISS FM selalu memutar lagu-lagu yang *up to date*. Radio KISS FM memang harus tampil beda. Radio KISS FM bukan lagi radio konvensional, yang hanya menyampaikan informasi. Tetapi sudah merambah ke media sosial, seperti youtube. Terbukti adanya acara- acara khusus di radio seperti interview bersama artis-artis dapat disaksikan di *channel youtube*. Manajemen radio kiss fm Medan, sudah *all in one* yaitu melakukan siaran *melalui on air, off air* dan siaran *online atau live streaming*.

Kata Kunci: Radio, Internet dan Manajemen penyiaran

Latar Belakang

Radio sebagai media informasi masih sangat dibutuhkan sampai saat ini. Sejak kelahiran undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, pertumbuhan radio siaran di Indonesia mengalami peningkatan. Tahun 1988 jumlah stasiun radio kurang dari seribu, saat ini jumlahnya sekitar 3000 lembaga penyiaran radio, hal ini berdasarkan data dari kementerian komunikasi dan informatika. Memang dari segi jumlah, terjadi peningkatan jumlah stasiun radio karena mudahnya memperoleh izin siar. Namun dengan pesatnya pertumbuhan internet, pemilik dan pengelola stasiun radio menghadapi tantangan yang besar, yaitu bergesernya pola konsumsi media. Popularitas radio semakin menurun setelah bersaing dengan televisi, sekarang pendengarnya banyak beralih ke beragam media sosial di internet.

Masyarakat sekarang ini dengan mudah mendapatkan informasi dan hiburan ataupun lagu-lagu dari dunia maya atau internet. Seperti dari Instagram, Line, Youtube, Twitter, Facebook dan media sosial lainnya. Radio

merupakan salah satu media komunikasi massa (mass communication), seperti halnya televisi, surat kabar, dan majalah.

Pesatnya pertumbuhan internet menjadi pesaing berat bagi pemilik dan pengelola stasiun radio. Pengelola radio siaran dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif menarik minat pendengarnya. Karena jika kalah bersaing, eksistensi radio akan tersisihkan karena dikalahkan oleh media internet. Radio dituntut mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, khususnya internet. Kalau tidak, radio akan kalah bersaing dan mati secara perlahan-lahan. Manajemen radio harus terus dibenahi demi kelangsungan hidup radio siaran dan memiliki strategi dalam menghadapi persaingan dengan media sosial lainnya.

Perkembangan dan persaingan radio di Sumatera Utara khususnya di Kota Medan sangat ketat, sehingga dibutuhkan kemampuan dan keahlian untuk mempertahankan pendengar lama dan menarik pendengar radio yang baru. Regulasi bidang penyiaran yang membawa berbagai perubahan

memberikan tantangan baru bagi pengelola media penyiaran. Radio sebagai industri penyiaran membutuhkan kreatifitas dan keahlian untuk memenangkan persaingan (Nasution, 2016)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan hasil survey data statistik pengguna internet Indonesia tahun 2016 adalah 132,7 juta user atau 51,5 dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Bisa diprediksi pendengar radio akan berkurang mendengarka radio konvensional karena beralih ke media internet.

Menurut UU Nomor 32 Tahun 2002, penyiaran adalah kegiatan pemancar luasan siaran melalui sarana pemancar dan/atau sarana transmisi darat, di laut di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel dan/ atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Penyiaran radio adalah media komunikasi dengar, yang menyalurkan gagasan informasi dalam bentuk suara secara umum dan

terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Riswandi, 2009).

Mengelola bisnis media penyiaran merupakan salah satu bisnis yang paling sulit dan menantang dibandingkan dengan jenis industri lainnya. Mengelola media penyiaran pada dasarnya adalah mengelola manusia. Keberhasilan media penyiaran sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital yang dimiliki setiap media penyiaran yaitu teknik, program dan pemasaran (Morissan, 2013).

Dipilihnya radio KISS FM karena merupakan radio swasta dengan rating pendengar remaja yang tinggi dan juga merupakan radio berjaringan di Kota Medan.

Penyiaran

Menurut Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002, penyiaran memiliki pengertian sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut dan di antariksa dengan menggunakan spectrum frekwensi (sinyal radio)

yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Ada lima syarat mutlak yang harus dipenuhi untuk dapat terjadinya penyiaran, yaitu:

- a. Harus tersedia spektrum frekwensi radio.
- b. Harus ada sarana pemancaran (transmisi)
- c. Harus ada perangkat penerima siaran(receiver)
- d. Harus ada siaran (program atau acara)
- e. Harus dapat diterima secara serentak/bersamaan

Radio

Radio adalah media elektronik yang bersifat khas sebagai media audio, oleh karena itu ketika khalayak menerima pesan dari radio, khalayak pada tatanan mental yang pasif dan bergantung pada jelas tidaknya kata-kata yang diucapkan penyiar (Nasution, 2016)

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat, dan mudah di

bawa atau didengarkan di mana-mana. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinatif, sebab sebagai media yang buta, radio menstimuli begitu banyak suara, dan berusaha memvisualisasi suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya (Morissan, 2007)

Pemahaman tentang karakteristik radio merupakan pondasi bagi manajemen program dan teknik siaran radio. Acara-acara yang dikelola, diproduksi, dan disajikan harus sesuai dengan karakteristik radio sebagai berikut:

Auditori: radio adalah“suara“, yakni siarannya untuk didengar atau dikonsumsi telinga. Karenanya, apapun yang disajikan melalui media ini harus berupa suara (sound, audio).

Transmisi: Proses penyebarluasan atau penyampaiannya kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi). Transmisi merupakan sebuah pemancar (

Karakteristik radio sebagai media massa

1. Publisitas, atinya disebarluaskan kepada publik. Siapa saya bisa mendengar radio, tidak ada

- batasan tentang siapa yang boleh dan tidak boleh mendengar radio
2. Universalitas, pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya banyak.
 3. Periodesitas, siaran radio bersifat tetap dan berkala.
 4. Kontinuitas, siaran radio berkesinambungan atau terus menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal mengudara
 5. Aktualitas, siaran radio berisi hal-hal yang terbaru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru.

Morissan (2007) menyatakan radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari sebuah stasiun dan kemudian diterima oleh berbagai pesawat penerima. Dengan demikian yang dimaksud dengan istilah radio bukan hanya bentuk fisiknya saja, tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio adalah saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Karena itu apabila pengertian

radio tersebut dipisahkan satu persatu ataupun diperinci secara fisik, maka yang dimaksud dengan radio adalah keseluruhan daripada pemancar, studio, dan pesawat penerima sekaligus.

Penyampaian pesan melalui radio siaran dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan; walaupun ada lambang-lambang non verbal, yang dipergunakan jumlahnya sangat minim, umpamanya tanda pada saat akan memulai acara warta berita dalam bentuk bunyi telegrafi atau bunyi salah satu alat musik. Keuntungan radio siaran bagi komunikasi ialah sifatnya yang santai dan flexibel. Orang bisa menikmati acara siaran radio dengan sambil tidur-tiduran, sambil bekerja, bahkan sambil mengemudikan mobil (Djuarsa, 1993). Dengan demikian karena sifatnya yang auditif ini mendorong masyarakat lebih menyukainya sebagai salah satu media massa yang cepat digemari dengan kemudahan penerimaan tanpa memerlukan keahlian khusus.

Radio sebagai salah satu penyebar informasi merupakan industri yang selalu berkembang, yang mampu menciptakan lapangan

serta kesempatan kerja lain, serta menghidupkan industri lain yang terkait. Radio juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya.

Dilain pihak, institusi media dikelola masyarakat, Radio akhirnya terlihat sebagai sarana industri dan berkembang luas menjadi suatu Perseroan Terbatas (PT) dalam fase akhir. Upaya manajemen radio yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat menjadi manusia unggul menjadi pertimbangan akan peningkatan kualitas radio di mata masyarakat.

Dalam melihat permintaan pasar tersebut radio mahasiswa akan mementingkan keberadaan dirinya di antara media radio lainnya, disamping media cetak dan televisi. Dengan kebutuhan operasional yang meningkat dan untuk terus dapat menghidupinya, radio sebagai media industri yang akan mengandalkan iklan dari produsen yang menjadi partner kerja (profit oriented). (McQuail. Denis, 1991)

Radio Internet

Penemuan internet mulai mengubah transmisi sinyal analog yang digunakan radio konvensional. Radio internet atau dikenal juga sebagai web radio, radio streaming dan e-radio. Bekerja dengan mentransmisikan gelombang suara lewat internet. Prinsip kerjanya hampir sama dengan radio konvensional yang gelombang pendek (short wave), yaitu dengan menggunakan médium streaming berupa gelombang yang kontiniu. Sistem kerja ini memungkinkan siaran radio terdengar ke seluruh dunia asalkan pendengar memiliki rambat internet. Radio internet dikolaborasikan dengan sistem tradisional oleh stasiun radio terrestrial untuk memperluas jangkauan siarannya.

Siaran radio mempunyai sifat khusus atau karakteristik yang perlu dipahami, seperti hanya menyajikan suara, dapat membangun daya khayal, dan yang menjadi unggulan utamanya adalah cepat saat itu juga (real time), karena dengan mempelajari dan menguasai penguasaan karakteristik radio inilah

program radio dapat dikembangkan secara maksimal.

Manajemen Penyiaran

Menurut Wahyudi (1996:39), manajemen penyiaran adalah manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran, yaitu organisasi yang mengelola siaran, yang juga berarti sebagai “motor penggerak” organisasi penyiaran dalam usaha pencapaian tujuan bersama melalui penyelenggaraan siaran

Manajemen penyiaran merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian suatu kegiatan penyiaran yang dilakukan secara proporsional dan professional untuk mencapai target/sasaran yang telah ditentukan.

- a. Perencanaan (planning)
Perencanaan adalah menyiapkan rencana dan strategi yang akan dikerahkan guna mencapai tujuan perusahaan penyiaran. Dalam tahapan ini harus sudah tahu tentang apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan siapa yang akan menjalankan rencana tersebut. Radio harus memiliki Visi dan

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

- b. Pengorganisasian (Organizing)
pada umumnya, struktur organisasi stasiun penyiaran tidak memiliki aturan yang tetap. Bentuk stasiun penyiaran berbeda-beda antara satu manajemen dengan manajemen yang lain. Tanggung jawab dalam menjalankan sebuah radio terbagi menjadi dua kategori, yaitu manajemen penyiaran dan pelaksanaan operasional penyiaran. Secara umum, organisasi penyiaran terdiri dari paling atas adalah direktur utama, dan manajer stasiun. Dibawahnya terdiri dari manajer level menengah seperti traffic dan marketing. Traffic membawahi produser, penyiar, dan reporter. Sementara

- marketing membawahi tenaga sales.
- c. Pengaruh mengarahkan dan memberikan pengaruh memiliki tujuan agar merangsang antusiasme karyawan dalam menjalankan tanggung jawab kerja secara efektif. Fungsi memengaruhi atau mengarahkan fokus pada stimulasi karyawan dalam melaksanakan tanggung jawab yang dimiliki secara antusias dan efektif (Peter Pringle, 1991)
- d. Pengawasan (Controlling), pengawasan dilakukan berdasarkan kinerja karyawan yang bisa diukur agar penilaian berjalan secara efektif. Sebagai contoh, tingkat kepuasan pendengar radio yang ditentukan oleh sedekat apa penyiar dengan pendengar. Bagaimana cara menyampaikan informasi secara “cerdas”, serta kedekatan pada saat melakukan visitasi atau menyapa pendengar. Walaupun diucapkan untuk umum, namun bagaimana pendengar tersebut mampu menerima secara personal dari penyiar. Keterampilan penyiar radio

penyiar harus memiliki keahlian serta berperan dengan banyak hal. Karena salah satu fungsi penyiar adalah mampu mewakili citra stasiun radio tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif untuk mengetahui gambaran tentang “bagaimana strategi manajemen penyiaran radio dalam menghadapi persaingan informasi digital (studi pada radio KISS FM di Kota Medan).

Pendekatan ini dipilih agar dapat mengungkapkan secara mendalam tentang “bagaimana strategi manajemen penyiaran radio dalam menghadapi persaingan informasi digital (studi pada radio KISS FM di Kota Medan). Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Bogdan dan Taylor (Kaelan: 2012) bahwa metode penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, catatan-catatan yang berhubungan dengan makna, nilai serta pengertian. Selain itu metode kualitatif senantiasa memiliki sifat holistik, yaitu

penafsiran terhadap data dalam hubungannya dengan berbagai aspek yang mungkin ada.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bea Lubis, Program Director Radio KISS FM Medan, bahwa segmen pasar pendengar radio KISS Fm Medan adalah remaja yang berusia 15- 25 tahun. Remaja merupakan sasaran yang strategis untuk bisnis radio. Untuk mengatasi persaingan dengan radio-radio di zaman sekarang ini, radio KISS FM tetap konsisten memutar *single-single* lagu yang terbaru, dan bedanya kalau radio lain tetap memutar lagu-lagu yang hits secara berulang-ulang, di radio KISS FM selalu memutar lagu-lagu yang *up to date*. Pendengar radio dipastikan tidak akan bosan karena setiap hari Kamis di setiap minggunya, ada informasi dan lagu-lagu terbaru yang diputarkan. Radio KISS FM memang harus tampil beda.

Radio KISS FM bukan lagi radio konvensional, yang hanya menyampaikan informasi. Tetapi sudah merambah ke media sosial, seperti youtube. Terbukti adanya

acara-acara khusus di radio seperti interview bersama artis-artis dapat disaksikan di *channel youtube*.

Manajemen radio kiss fm Medan, sudah *all in one* yaitu melakukan siaran *melalui on air, off air* dan siaran *online atau live streaming*.

Dengan perkembangan teknologi saat ini, sebagai radio anak muda, pihak manajemen radio harus mengikuti trend yang berkembang di kalangan remaja sekarang. Radio tidak hanya menyampaikan informasi yang didapatkan dari *google* lalu disiarkan. Pihak manajemen juga melakukan aktifitas bersama komunitas-komunitas di luar kegiatan *on air*.

Kegiatan lainnya yaitu melakukan *live report* dengan meliput event-event lokal dan event – event diluar kota Medan. Dalam menghadapi era digital yang semakin berkembang, manajemen radio menggunakan terus menggunakan media sosial dan tetap mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju, tidak boleh gagap teknologi.

Pihak manajemen berusaha menyajikan berbagai varian informasi dan entertainment, supaya

pendengar lokal tetap nyaman mendengarkan siarannya. Para penyiar juga dituntut harus tau trend masa kini, dan memiliki kepribadian yang menyenangkan. Mengetahui berbagai genre jenis musik.

Manajemen menuntut penyiar harus berani mengaplikasikan ide-idenya. Penyiar juga harus kreatif dalam menyampaikan bahasa siarannya. Mau berani *speak up* dan berani mengambil tantangan itu dan mengaplikasikannya.

Kesulitan dalam menjalankan sebuah radio yaitu bagaimana membentuk teamwork, yang benar-benar solid yang bisa mengerjakan sesuai ekspektasi. Tantangannya terberatnya adalah bekerjasama dengan orang banyak

Simpulan

Standar Operational Procedure (SOP) menjadi sangat penting agar tidak terjadi kesalahan informasi bagi stasiun radio siaran pada saat on air dan harus selalu dipatuhi.

SOP meliputi :

a. Planning : perencanaan produksi program acara secara menyeluruh dari kegiatan operasioanal

penyiaran di stasiun radio siaran. Planning diwujudkan dalam dokumen yang berisi tentang tujuan dan target, biaya produksi, durasi, promosi, sumber materi dan musik, target pendengar, dan penempatan siar termasuk para crew yang akan terlibat.

- b. Collecting : Pengumpulan materi yang dibutuhkan dalam pelaksanaan siaran seperti menentukan siapa narasumber, bahan materi yang berasal dari pustaka atau siaran langsung dilapangan dengan melakukan wawancara. Pada prinsipnya collecting menghasilkan materi yang akan diolah untuk produksi.
- c. Writting: penulisan naskah yang akan dibacakan dalam siaran yang berasal dari materi yang telah diterima dan dirangkai menjadi naskah dari pembuka sampai penutup, diketik secara rapi sesuai tanda baca yang jelas dan siap dibaca.
- d. Mixing : Penggabungan materi suara dari penyiar dengan berbagai macam pendukung dan musik termasuk juga sound effect oleh seorang mixerman dengan menggunakan perangkat digital

- ataupun analog untuk menghasilkan paket acara yang siap siar. Standart acara dalam proses ini perlu sangat diperhatikan, karena setiap kemasan selalu berbeda jenis musik maupun lagunya
- e. On Air : Penayangan acara sesuai dengan random yang telah direncanakan. Vocal Recording tidak diperlukan apabila acaranya bersifat produksi siaran langsung (live) .
- f. Evaluation : Proses evaluasi dilakukan seusai siaran untuk menemukan apakah ada yang tidak sesuai dengan rencana sehingga dapat dilakukan koreksi, apakah hasil siarannya sesuai dengan ekspektas atau tidak. Hasil evaluasi bertujuan untuk melakukan perbaikan yang lebih sempurna untuk siaran kedepan
- Kepatuhan dalam menjalankan SOP menjadi kunci utama dalam keberhasilan pengelolaan radio siaran. Kesalahan yang terjadi dalam menjalankan SOP akan berakibat runtutan kegagalan dari masing-masing proses yang dapat mengakibatkan kegagalan keseluruhan acara, sehingga sangat

dimungkinkan berimplikasi pada lembaga yang menyiarkan, akibatnya radio akan ditinggalkan oleh para pendengar.

Perkembangan teknologi komunikasi selalu dikaitkan dengan kegunaannya yang senantiasa berhubungan dengan penyampaian informasi. Dengan perkembangan teknologi informasi dan teknologi komunikasi, membuat persaingan dan tantangan penyiaran radio semakin besar.

Daftar Pustaka

- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial; Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. (Edisi Kedua). Jakarta: Penerbit Erlangga
- McQuail, Denis. (1991). *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Erlangga
- Morissan. (2005). *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Ramdina Perkasa
- Mulyana, Deddy. (2009). *Komunikasi Efektif; Suatu Pendekatan Lintas Budaya*, Bandung: PT Rosda Karya Bandung
- Nasution, Nurhasanah. (2017). *Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi*. *Interaksi*, 1 (2): 174-183

Panuju, Redi. (2015). *Sistem Penyiaran Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia

Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: PT LKIS Pelangi Aksara,

Riswandi, (2009). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Romli. (2017). *Manajemen siaran radio*. Bandung: Nuansa

Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Suprpto, Tommy (2013). *Berkarier di bidang Broadcasting*. Jakarta: CAPS

Undang-Undang Penyiaran Republik Indonesia no. 32 tahun 2002

Wahyudi, 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Bandung: Gramedia Pustaka