

MANAJEMEN PROGRAMMING RADIK FM DI TENGAH KONVERGENSI MEDIA

Nabilla Berliana Khoir, Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si, Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Penyiar radio dan praktisi radio menghadapi peningkatan upaya penyiaran media konvensional di tingkat lokal, regional, nasional, dan sekarang global sebagai hasil dari media streaming dan teknologi podcast baru internet. Konvergensi komunikasi media massa berasal dari perkembangan teknologi masa ini, hingga memberikan dampak yang besar bagi perkembangan global komunikasi media massa. Teori yang digunakan adalah teori STPPF (Segmentasi, Targeting, Positioning dan programming). Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yang memakai metode studi kasus. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana manajemen programming di Radik FM. Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif yang memaparkan fakta-fakta objek penelitian. Menganalisa menggunakan data yang dikumpulkan melalui proses observasi secara langsung dengan melakukan wawancara kepada beberapa narasumber serta dokumentasi kegiatan di Radik FM. penelitian ini menunjukkan bahwa teori STPPF melalui manajemenya dapat mendeskripsikan bagaimana Radik FM dapat bertahan sebagai media alternatif prodi ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Segmentasi dan Targeting dalam menetapkan jumlah pendengar, Positioning dalam menjaga identitas radio, Formatting program siaran yang terkini, Programming kegiatan on air dan off air serta mengelola SDM. Memanfaatkan media sosial di tengah konvergensi media. Walaupun Radik FM tidak melakukan rating, mereka mampu menarik pendengar untuk mendengarkan program yang telah disiarkan.

Kata kunci : Teori STPPF, Konvergensi media, Media alternatif

Abstract

Radio broadcasters and radio practitioners are facing an increase in conventional media broadcasting efforts at local, regional, national, and now global levels as a result of the internet's new streaming media and podcast technologies. The convergence of mass media communication stems from the technological developments of this time, to a great impact on the global development of mass media communication. The theory used is STPPF theory (Segmentation, Targeting, Positioning and programming). This research is a type of descriptive qualitative research that uses the case study method. The purpose of this research is to find out how programming management in alternative radio. This research uses descriptive data analysis that describes the facts of the object of research. Analyzing using data collected through a direct observation process by conducting interviews with several sources and documentation of activities at Radik FM. This research shows that the STPPF theory through its management can describe how Radik FM can survive as a community radio in Soloraya. Segmentation and Targeting in determining the number of listeners, Positioning in maintaining radio identity, Formatting the latest broadcast programs, Programming on-air and off-air activities and managing human resources. Utilizing social media in the midst of media convergence. Although Radik FM does not conduct ratings, they are able to attract listeners to listen to the programs that have been broadcast.

Keywords : *STPPF Theory, Media convergence, Alternative radio*

1. PENDAHULUAN

Media untuk siaran radio terus mengalami pergeseran. Terlepas dari perkembangan berbagai media, seperti TV, film, layanan sambungan satelit, rekaman musik, dan Web. Kelangsungan hidup lembaga penyiaran radio saat ini banyak dibicarakan. Beberapa pernyataan dalam setiap diskusi radio adalah bahwa prosiding dari pengelola siaran radio terus bermunculan, “sekarang penyiaran radio semakin sulit, karena teknologi modern yaitu audio-visual”. Lembaga penyiaran radio ingin terus berusaha mencari terobosan-terobosan revolusioner, baik dari segi perkembangan bentuk penyiaran maupun materi penyiaran. Lembaga penyiaran radio perlu terus mencari inovasi dengan tujuan bersaing dengan media lain pada era konvergensi ini (Harliantara, 2019).

Konvergensi komunikasi media massa berasal dari perkembangan teknologi masa ini, hingga memberikan dampak yang besar bagi perkembangan global komunikasi media massa. Serta digunakan manusia saat ini dalam menemukan berita atau informasi dengan cepat dan aktual melalui akses berbasis online atau internet. Konvergensi media bisa disebut dengan penggabungan media ke dalam sebuah media tunggal. Seperti *smartphone* yang didalamnya berbagai macam media massa seperti *e-book*, *video streaming* atau *radio streaming* dan lainnya hal ini juga disebut konvergensi media (Rachmaria & Rafika, 2018).

Stasiun penyiaran radio yang ikut terjadinya konvergensi media adalah radio. Radio adalah media yang menciptakan peluang untuk pertukaran dan berbagi informasi yang tidak diskriminatif untuk penyebaran dan penyebaran informasi melalui penyiaran untuk kebutuhan segmen populasi tertentu dan tambahan melakukan 'narrowcasting' melalui pemrogramannya untuk kebutuhan khalayak tertentu (Kabah, 2017). Maka dari itu pentingnya manajemen program dalam stasiun radio untuk berdampingan dengan media baru.

Salah satu radio anak muda yaitu Radik FM yang berfrekuensi 89.8 FM, Radik FM mengemas siarannya berbeda dengan radio manapun, apalagi di tengah persaingan media penyiaran. Dibawahi oleh prodi ilmu komunikasi sebagai media alternatif, Radik FM menyajikan informasi seputar kampus atau yang sedang *trending* di masyarakat. Dengan tagline *Get Creative Be Positive in Edutainment Station* dengan makna menjadi kreatif dan menyebarkan semangat positif melalui siaran yang berpendidikan dan menghibur. Memanfaatkan konvergensi media, Radik menggunakan strategi minat pendengar dengan membuka request lagu melalui DM Instagram Radik atau titip salam melalui *contact person* Radik FM saat *on air*. *Off air* pun Radik FM masih aktif dengan menyajikan podcast yang diunggah melalui Spotify dan Instagram, dan memutar top playlist lagu yang dikemas program

Music Corner. Hal ini menjadi daya tarik mahasiswa lainnya sebagai radio kampus bahkan sering dijadikan *media partner* untuk event- event kampus. Dengan memanfaatkan platform Spotify dan Instagram, menjadi strategi Radik FM dalam menjaga eksistensinya agar layanan streaming Radik FM dapat diakses oleh mahasiswa UMS dan masyarakat dengan mudah di tengah konvergensi media baru. Hal ini menjadi objek penelitian mengenai manajemen programming pada Radik FM di tengah konvergensi media.

Selanjutnya adalah penelitian tentang konvergensi media yang dilakukan oleh Haniel Setiawan dan Rini Damarsuti mengenai strategi komunikasi radio di era digital, dimana radio Suara Salatiga melakukan tiga strategi komunikasi di era digital. Pertama, radio Suara Salatiga melakukan konvergensi media melalui siaran streaming dan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Website*. Kedua, loyalitas kepada pendengar dengan melakukan jumpa pendengar, memberi perhatian kepada komunitas pendengar radio se-Salatiga. Ketiga, strategi komunikasi dilakukan dengan *planning* atau perencanaan dimulai dengan observasi yang dibutuhkan masyarakat saat ini hingga evaluasi (Setiawan & Darmastuti, 2021). Perbedaannya, penelitian ini berfokus upaya loyalitas kepada pendengar radio dan memperbaiki kualitas siaran dengan melakukan konvergensi media. Sedangkan peneliti sendiri ingin mengetahui manajemen radio sebagai media alternatif di tengah konvergensi media.

Penelitian konvergensi media lainnya dilakukan oleh Dian Muhtadiah Hamna, sebuah kajian yang memberikan gambaran pengaruh konvergensi media di bidang jurnalis, menyatakan bahwa terjadi televisi (Fajar TV) dan radio (Fajar FM) adalah dua bentuk konvergensi media. Wartawan yang bekerja dengan banyak pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan media dipengaruhi oleh konvergensi. Untuk memenuhi persyaratan platform media Sumber Daya Manusia (SDM) , konvergensi ini juga memaksa jurnalis untuk meningkatkan keterampilan mereka. Menghadapi persaingan media digital, konvergensi media juga menjadi keniscayaan. Sayangnya, kesejahteraan jurnalis belum terpengaruh oleh konvergensi media. Padahal keduanya bekerja untuk Fajar TV dan Fajar FM, jurnalis tetap dibayar untuk satu platform media (Hamna, 2018). Perbedaannya, penelitian ini untuk mengetahui dampak konvergensi media terhadap kinerja jurnalis. Sedangkan peneliti ingin mengetahui kinerja radio di tengah konvergensi media.

Stefan Hirschmeier dan Vanessa Beule meneliti tentang *Characteristics of the Classic Radio Experience Perceived by Young Listeners and Design Implications for Their Digital Transformation*. Penelitian ini menjelaskan tentang karakteristik podcast dan radio konvensional dengan design- design agar tetap bertahan pada media digital. Penelitian ini berfokus kepada para remaja terhadap kepuasan mendengarkan radio dalam berbagai konten

menarik juga interaktif, dan keuntungan mendengarkan radio daripada media lain (Hirschmeier & Beule, 2021).

Penelitian lainnya tentang radio kampus di Israel dan dapatkan program musik sebagai program alternatif oleh (Laor, 2020). Mengidentifikasi fitur utama stasiun radio perguruan tinggi di Israel, tren musik dari stasiun-stasiun ini, dan mengeksplorasi apakah radio perguruan tinggi berfungsi sebagai alternatif penyiaran komersial dan mempromosikan nilai-nilai demokrasi dengan menyediakan platform untuk suara yang beragam. Hasilnya program radio komunitas di kampus sedikit berbeda dari stasiun radio komersial atau publik. Radio komunitas kampus tidak memiliki format, konten, atau kebijakan musik yang jelas: musik dan kontennya mencerminkan topik minat dan preferensi musik mahasiswa. Dalam proses pembelajaran, penyiaran, dan produksi di radio, mahasiswa mengembangkan daftar putar yang menyertakan musik yang tidak disiarkan di stasiun radio nasional. Stasiun radio perguruan tinggi Israel menyiarkan musik mainstream dengan "sentuhan" musik alternatif (Laor, 2020).

Penelitian lain dilakukan oleh Christopher Cwynar, membahas tentang seberapa efektif stasiun radio dapat memanfaatkan komunitas lokal mereka untuk bersaing dalam paradigma media digital berjejaring. Persaingan antara stasiun radio dengan media digital menjadikan radio menjadi organisasi independen. Media digital secara efektif sebagai “pakaian” media publik yang secara tidak langsung menggeser radio sebagai komunitas media global benar-benar independen. Namun beberapa stasiun radio menemukan kembali diri mereka sendiri dengan memanfaatkan keunggulan unik mereka di pasar digital yang lebih luas. Lembaga penyiaran semakin berjuang ketika organisasi “media publik” berevolusi untuk melayani publik yang berbeda melalui berbagai bentuk media dalam mediascape digital (Cwynar, 2020).

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Yefi Dyan Nofa Harumike, Endah Siswati dan Fera Tara Batari mengenai manajemen program radio di era digital. Menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh radio dalam mempertahankan eksistensinya yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: Pertama, keunggulan konten lokal yang dikemas formal tapi santai. Kedua, partisipasi dari masyarakat dalam program radio *citizen journalism*. Ketiga, penerapan manajemen program (*planning, organizing, influencing* dan *controlling*). Keempat, pemanfaatan saluran streaming dan media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*. Kelima, terus konsisten mempertahankan sistem komunikasi dua arah menggunakan media sosial (Harumike et al., 2021). Perbedaannya, penelitian ini menggunakan manajemen program yaitu *planning, organizing, influencing* dan *controlling* untuk mempertahankan eksistensinya. Sedangkan peneliti menggunakan STPPF untuk mengetahui manajemen programming radio.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah Nasution mengenai manajemen penyiaran radio di tengah persaingan informasi digital yang semakin berkembang. Manajemen radio memanfaatkan media sosial dan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih. Media sosial telah menggantikan radio konvensional, yang biasanya menyiarkan informasi. Memanfaatkan kanal YouTube untuk siaran langsung, luring, dan siaran langsung. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan persaingan dan tantangan penyiaran radio semakin besar (Nasution, 2018). Penelitian ini berfokus pada bisnis radio melalui manajemen penyiaran dalam mengatasi persaingan. Sedangkan penelitian yang akan diteliti mengenai programming radio dalam mempertahankan eksistensinya di era konvergensi media.

Meskipun ketinggalan zaman, radio mampu mempertahankan media siarannya dengan memanfaatkan internet sebagai *new era* radio. Hal ini diharapkan media penyiaran bisa menerapkan manajemen yang baik agar tetap menjaga eksistensinya di tengah persaingan media dan membuktikan bahwa radio tidak akan mati di tengah arus perkembangan zaman. Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin melakukan penelitian dengan topik manajemen programming Radik FM yang memiliki rumusan masalah adalah:

1. Bagaimana manajemen programming yang dilakukan Radik FM di tengah konvergensi media ?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen programming yang diterapkan pada Radik FM di tengah konvergensi media dan strategi Radik FM dalam mengemas program-program yang disajikan kepada khalayak dan mencuri perhatian hati pendengar untuk selalu dalam frekuensi. Selain itu, subjek dalam penelitian ini belum pernah dilakukan sebelumnya dan diteliti. Metode dan teori yang digunakan berbeda dengan penelitian terdahulu. Juga menjadi media pembelajaran bagi para mahasiswa dan orang-orang yang berkecimpung di dunia media penyiar. Studi ini diharapkan dapat menjadi sumber belajar bagi media, khususnya program manajemen radio, tentang cara membuat program siaran yang banyak diminati pemirsa di era digital. Selain itu, diharapkan penelitian ini akan berguna dalam implementasi program strategis untuk memberikan wawasan penyiaran tentang manajemen produksi siaran radio. Setelah itu dapat dimanfaatkan sebagai bahan untuk keperluan penilaian program siaran dan peningkatan kualitas siaran.

Manajemen di setiap radio berbeda- beda tergantung dari genre siaran radio, jenis stasiun radio dan besarnya manajemen pada stasiun radio. Radio bergenre musik akan memiliki manajemen yang berbeda dengan radio bergenre informatif. Tergantung dari stasiun radionya bagaimana untuk menarik pendengar dan mempertahankan eksistensinya. Dalam pengkajian

pengelolaan radio, menggunakan strategi Segmentasi, Targeting, Positioning, Formating dan Programming yaitu :

1. **Segmentasi**, segmentasi didalamnya yang bisa disebut dengan segmentasi khalayak, segmentasi khalayak ini terdiri dari tiga segmentasi yang mewakili dari beberapa cakupan, yaitu :
 - a. *Segmentasi Demografis*, untuk memudahkan menjangkau dan mengidentifikasi target pasar, segmentasi ini didasarkan pada data populasi seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, suku, pendapatan, pendidikan, agama, dan sebagainya (Agustim, 2018).
 - b. *Segmentasi Geografis*, menunjukkan bagaimana individu dari satu wilayah berbeda dari individu dari wilayah lain di dunia, bahkan dalam bangsa yang sama, dalam hal kebutuhan, keinginan, dan konsumsi mereka. Segmentasi khalayak dalam aspek geografis bisa didasarkan pada wilayah kota (*urban*), pinggiran kota (*sub urban*) dan pedesaan (*rural*).
 - c. *Segmentasi SES (status ekonomi dan sosial)*, kelas ekonomi menengah, kelas ekonomi bawah, dan kelas ekonomi atas.
2. **Targeting**, media penyiaran akan berkompetisi dalam menyeleksi segmen karena merupakan bagian penting dari strategi program dan mencakup pendengar atau audiens. Targeting atau disebut penentuan pasar sasaran menurut Tjiptono (1997) adalah “tindakan untuk memilih satu atau lebih segmen pasar untuk dimasuki” (Agustim, 2018).
3. **Positioning**, biasanya tidak begitu penting selama tingkat persaingan media penyiaran tidak begitu tinggi. Positioning akan penting jika persaingan telah tinggi (Morissan, 2018). Penyiaran radio membangun suatu image untuk membentuk citra radio di dalam benak pendengar. Namun pendengar bisa membentuk image yang berbeda dari yang diekspektasikan lembaga penyiaran tersebut. Maka dari itu, penyiaran radio wajib menyampaikan suatu pesan yang sama untuk menghasilkan fungsi utama program radio serta positioning. Positioning sebagai gambaran atau deskripsi tentang “brand” atau merek di benak audiens. Brand ini bisa berupa stasiun radio, televisi atau format acara yang disiarkan. Positioning wajib dilakukan dengan perencanaan yang matang dan langkah yang tepat (Geofakta Razali, 2017). Jadi peran positioning yaitu menjadikan suatu acara radio berada pada urutan pertama dalam benak pendengar, sehingga program radio dan penyiaran radio tersebut akan lebih diingat (Andy Rustam M., 2021).

4. **Formatting**, Pemformatan radio dulunya adalah pekerjaan yang jauh lebih sederhana daripada sekarang; bahkan pasar besar memiliki stasiun radio yang relatif sedikit dengan audiens yang signifikan. Pada tahun 80-an, ketika stasiun FM biasanya menarik audiens yang lebih besar daripada stasiun AM, ada begitu banyak pilihan stasiun di sebagian besar wilayah sehingga formatting radio menjadi aturan, dan sebagian besar stasiun AM dan FM mulai melayani segmen kecil dari audiens yang tersedia (Noerberg, 2016). Membuat program siaran yang menarik dan mendapat audiens, merupakan aspek penting dalam konsep “radio programming” dan setara dengan pengembangan format radio (Andy Rustam M., 2021). Format stasiun penyiaran radio ketika diterjemahkan dalam kegiatan siaran harus tampil dalam empat wilayah:
 - a. Kepribadian (personality) penyiar dan reporter
 - b. Pilihan musik dan lagu
 - c. Pilihan musik dan gaya bertutur
 - d. Spot atau kemasan iklan, jingle, dan bentuk-bentuk promosi acara radio
5. **Programming**, dalam proses programming yang penting adalah tujuan programming yang disusun. Kepenyiaran radio mempunyai target yang spesifik, misalnya radio bergenre musik yang disukai kaum milenial atau radio genre informatif yang disukai kaum dewasa. Radio lokal memiliki target yang lebih spesifik karena jangkauannya, biasanya pendengar radio lokal adalah orang-orang yang berada di wilayah sekitar. Pembawaan atau mood dari penyiar radio juga berpengaruh pada programming radio. Biasanya siaran radio menggunakan backsound untuk menambah *feel* dari penyiarannya sehingga enak didengar dan disesuaikan dengan audiens yang menjadi segmentasi radio tersebut. Programming radio merupakan salah satu kegiatan pada penyiaran yang spesifik mengelola aktivitas program siaran, mulai dari perencanaan program hingga penilaian program. Programmer atau program director mengatur materi siaran terutama menyeleksi, menjadwalkan, dan mempresentasikan siaran sehingga penilaian atau evaluasi program dilakukan terus menerus untuk format penyiaran radio dengan tujuan membangun image radio yang telah direncanakan dan mencapai target audiens agar terus berkembang (Andy Rustam M., 2021).

Sebelum teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat, tidak ada yang memprediksi secara pasti bahwa akan ada saatnya pengolahan informasi, metode komunikasi, dan konsumsi media dapat dilakukan dengan sangat nyaman sehingga dapat digunakan hampir tanpa batasan waktu dan tempat. Akhir-akhir ini informasi sudah dapat disebarluaskan dan diterima secara real-time, dari mana saja, hanya dengan gadget portable sederhana yang sudah

dimiliki dan dikonsumsi kebanyakan orang sehari-hari, seperti handphone dan tablet. tiga dekade lalu setelah munculnya internet, berbagai kemungkinan mulai bermunculan untuk menikmati konten hiburan dalam berbagai bentuk. Tren ini memberikan peluang bagi industri media untuk merancang konvergensi media. Henry Jenkins (2006) mengatakan perubahan besar-besaran dalam lingkungan media selama beberapa dekade terakhir, ditangkap secara ringkas oleh konsep "konvergensi" (Odartey-Wellington et al., 2020).

Pada bukunya yang berjudul "*Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*" Jenkins menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses terjadinya perubahan teknologi yang sesuai dengan perkembangan masyarakat. Konvergensi media terdiri dari 3C yaitu, *Computing* (memasukkan data melalui komputer), *Communication* (komunikasi) dan *Content* (isi konten) (Jenkins, 2006).

Dahulu orang belum pernah mendengar tentang multimedia atau internet, namun saat ini sudah menjadi hal yang lumrah. Mulai sadar dan berkembang sesuai dengan perubahan yang tidak biasa di mata publik. Mengikuti tren masyarakat yang mulai banyak menggunakan media baru, internet, perkembangan teknologi baru, termasuk penyiaran radio, membawa perubahan yang signifikan. Menggunakan perkembangan teori konvergensi, teknologi baru yang sebelumnya berbeda kini dapat digabungkan, termasuk penyiaran radio (Andy Rustam M., 2021).

Konvergensi bukan hanya memindahkan isi siaran dari radio ke media baru namun lebih jauh dibutuhkan untuk mampu mempengaruhi dalam merubah perilaku khalayak untuk kembali mendengarkan radio. Penguatan sdm dengan edukasi serta pendampingan skill. melaksanakan observasi trend pendengaran radio termasuk riset perubahan pola akses informasi masyarakat merupakan satu hal yang krusial dilakukan lembaga penyiaran radio pada konvergensi media (Aini & Asy, n.d.).

Seperti yang dilakukan Radik FM menggunakan media sosial Instagram untuk penyebaran informasi dan merambah ke platform streaming online. Jadi radio sebagai media informasi di era digital saat ini sudah seharusnya memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan informasi agar mendapat jangkauan khalayak yang luas (Asy'ari & Luthfi, 2018).

2. METODE

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yang memakai metode studi kasus dengan berlandaskan paradigma positivistik memakai kajian literatur atau teori pada penelitiannya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana manajemen

programming di Radik FM. menggunakan metode studi kasus untuk menggali substansi mendasar di balik fakta yang terjadi di dunia. Studi kasus artinya fenomena kontemporer secara utuh serta menyeluruh di kondisi yang sebenarnya dengan memakai berbagai bentuk data kualitatif (Yin, 2018).

Penelitian dilakukan untuk menganalisa manajemen programming Radik FM di tengah konvergensi media sebagai radio kampus. Pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini adalah purposive sampling. Karena lebih memfokuskan kepada kualitas informasi. Menurut Sugiyono, Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik purposive sampling dipilih dengan pertimbangan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2014).

Subjek dalam penelitian ini adalah radio ilmu komunikasi UMS yaitu Radik FM yang terdiri dari General Manager, Sekretaris, Bendahara, Divisi Produksi, Kepenyiaran, Maintenance dan Marketing Communication. Penelitian ini berfokus meneliti manajemen programming pada Radik FM di tengah konvergensi media.

Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan data primer melalui wawancara mendalam agar tidak hanya memahami permasalahan dari luarnya saja, tetapi juga dari dalam sebagai entitas yang utuh dan detail. Peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan subjek penelitian secara langsung untuk mengumpulkan data atau informasi mengenai manajemen programming sesuai teori. Peneliti tidak hanya menerima informasi dari subjek penelitian tetapi juga bisa menangkap makna tersirat dari informasi tersebut. Memahami setiap detail objek yang diangkat sebagai sebuah kasus untuk dikaji dan menjelaskan sebuah realita. Penelitian ini menggunakan studi kasus dalam mencari data, maka diperlukan banyak sumber bukti melalui wawancara dengan informan (Yin, 2018). Hasil wawancara akan didukung data sekunder dengan dokumentasi. Rekam jejak kegiatan juga penting dalam penelitian studi kasus dan tidak hanya mengandalkan wawancara saja untuk mengumpulkan data. Dokumentasi ini digunakan sebagai bukti dan pelengkap data dalam penelitian. Juga menggunakan literatur ilmiah yang berhubungan dengan penelitian ini serta arsip dokumentasi dari subjek penelitian (Paramitawati et al., 2022).

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif yang memaparkan fakta- fakta objek penelitian. Teknik ini untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan apa adanya tanpa ada maksud membuat kesimpulan atau menguji hipotesis (Sugiyono, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai manajemen programming Radik FM. Mulai dari program acara yang dikemas sedemikian rupa agar bisa dinikmati pendengar di tengah konvergensi media saat ini.

Menganalisa menggunakan data yang dikumpulkan melalui proses observasi secara langsung dengan melakukan wawancara kepada beberapa narasumber serta dokumentasi kegiatan di Radik FM. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman Radik FM secara sistematis dan akurat mengenai hal-hal yang terjadi selama penelitian berlangsung.

Data yang terkumpul merupakan bahan awal yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Dari data yang sudah terkumpul akan dianalisis kemudian hasilnya akan dimasukkan untuk penarikan kesimpulan. Pentingnya data, maka keabsahan data yang terkumpul menjadi vital. Data yang salah akan memberikan kesimpulan yang salah begitupun sebaliknya, data yang sah atau valid akan menghasilkan kesimpulan yang benar atau valid. Itulah yang disebut validitas data (Bachri, 2010).

Penelitian ini menggunakan teknik validitas data triangulasi. Triangulasi merupakan teknik keabsahan atau validitas data dengan memanfaatkan sesuatu atau sumber lain diluar data tersebut sebagai pembanding terhadap data itu. Model triangulasi yang digunakan penelitian ini adalah triangulasi sumber, yang berarti membandingkan atau mengecek informasi yang didapat melalui sumber yang berbeda. Baik itu sumber dari hasil pribadi, wawancara atau dokumen yang ada.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 HASIL PENELITIAN

Radik FM merupakan radio alternatif milik prodi ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta atas pembaharuan nama dari Radik Radio. Berdiri pada tanggal 7 September 2010, Radik FM mengudara di frekuensi 89.8 FM. Radik ditujukan untuk anak muda berusia 18- 25 tahun dengan memberikan berbagai program edukasi serta hiburan. Selain itu, Radik FM sebagai wadah mahasiswa ilmu komunikasi untuk menunjukkan *passion* mereka di dunia penyiaran.

Manajemen radio yang dilakukan Radik FM sebagai radio alternatif mahasiswa ilmu komunikasi yang berada di dalam lingkungan kampus didasarkan pada lima tahapan yaitu Segmentasi, Targeting, Positioning, Formatting dan Programming yang menjadi alat analisis dalam penelitian Manajemen programming Radik FM di tengah konvergensi media dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Manajemen programming Radik FM

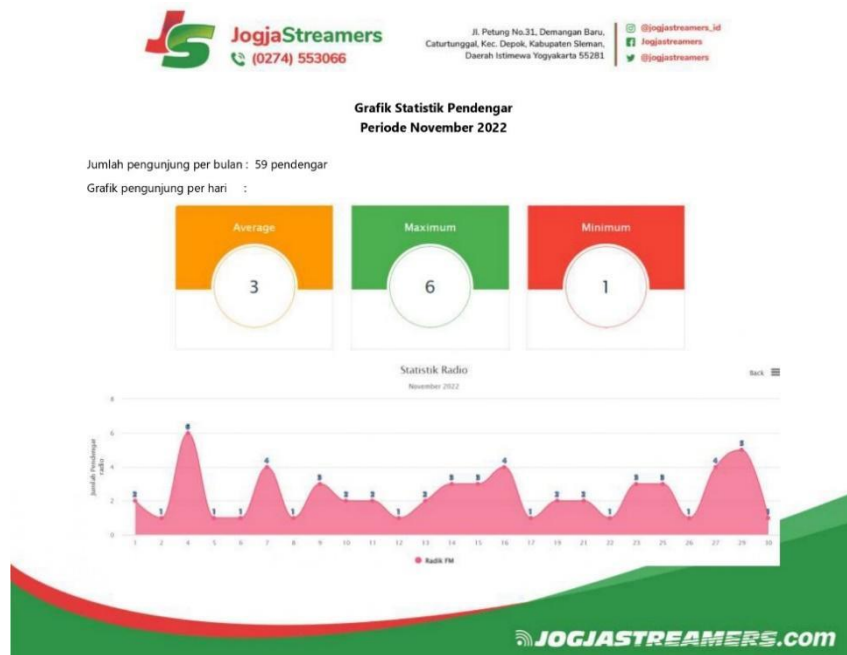
1) Segmentasi dan Targeting Radik FM

Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Radik FM memiliki program siaran bertemakan anak muda dan penyiar notabenenya mahasiswa sehingga menyusun acara yang menyasar ke generasi muda. Hal ini menjadikan radio alternatif yang memiliki keunikan yang tidak dimiliki radio lain. Seperti yang diungkapkan General Manager Radik FM Mayang menyatakan :

“Kalau radik pendengarnya itu dari remaja sampai dewasa ya, tetapi memang diutamakan untuk mahasiswa karena ada beberapa program yang pembahasannya seputar kampus. Tetapi tidak hanya mahasiswa saja, masyarakat umum mulai dari pelajar bisa untuk dengerin Radik dan semua kalangan karena sudah bisa diakses melalui jogjastreamers”. (Wawancara 9 Desember 2022)

“Kita berinteraksi dengan pendengar melalui Whatsapp atau DM Instagram ketika siaran program Hello berlangsung. Dimana sobat radik bisa kirim sapa, salam dan request lagu di program tersebut”. (Wawancara 9 Desember 2022)

Dari wawancara diatas menunjukkan bahwa sebelum melakukan komunikasi, manajemen Radik FM harus mengetahui sasaran yang hendak dituju disesuaikan dengan tujuan komunikasinya, apakah agar khalayak sekedar mengetahuinya atau agar khalayak melakukan tindakan persuasif tertentu. Target Radik FM ditentukan berdasarkan sasaran yang ingin diraihinya. Adapun gambar pendengar radio Radik tahun 2022 yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Sumber Jogjastreamers

Targeting merupakan media penyiaran akan berkompetisi dalam menyeleksi segmen karena merupakan bagian penting dari strategi program dan mencakup pendengar atau audiens. Target dari Radik FM adalah audiens Radik yang disebut dengan Sobat Radik. Sebutan untuk pendengar Radik FM yang bersegmen anak muda berusia 18- 25 tahun. Manager Kepenyiaran mengatakan bahwa :

“Radik itu punya pemancar tidak bisa sampai jauh jangkauannya, makanya Radik memutuskan menggunakan layanan streaming untuk menjangkau audiens yang lebih banyak dan alhasil dengan adanya streaming tersebut, audiensnya pun semakin banyak dan juga mendapatkan keuntungan. Dari Radik juga tahu jangkaun setiap bulannya dari jogjastreamers sehingga Radik bisa meningkatkan kualitasnya”.
(Wawancara 17 Januari 2023)

Radik FM harus tahu target pasar dan melalui sarana apa agar bisa berinteraksi dengan pendengar. Jika salah dalam menentukan target strategi, maka tujuan tidak akan tercapai. Dengan mengetahui target pendengar khususnya para remaja, Radik FM yang memiliki karakteristik program dengan tema program informasi dan hiburan terkini kepada masyarakat yang memiliki nilai edukasi sebagai radio alternatif di lingkungan kampus.

2) Positioning (Identitas) Radik FM

Tujuan pribadi radio adalah pendengar akan merasa seperti berbicara dengan seseorang saat mendengarkan radio. Inilah salah satu ciri radio yang semakin menarik perhatian pendengarnya. Berbeda dengan media lain yang lebih bersifat publik dan tidak bisa memberikan return secara langsung. Minat pendengar radio terhadap media yang satu ini menjadi ajang perlombaan bagi radio untuk bersaing di pasar. Kompetisi ini menuntut setiap stasiun radio memiliki kreativitas yang tinggi agar mampu mempertahankan positioningnya. Strategi gagasan isi pesan rasional, emosional dan moral melalui pemanfaatan media dan kesenjangan konsumen yang tepat merupakan syarat membangun positioning. Keberhasilan mempertahankan positioning juga menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan (Djudjur Luciana R, 2020).

Maka dari itu, Radik FM harus bertindak dalam strategi penyiaran yang tepat agar program siaran dapat dinikmati pendengar. Tagline radio juga menjadi positioning bagi Radik FM yaitu, *Get Creative Be Positive in Edutainment Station* dimana sebagai wadah mahasiswa ilmu komunikasi untuk unjuk gigi dalam daya tarik kepenyiaran sekaligus menjadi kreatif dan semangat positif melalui siaran edukasi dan hiburan. Selain itu, menyapa audiens Radik dengan sebutan Sobat Radik memposisikan Radik FM sebagai teman yang menemani audiens beraktivitas.

Kegiatan Radik FM selain siaran adalah aktivitas *off air* yang dilakukan seluruh anggota. Hal ini diharapkan bisa membangkitkan semangat kinerja anggota Radik FM. Seperti yang diungkapkan Manager Kepenyiaran Rizka bahwa :

“Kita pernah berkunjung ke Solo radio sembari belajar dan refreshing. Disana kita mengamati mekanisme siaran, proses siarannya, kualitas program siarannya dan saling sharing dengan teman- teman Solo radio. Kita juga melakukan challenge podcast kepada anggota Radik untuk melatih anchor mereka dan memberikan reward kepada tiga juara”. (Wawancara 17 Januari 2023)

Selain kegiatan internal, Radik FM mengadakan webinar yang dibuka untuk umum tidak hanya dituju untuk mahasiswa saja. Melalui kegiatan ini diharapkan Radik FM dikenal banyak orang, General Manager mengatakan bahwa :

“Tiap tahun kita mengadakan Webinar mengundang pembicara di luar kampus. Kemarin tahun 2022, kita mengundang anchor dari Solo Radio untuk membagikan pengalamannya sebagai penyiar dan pelatihan public speaking”. (Wawancara 9 Desember 2022)

Dari aktivitas *off air* tersebut, Radik FM akan membagikan kegiatannya ke media sosial supaya banyak orang yang mengetahui Radik FM. Semakin banyak orang tahu, Sobat Radik akan semakin bertambah.

Salah satu identitas radio yang perlu diperhatikan selain temuan diatas yaitu, bahasa siaran. Setiap stasiun radio memiliki ketentuan dan karakter dari segi penyiarnya. Radik FM juga memperhatikan bahasa dan ciri khas dari penyiarnya. Seperti yang diungkapkan Manager Kepenyiaran bahwa :

“Kita tidak mematok kriteria. Karena setiap announcer, mereka punya ciri khas masing- masing. Dari setiap ciri khas tersebut, divisi kepenyiaran menempatkan announcer ini cocoknya di program formal atau non- formal. Jadi kita sesuaikan dari warna suaranya, karakter penyiarnya dan pembawaannya”. (Wawancara 17 Januari 2023)

Dalam penelitian Diana Anggraeni (2018) dimana radio lokal mempertahankan identitasnya sebagai media alternatif yang memberikan informasi kepada masyarakat terkait pembangunan hingga kegiatan pemerintahan lokal karena berkaitan dengan kehidupan sehari- hari (Anggraeni, 2018). Radik FM memiliki program- program yang memberikan informasi- informasi dan hiburan terbaru di kalangan masyarakat. Dalam mempertahankan positioning atau identitasnya tidak terlepas dari kerja tim dari seluruh anggota Radik FM.

3) Formatting Radik FM

Menurut Pringle-Starr-McCavitt menjelaskan format: “the programming of most stations is dominated by one principal content element or sound, known as format”, oleh karena itu program-program sebagian besar stasiun radio didominasi oleh satu detail penting dari konten atau suara yang dikenal sebagai format. (Morissan,

2018). Namun, dalam banyak kasus, manajemen stasiun bereaksi dengan mengubah format dengan harapan membangun audiens yang lebih besar tetapi berbeda untuk layanan baru sehingga menghancurkan harapan audiens yang ada sama sekali. Membangun audiens baru hampir selalu lebih sulit daripada "memperbaiki" stasiun yang sudah memiliki audiens yang mapan (Noerberg, 2016).

Format stasiun radio terdiri dari format musik, dialog interaktif, berita dan format khusus. Format musik paling umum digunakan di setiap stasiun radio. Format musik terdapat berbagai jenis genre: *adult contemporary*, *album oriented rock*, *beautiful music*, *classical*, *contemporary*, *hit radio*, *classic rock*, *country*, *jazz*, *middle of road*, *oldies* dan *urban contemporary* (Andy Rustam M., 2021).

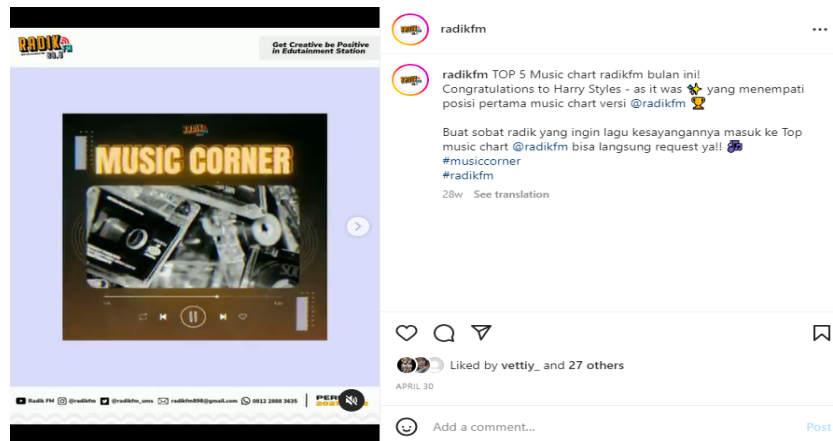
Format berita terdiri dari berita lokal, regional, nasional internasional, analisis, laporan feature dan editorial. Selain *all news*, terdapat format *all talk* yang di dominasi perbincangan. Sedangkan format khusus, yang target audiensnya dilihat dari etnik atau agama.

No	Program Siaran	Tentang
1.	Radik Hari Ini (RHI)	Siaran berita <i>update</i> lokal, nasional, internasional dan juga berita olahraga (<i>sport news</i>).
2.	Ensiklopedia	Siaran seputar teknologi atau media terkini.
3.	<i>Issue of The Week</i>	Siaran mengenai isu- isu terkini yang terjadi dalam 1 minggu.

Tabel 2. Format Siaran News

No	Program Siaran	Tentang
1.	<i>The Hobbies</i>	Siaran terkait kegiatan yang disukai seperti hobi, <i>fashion</i> , <i>food</i> , <i>art</i> , dan lain- lain.
2.	Intermezo	Siaran mengenai tokoh inspiratif, Top 5 & Versus
3.	<i>Music Corner</i>	Siaran membahas berbagai genre musik sekaligus penyanyinya.
4.	Hello	Siaran <i>on air</i> musik dan interaksi dengan pendengar.

Tabel 3. Format Siaran Hiburan



Gambar 2. Sumber Instagram Radik FM

Format khusus program siaran Radik ada program Da'I, yaitu program islami masa kini membahas mengenai kisah nabi, akhlak dan materi kemuhammadiyah. General Manager mengatakan bahwa :

“karena program Radik basicnya santai, lalu karena kita dari kemuhammadiyah jadi kita ada program Da'I terkait materi kemuhammadiyah. Karena kita lingkungan kampus, kita punya program zona kampus. Kita bisa mengundang mahasiswa berprestasi atau kegiatan selama di kampus”. (Wawancara 9 Desember 2022)

Selain itu format yang digunakan dalam menyiarkan program menjadi faktor lain yang menarik banyak pendengar. Penggunaan bahasa daerah atau bahasa sehari-hari juga memberikan daya tarik program yang populer. Perlu merekomendasikan program radio untuk mempertimbangkan waktu, kesinambungan, dan kontinuitas dalam pemrograman radio untuk menarik perhatian audiens yang ditargetkan dari setiap siaran radio, misalnya dengan lebih banyak musik untuk diputar di media komunitas daripada media luar negeri (Kabah, 2017).

4) Programming Radik FM

Hal pertama yang terlintas di benak kita saat memikirkan stasiun radio adalah musik. Tapi, ada banyak hal lain yang terjadi di balik layar sebuah stasiun radio. Yang

paling penting dari hal-hal ini adalah pemrograman. Pemrograman adalah hal yang membuat stasiun radio unik dan berbeda dari stasiun radio lainnya di dunia. Tanpa itu, tidak akan ada alasan bagi siapapun untuk mendengarkan stasiun khusus karena tidak akan ada sesuatu yang baru atau menarik untuk ditawarkan kepada pendengarnya. Stasiun radio memiliki berbagai jenis format pemrograman yang dapat mereka gunakan untuk menarik audiens target mereka dan membuat mereka tetap tertarik.

Proses perencanaan programming yang paling penting adalah pertimbangan mengenai tingkatan apa yang ingin dicapai dan bagaimana mengelola programming tersebut. Hanya dengan melalui kesuksesan programming inilah pengembangan citra dan reputasi brand terhadap pendengar akan diraih sebanyak- banyaknya. Dalam perencanaan programming radio dimulai dari penjadwalan program siaran yang telah dibuat oleh radio sudah memiliki waktu dan jadwal yang tetap dan tidak berubah. Supaya pendengar tidak melewatkan program siaran tersebut. Seperti program Hello yang tayang setiap hari Senin, Kamis dan Jum'at pukul 12.00- 13.00 WIB, dimana program ini berinteraksi dengan Sobat Radik yang bisa kirim salam dan request lagu untuk diputar.

Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at
Da'I	Da'I	Da'I	Da'I	Da'I
The Hobbies	The Hobbies	The Hobbies	The Hobbies	The Hobbies
Ensiklopedia	Ensiklopedia	Ensiklopedia	Issue of the week	Ensiklopedia
Hello	RHI	RHI	Hello	Hello
RHI	Zona Kampus Eventorial	Zona Kampus Tematik	RHI	RHI
Music Corner	Intermezzo	Intermezzo	Intermezzo	Music Corner

Tabel 4. Jadwal Program Siar Radik FM

Sebelum siaran, announcer akan update story di Instagram untuk menginfokan program yang akan disiarkan. Mencari dan membuat bahan materi script penyiar tidak mudah karena harus sesuai dengan tema program siaran. Penyiar Radik harus membuat script dalam satu minggu sebelum siaran program, setelah itu akan ditinjau kembali oleh divisi kepenyiaran. Rizka berpendapat hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahan dalam siaran berlangsung.

Sama halnya program *on air*, program *off air* (Taping) membutuhkan perencanaan yang matang seperti membuat script, menentukan jadwal produksi,

mencari narasumber untuk produksi siaran yang harus mendatangkan narasumber. Hal ini diungkapkan Laila sebagai divisi Produksi, bahwa :

“Menurut saya, produksi taping yang sering terjadi kendala. Mencari bahan script sesuai dengan tema art maupun tema yang sesuai dengan narasumber. Terkadang kita harus mengatur jadwal produksi tapping sesuai dengan jadwal narasumber”. (Wawancara 8 Februari 2023)

Perencanaan programming dirasa sangat penting, karena tidak hanya memiliki satu hingga dua program saja, tetapi memiliki beragam program siaran. Ini untuk memperluas jangkauan pendengar setiap hari. Kebiasaan pendengar adalah jika mereka menyukai program, mereka dijamin akan terus mendengarkan sampai selesai dan sebaliknya jika mereka tidak menyukai program mereka akan mencari stasiun penyiaran radio lainnya (Andy Rustam M., 2021).

Rizka juga menyetujui manajemen programming sangat penting dilakukan. Karena untuk melihat perkembangan Radik sejauh mana. Misalnya penambahan program baru seperti podcast dan zona kampus secara online ketika pandemi dan sekarang bisa beralih ke *on air* sebagai program siaran.

Radik FM pun juga melakukan evaluasi kegiatan siaran. General Manager mengatakan adanya evaluasi program siar, seperti yang diungkapkan bahwa :

“Setiap hari adanya evaluasi dari anggota Radik dan hasil evaluasinya akan dilaporkan grup Whatsapp. Evaluasi dilakukan secara rutin setiap akhir bulan melalui rapat besar yang diikuti seluruh anggota Radik” . (Wawancara 9 Desember 2022)

Manager Kepenyiaran menjelaskan poin yang dibahas selama evaluasi kepenyiaran tidak hanya program siaran saja tetapi dari SDM juga perlu dinilai:

“Setiap bulan kita evaluasi sebelum rapat besar. Bahkan tiap hari divisi kepenyiaran evaluasi membahas pelaksanaan siaran. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kendala dalam siaran. Ada beberapa poin penting dalam evaluasi tersebut, misalnya salah satu personal yang menghambat kinerja dan kualitas siaran, kita akan laporkan tiap harinya melalui personal chat atau whatsapp grup”. (Wawancara 17 Januari 2023)

Tugas seorang General Manager (GM) di stasiun radio adalah memastikan bahwa proses siaran berjalan dengan lancar dan efisien. Seorang GM memiliki banyak tanggung jawab, tetapi tanggung jawab utamanya adalah memastikan bahwa anggota bahagia dan produktif. GM juga mengawasi semua aspek bisnis, mulai dari strategi pemasaran hingga perencanaan keuangan.

Peran manajer dalam programming itu sangat penting apalagi dalam perencanaan program siaran. Dalam struktur organisasi Radik, di bawah General manager terdapat divisi yang dibawahhi oleh kepala divisi atau manajer divisi untuk mengawasi dan mengontrol anggota divisi masing- masing. Hal ini juga diungkapkan Manager Kepenyiaran, bahwa :

“Manajer kepenyiaran itu harus ikut andil dalam evaluasi dan melakukan pemantauan siaran, misalnya ada yang tidak hadir dalam jadwal siar akan diberi sanksi. Hal itu dilakukan dalam menertibkan SDM Radik FM”. (Wawancara 17 Januari 2023)

Dalam buku *Radio Is Sound Only* milik Drs. Harliantara menjelaskan dalam proses perencanaan programming sangat penting karena pertimbangan dalam tujuan yang ingin dicapai dan bagaimana mengelola manajemen program tersebut karena akan berpengaruh pada audiens (Andy Rustam M., 2021).

Berdasarkan hasil wawancara diatas manajemen Radik FM sudah menerapkan metode yang tepat., antara lain : 1) Mengetahui segmentasi dan target pendengar yang dituju. Sebagai radio alternatif kampus, Radik FM mengangkat isu- isu terkini yang disukai khalayak. 2) Mempertahankan identitas dengan mewadahi kreativitas mahasiswa dalam media kepenyiaran dan kegiatan produksi siaran. 3) Menyajikan program- program edukasi dan hiburan yang diminati pendengar. 4) Melakukan perencanaan *programming* dengan penjadwalan program, menyiapkan materi hingga evaluasi program siaran dan anggota.

b. Konvergensi Media

Perubahan drastis paradigma masyarakat dalam mengartikan gaya hidup merupakan efek dari ciri-ciri kekinian dalam teknologi rekaman dan pertukaran verbal. Manusia sudah terbiasa dengan internet dan mulai meninggalkan media radio mainstream dalam menyusun

kebutuhan informasi sehari-hari karena internet memberikan banyak kemudahan dan alternatif dalam mengakses rekaman. Akibatnya, jika industri radio tidak segera membaik, maka penurunan jumlah pendengar radio tidak bisa dihindari (Asy'ari & Marantika, 2020).

Wacana media konvensional (radio) yang berkembang ke media online (internet) melalui website menjadi gencar. Perpaduan antara era tradisional, telekomunikasi, dan informasi (multimedia dan net) yang memudahkan akses rekaman (Hadi, 2020). Manager Kepenyiaran mengatakan perbedaan Radik sebelum dan sesudah beralih ke layanan streaming, bahwa :

“Sebelum streaming, jangkauan Radik masih kurang dan audiens yang didapat sedikit, paling Cuma mahasiswa UMS karena nggak jauh jangkauannya. Nggak bisa se- Solo raya. Setelah beralih ke streaming, bahkan seluruh Indonesia pun bisa mendengarkan melalui aplikasi jogjastreamers dan tahu jangkauannya dari jogjastreamers itu seberapa banyak tiap bulannya”. (Wawancara 17 Januari 2023)

Tetapi saat ini, radio banyak berkolaborasi dengan new media sebagai pendukung karena kelebihan dan kegunaannya yang bermanfaat yang tidak dimiliki oleh radio. Seperti yang diutarakan Henry Jenkins pada bukunya *“Convergence Culture: Where Old and New Media Collide”* menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses terjadinya perubahan teknologi yang sesuai dengan perkembangan masyarakat (Jenkins, 2006). General Manager mengungkapkan bahwa :

“Selama pandemi kemarin kita sempat off sebentar. Lalu dari kepenyiaran memberikan ide untuk Live Instagram melalui program zona kampus. Kita bikin podcast di spotify. Biar kita tetap jalan, walaupun nggak on air. Kita memanfaatkan media Instagram, Tiktok tapi belum sepenuhnya berjalan. Ada Spotify kita isi podcast sebagai pelatihan anggota Radik”. (Wawancara 9 Desember 2022)



Gambar 3. Sumber Spotify Radik FM

Selain itu, Radik FM memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk membuat konten siaran agar bisa dinikmati sobat Radik. Ide untuk memanfaatkan media sosial ketika pandemi berlangsung dan aktivitas on air sempat terhenti. Sehingga divisi penyiaran mengajukan untuk menggunakan Instagram sebagai sarana siaran selama pandemi dengan salah satu program siaran Radik yaitu Zona Kampus dan podcast. Manager *Marketing communication* mengatakan:

“Media sosial yang digunakan oleh Radik antara lain Instagram, Youtube, Twitter, dan yang terbaru Tiktok. Namun, Radik lebih aktif pada media sosial Intagram. Radik berusaha agar selalu up-to-date untuk memberikan informasi terbaru kepada Sobat Radik”. (Wawancara 21 Februari 2023)

Adapun beberapa konten yang diupload antara lain Radik on Info membahas seputar musik, film, berita. Radik Tips, Radik Fun Fact, timeline ucapan hari besar, dan music corner. Serta membuat podcast dan reportase yang dapat diunggah di media sosial. Jadi tidak hanya siarannya saja, konten- konten Radik FM juga dikemas semenarik mungkin dan tak lupa unsur edukasi di dalamnya.



Gambar 4. Sumber Instagram Radik FM (Radik on Podcast)



Gambar 5. Sumber Instagram Radik FM (Live Instagram program Zona kampus)

Aktifnya dalam mengelola media sosial mereka, Radik FM sering digayet sebagai media partner beberapa event- event internal kampus maupun eksternal. Hal ini membuktikan Radik FM dikenal banyak orang. Membuka media partner, Radik memperluas jaringan khalayak mereka. Metode pengendalian produk atau konten media ini mengikuti konsep mengumpulkan pemikiran materi konten, mendistribusikan konten, dan mengevaluasinya. Radik FM dijalankan oleh divisi marketing communication. Berikut platform media sosial yang digunakan Radik FM:

Twitter, akun Twitter Radik FM adalah @radikfm_ums yang bergabung bulan Maret tahun 2011 dengan jumlah pengikut 375 orang. Konten yang disajikan pada akun Twitter ini berupa kegiatan siaran on air dan postingan mengenai informasi- informasi seperti beasiswa, lingkungan, musik dan life style. Dilihat dari postingan terakhir, Radik FM tidak terlalu aktif mengunggah konten di Twitter.

Instagram, berbeda dengan Twitter, Radik FM lebih aktif di akun Instagram. Akun @radikfm dengan pengikut 712 orang dan 560 postingan, konten yang dimuat memiliki karakteristik dari Radik FM. Postingan berupa poster berita dan program, kegiatan siaran, video dan interaksi pendengar dengan aktif mengunggah Instastory sebelum siaran.

Youtube, Radik FM juga memanfaatkan laman Youtube untuk membagikan siaran *off air* (Taping). Seperti program siaran Zona kampus, dan kegiatan *off air* yang dilakukan anggota Radik FM. Saat memperingati Muktamar Muhammadiyah 48, Radik FM memproduksi program Radik on podcast dengan salah satu perwakilan panitia muktamar yang diunggah di youtube prodi ilmu komunikasi UMS. Jadi tidak hanya mendengarkan radio lewat streaming saja tetapi juga bisa melalui youtube yang bisa mendengar dan melihat secara visual.

Spotify, Radik FM menggunakan Spotify untuk program podcast. Ide ini ketika masa pandemi dan tidak bisa siaran maka dari itu menambah program podcast dan diunggah di spotify agar bisa diakses pendengar ketika masa pandemi berlangsung.

Jogjastreamers, Radik FM bekerjasama dengan situs web streaming yaitu Jogjastreamers pada tahun 2020. Hal ini dilakukan karena era digital yang semakin maju dan menjangkau khalayak yang lebih luas.

3.2 PEMBAHASAN

Pencapaian media penyiaran bergantung pada kemampuan sumber daya manusia dalam bidang pemrograman dan periklanan. namun itu saja tidak cukup jika tidak selalu diikuti dengan kapasitas seorang pemimpin media penyiaran yang mengelola sumber daya manusia yang ada. Hal ini dibutuhkan manajemen dalam media penyiaran. Banyak media kepenyiaran dan stasiun tv bersaing satu sama lain untuk mendapatkan audiens. Demikian pula, media penyiaran juga bersaing dengan berbagai media massa yang meliputi tv kabel, internet, DVD, dan VCD. Manajemen penyiaran sebagai hal yang penting dalam pelaksanaan fungsi manajemen dalam media penyiaran dengan tujuan pengelolaan media penyiaran secara alternatif dan efisien sehingga dapat berjalan dengan baik (Morissan, 2018).

Media penyiaran alternatif pembentukannya dibuat oleh dan untuk komunitas itu sendiri berfungsi untuk mencapai khalayak tertentu. Karena berasal dari komunitas itu sendiri, program yang disiarkan lebih unik, disesuaikan dengan ciri komunitas dan sesuai dengan keinginan khalayak (Anggraeni, 2018). Radik FM sendiri sejak awal hanya laboratorium audio ilmu komunikasi untuk pratikum mata kuliah audio dan radio, tahun 2010 diubah menjadi Radik FM sebagai media alternatif dan wadah kreatifitas mahasiswa pada media kepenyiaran.

Dalam penelitian ini diketahui Radik FM menggunakan Segmentasi, Targeting, Positioning, Formating dan Programming dalam menjalankan manajemen programming radio di tengah konvergensi media. Penelitian lain, membuktikan bahwa penggunaan teori ini dapat menjelaskan tentang penyusunan manajemen radio dalam menjalankan program siaran dan pembeda dari stasiun radio lainnya (Kudratullah, 2016).

Menurut programming yang disampaikan Andy Rustam dalam bukunya *Radio is Sound only*, strategi programming dapat menentukan apa yang ingin dicapai dan bagaimana pengelolaan programming tersebut dapat menentukan keberhasilan perencanaan program dan mengembangkan citra dan reputasi sekaligus mendapat pendengar sebanyak- banyaknya (Andy Rustam M., 2021).

Hal ini terjadi pada penelitian pada penelitian terdahulu, dalam mengelola manajemen radio dengan memutar lagu- lagu terupdate dan merambah ke media sosial (Nasution, 2018). Radio menempatkan program siaran radio sesuai target pendengar, mengetahui minat dan berinteraksi dengan pendengar melalui media sosial, memilih materi yang menarik dengan update informasi (Diana & Sey, 2018).

Hasil penelitian menunjukkan, segmentasi dan targeting Radik FM merupakan para remaja mulai dari usia 18-25 tahun, jenjang pendidikan SMA hingga mahasiswa. Karena Radik FM merupakan media alternatif berbasis edukasi dan hiburan yang target pendengar kalangan anak muda. Namun saat ini, Radik beralih ke streaming yang jangkauannya lebih luas dan mendapatkan target sebanyak- banyaknya. Penelitian lain yang dilakukan Kudratullah (2016) menyatakan menentukan segmentasi dengan cara membuat program acara yang sesuai segmen, aktif dalam kegiatan yang sesuai segmen, penampilan SDM yang sesuai dengan style program dan segmen (Kudratullah, 2016). Dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Media Penyiaran* (2018) Morissan menyebutkan bahwa menentukan target audiens dapat diartikan dengan memilih salah satu atau beberapa segmen audiens yang akan menjadi fokus kegiatan- kegiatan program acara (Morissan, 2018).

Pendengar Radik dipanggil dengan Sobat Radik merupakan pendengar Radik FM yang bersegmen anak muda hingga dewasa. Dimana Radik FM merupakan stasiun radio edukasi dan hiburan masa kini yang menargetkan anak milenial. Berinteraksi dengan Sobat Radik melalui *Whatsapp* atau *DM Instagram* bisa mempertahankan target audiens dan mengetahui target segmen.

Banyak faktor yang mempengaruhi identitas radio, seperti suara, perilaku, pengenalan dengan pendengar, cara penyiar berbicara, dan apa yang dia katakan. Kemampuan radio sebagai media alternatif, informasi, pendidikan, dan hiburan (Masduki, 2003). Radik FM dengan frekuensi 89.8 fm salah satu media alternatif mahasiswa di Surakarta. Radik FM didirikan pada tahun 7 September 2010 dimana pembaharuan nama dari Radik radio dan sampai saat ini telah berusia lebih dari 8 tahun. Salah satu hal yang dapat membantu mempertahankan identitas Radik FM sebagai radio alternatif adalah tagline. Radik FM memiliki tagline “ *Get Creative Be Positive in Edutainment Station* ” yang menjadikan Radik sebagai media alternatif yang mencerminkan radio edukasi.

Dengan memiliki tagline radio dapat menjadi identitas tersendiri bagi stasiun radio. Namun di kalangan kampus, sebagian banyak mahasiswa tidak tahu tagline tersebut hanya beberapa mahasiswa saja. Khalayak hanya mengetahui Radik FM sebagai radio ilmu komunikasi. Maka positioning harus dipertahankan, kalau tidak akan mengubah semua aspek radio. Kemampuan Radik FM dalam untuk mempertahankan posisinya sebagai radio edukasi tidak terlepas dari strategi manajemen yang dilakukan oleh pengelola dan timnya. Seperti radio V 106.6 fm Keberhasilan media penyiaran radio dalam mempertahankan positioningnya tentu dipengaruhi oleh manajemen yang berjalan di dalamnya. Strategi tersebut perlu dibangun untuk terus mempertahankan positioning (Djudjur Luciana R, 2020).

Identitas radio sangat penting karena akan berpengaruh dalam mencapai target yang dituju. Dengan mengetahui target audiens, maka identitas itu akan terbentuk melalui pemrogramannya. Hal ini akan mendapat pengakuan dari pendengar melalui identitas dari radio (Bosch, 2022). Menempatkan penyiar ke dalam program siaran sesuai dengan warna suara dan karakter penyiar yang mampu mempertahankan positioning Radik FM. Cara lain untuk mempertahankan positioning Radik FM adalah dengan setting lagu terupdate dimana tahun ini segmentasi pendengar radio masih berusia 18 - 25 tahun atau masih anak muda.

Radik FM juga melakukan pendekatan dengan pendengar melalui sosial media dengan *Live Instagram* maupun *Whatsapp* untuk berinteraksi antara penyiar dengan pendengar. Hal ini upaya yang dilakukan Radik untuk menjaga pendengar agar tidak berpindah ke radio lain.

Dalam pengelolaan penyiaran radio, bagaimana Radik FM mengemas program siarannya dikemas semenarik mungkin. Selain program siarannya, Radik juga memperhatikan dalam segi konten di sosial media. Selain membentuk identitas stasiun penyiaran radio, format siaran bisa terwujud dalam isi, materi, jenis musik, bentuk penyajian, dan gaya penyampaian penyiar (Darmanto et al., 2015).

Personality penyiar Radik dilihat dari warna suara dan karakter penyiar sendiri. *Tone* suara yang *funny* akan ditempatkan di program siaran hiburan dan santai. Begitupun sebaliknya, karakter suara yang formal akan ditempatkan pada program informasi. Memperbaiki kualitas siaran, materi siaran yang update dan mendidik merupakan cara Radik mengemas program siaran yang menarik. Selain format program siaran, format dalam konten di sosial media Radik dibuat semenarik mungkin agar tidak monoton. Seperti radio kampus di Israel, yang menambahkan playlist lagu sebagai format hiburan selain siaran program pembelajaran. Menyiarkan musik atau lagu yang tidak disiarkan radio nasional pun (Laor, 2020).

Program dapat diartikan dengan produk atau barang atau pelayanan yang dijual ke pihak lain atau disebut audiens. Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka mengikutinya. Dengan kata lain dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan audiens (Morissan, 2018). Seperti LPPL Suara Sidoarjo yang mengubah format siarannya menjadi radio news yang awalnya radio hiburan yang sebagian besar program siarnya berisi musik dan promosi. Hal ini berdampak pada menurunnya jumlah audiensnya karena radio pemerintah berkonsep news dianggap membosankan untuk didengar (Anggraini & Dharmawan, 2020).

Proses perencanaan programming yang paling penting adalah pertimbangan dalam tujuan yang ingin dicapai dan bagaimana mengelola programming tersebut karena akan berpengaruh pada rating pendengar. Rating digunakan untuk mengukur efektivitas penggunaan media, rating menunjukkan sejumlah individu yang mendengarkan suatu acara pada suatu waktu tertentu (Andy Rustam M., 2021).

Sayangnya Radik FM tidak menggunakan rating pendengar tetapi mendapatkan grafik audiens yang mendengarkan Radik FM melalui statistik jogjastreamers setiap bulan. Melalui grafik tersebut, Radik dapat mengetahui jumlah pendengar yang datang ke frekuensi 89.8 FM untuk mendengarkan siaran Radik FM. Radik memanfaatkan salah satu program siaran yaitu Hello dengan melakukan interaksi dengan pendengar untuk mengetahui banyaknya audiens yang mendengarkan Radik FM dan juga mengadakan Webinar *online* yang mengundang narasumber di bidangnya. Hal ini dilakukan Radik untuk memperoleh audiens sebanyak-banyaknya, semakin banyak orang tahu tentang Radik akan semakin banyak Sobat Radik yang mendengar siaran Radik FM.

Adanya program hiburan dan edukasi tersebut mewakili minat selera pendengar. Terlihat upaya Radik dalam menarik daya luas pendengar dengan interaksi pendengar. Selain on air di radio, Radik melakukan siaran atau membuat konten di sosial media mereka yaitu, Instagram, Youtube, Twitter dan Spotify. Jadi tidak hanya menyajikan audio saja tapi juga visual yang ditampilkan di sosial media. Konvergensi media penyiaran melalui internet menciptakan khalayak global. Khalayak menganggap efisiensi akses informasi tanpa harus ke tempat tertentu. Kapan pun dan dimanapun mereka berada, mereka bisa mendapatkan berita baru.

Radik FM perlu menerapkan manajemen programming, maka Radik FM dapat mencapai tujuan yang mereka harapkan. Selain itu, Radik FM dapat mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya yang mencakup mengenai target pendengar dan target pendapatan. Penyiaran radio merupakan media lokal. Selain itu Perusahaan penyiaran radio tidak hanya alternatif sebagai media massa, tetapi juga sebagai bisnis. Situasi penyiaran radio saat ini terus menjadi peluang untuk berpromosi.

Wacana media penyiaran (radio) yang berkembang ke media online (internet) melalui website menjadi sebuah konvergensi. Integrasi antara teknologi konvensional, telekomunikasi, dan informasi (multimedia dan internet) yang memudahkan akses informasi. Ini bisa disebut sebagai informasi jalan raya super. Konvergensi media penyiaran dengan internet menciptakan khalayak global. Konvergensi diakui sebagai kemudahan mendapatkan informasi baru di mana saja, kapan saja. Ada fasilitas untuk mengakses berita headline secara cepat dengan video streaming. Teknologi komunikasi internet pada radio dapat mengubah sesuatu dari lokal menjadi global. Selain itu, pendengar dapat melengkapi sumber informasinya dengan mengakses radio virtual (Hadi, 2020).

Radik FM menawarkan interaktif dan mekanisme umpan balik (request lagu, kirim salam dan sapa) yang melibatkan audiens. Pendengar dapat membuka komunikasi dengan penyiar. Selain itu dengan mendengarkan Radik FM memberikan rasa senang karena pendengar dapat melihat dan dekat dengan penyiar. Platform streaming Radik FM yaitu Jogjastreamers dan Spotify dalam bentuk audio yang menyiarkan sumber berita yang terpercaya dan terkini. Media online yang digunakan Radik FM adalah Instagram yang dikemas dalam bentuk visual dan audio. Selain menyiarkan radio, Radik membagikan info terupdate melalui laman Radik on Info, list music corner maupun informasi zona kampus di Instagram. Radik FM menjadi penghubung pendengar dengan komunitas mereka dan mencoba untuk menciptakan khalayak dengan pola pikir kritis, dan modern untuk membuat budaya terbuka yang indah dari berbagai sektor sebagai stakeholder masyarakat.

Untuk mengakses informasi, Radik FM mengembangkan berbagai struktur termasuk platform media streaming dan media sosial. Informasi yang kemudian disalurkan melalui sistem dan saluran media yang berbeda harus melalui proses manajemen dan pemikiran pengolahan konten.

Memasuki era konvergensi media ini, langkah-langkah yang dilakukan Radik FM terkait kerjasamanya dengan media baru merupakan gerakan tepat yang juga mampu memprediksi keinginan pendengar dan mencoba 'hidup' dengan berinovasi dan berkreasi. Menyajikan hiburan- hiburan terbaru dan penyampaian informasi sesuai dengan karakteristik pendengar yang sebagian kalangan anak muda. Media lama tidak pernah mati. masih ada segmentasi khusus dimana masyarakat tetap menginginkan media konvensional.

Hal ini membuktikan media itu konvergensi telah mengaburkan banyak hal-hal mulai dari pengertian media, gaya masyarakat, dan perubahan pandangan dan cara pandang masyarakat dalam menggunakan media. namun berkat era konvergensi media, radio berkembang ke arah yang lebih tinggi. Meskipun adopsi konvergensi media belum sepenuhnya dilaksanakan, hal ini dapat menyebabkan sebuah konsep untuk terus melakukan peningkatan di masa mendatang (Annisa, 2021).

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa teori STPPF melalui manajemennya dapat mendeskripsikan bagaimana Radik FM dapat bertahan sebagai radio alternatif anak muda di Soloraya. Peneliti mengambil kesimpulan

mengenai manajemen yang telah dilakukan oleh Radik FM di tengah konvergensi media. Pertama, menetapkan target pendengar karena akan berpengaruh kepada tujuan radio. Kedua, mempertahankan identitas radio alternatif yang trendi dengan memberikan informasi terbaru dan juga hiburan. Ketiga, tidak hanya siaran *on air* tapi juga kegiatan *off air* untuk mendapat khalayak lebih banyak. Keempat, mengelola SDM supaya tujuan yang direncanakan tercapai. Dan terakhir, Radik FM memanfaatkan media sosialnya untuk membagikan kegiatan Radik bagi pendengar yang lebih menyukai visual dan audio dibandingkan audio saja.

Dapat disimpulkan bahwa Radik FM tidak menerapkan segmentasi khalayak secara rinci dari teori STPPF (segmentasi, targeting, positioning, formatting dan programming), karena tidak melakukan rating pendengar. Walaupun Radik FM tidak melakukan rating, mereka mampu menjalankan manajemen radio dengan baik dan menyajikan program- program edukasi dan hiburan. Penelitian ini terbatas karena organisasi Radik FM sebagai komunikator. Dalam penelitian selanjutnya, dibutuhkan analisis terkait dengan pendengar atau efek media untuk mengetahui kelengkapan fenomena terkait media alternatif ini.

Karena dimiliki oleh prodi ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta dan dikelola oleh mahasiswa sebagai wadah kreativitas di media kepenyiaran menjadikan media alternatif yang mampu bertahan di tengah persaingan radio kampus.

PERSANTUNAN

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul Manajemen Programming Radik FM di tengah Konvergensi Media. Tidak lupa pula kesempatan kali ini penulis juga mengucapkan terima kasih terdalam kepada Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si, selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan selalu sabar dalam memberikan arahan dan bimbingan hingga terselesaikannya penulisan ini. Terima kasih tak terhingga juga penulis peruntukkan bagi kedua orang tua, serta kakak yang juga tanpa lelah memberikan bantuan baik do'a maupun semangat hingga penulisan ini selesai. Penulis juga ucapkan terima kasih pada Manager dan Crew Radio Radik FM yang telah membantu serta berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu hingga penulisan ini dapat selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustim, W. (2018). ANALISIS SEGMENTASI, TARGETING DAN POSITIONING MELALUI PROGRAM SIARAN PADA RADIO MITRA 97.0 FM. *Jurnal Universitas Tribhuwana Tunggaladewi*, 1(3), 1–11.
- Aini, N., & Asy, S. (n.d.). *Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora Broadcasting Radio Ponorogo dalam Kajian Konvergensi Media*. 37–43.
- Andy Rustam M., H. H. P. (2021). *Radio is Sound Only, Pengantar & Prinsip Penyiaran Radio di Era Digital*. November, 17352.
- Anggraeni, D. (2018). Radio Komunitas Anak Muda. *Journal Acta Diurna*, 14(2), 15. <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2018.14.2.1343>
- Anggraini, R. A., & Dharmawan, A. (2020). Strategi Manajemen Media Lembaga Penyiaran Publik Lokal Suara Sidoarjo 100, 9 Fm Dalam Mempertahankan Jumlah Pendengar. *Commercium*, Vol 3 No 1(1), 1–5. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/33717>
- Annisa, F. N. (2021). Konvergensi media pada perkembangan radio komersial di Yogyakarta (studi kasus pada radio Geronimo FM dan radio Swaragama FM). *Commicast*, 2(2), 90. <https://doi.org/10.12928/commicast.v2i2.3350>
- Asy'ari, N. A. S., & Luthfi, M. (2018). Analisis Penerapan Konvergensi Media Pada Usaha Penyiaran Radio Di Ponorogo. *Perspektif Komunikasi*, 1(2). <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/3892>
- Asy'ari, N. A. S., & Marantika, N. (2020). Listenership Sebagai Evaluasi Penerapan Konvergensi Radio. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(1), 203. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i1.1934>
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Cwynar, C. (2020). Brick, Mortar, and Screen: Networked Digital Media, Popular Music, and the Reinvention of the Public Radio Station. *Journal of Radio & Audio Media*, 27(1), 74–92. <https://doi.org/10.1080/19376529.2020.1738438>
- Darmanto, A., Masduki, M. Si, M., & Kurniawan, P. A. (2015). *MANAJEMEN DAN PRODUKSI RADIO KOMUNITAS*.
- Diana, M., & Sey, S. (2018). Strategi Manajemen Program Siaran Radio Dalam Menarik Minat Pendengar Studi Di Radio Komunitas Dwijendra. *Universitas Dwijendra*, 19–29.
- Djudjur Luciana R, M. M. W. (2020). Vol. 2, No. 1, October 2020. 2(1), 14–22.
- Geofakta Razali, E. E. L. (2017). Strategi Positioning Radio Mandiri 98.3 FM Sebagai Radio News and Business Pekanbaru. *Ilmu Komunikasi*, VIII Nomor.
- Hadi, I. P. (2020). Local Media and Media Convergence: A Case Study of Suara Surabaya Radio as An Interactive Media. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(2), 54–74. <https://doi.org/10.29333/ojcmnt/2423>

- Hamna, D. M. (2018). Konvergensi Media Terhadap Kinerja Jurnalis (Studi Kasus: Fajar Tv Dan Fajar Fm). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 19(1), 58–83.
<https://doi.org/10.24252/jdt.v19i1.5911>
- Harliantara, H. (2019). Website pada Industri Penyiaran Radio di Indonesia: Live Streaming dan Podcasting. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(1), 82. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i1.983>
- Harumike, Y. D. N., Siswati, E., & Batari, F. T. (2021). *Manajemen Program Siaran Suara Persada, Radio Persada FM Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digitalisasi*. 10(1), 1–7.
- Hirschmeier, S., & Beule, V. (2021). Characteristics of the Classic Radio Experience Perceived by Young Listeners and Design Implications for Their Digital Transformation. *Journal of Radio & Audio Media*, 28(2), 231–253.
<https://doi.org/10.1080/19376529.2019.1652911>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
<https://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr>
- Kabah, D. A. D. & K. P. A. (2017). The Benefits Communities Derive From Participating In Community Programming At Simli And Pad Radio Stations. *International Journal of Innovative Research and Advanced Studies (IJIRAS)*, 4(October 2017).
- Kudratullah, A. K. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Siaranswasta Kotabandung. *Jurnal Sosial, Ekonomi Dan Humaniora*, 142–151.
- Laor, T. (2020). Alternative Broadcasting? Maybe! Music Programming in College Radio in Israel. *Journal of Radio & Audio Media*, 1–24.
<https://doi.org/10.1080/19376529.2020.1833886>
- Masduki. (2003). *Radio Siaran dan Demokratisasi* (Y. Murtanto (ed.); Ed. 1 Cet.). YOGYAKARTA jendela , 2003.
- Morissan, M. . (2018). *Manajemen media penyiaran : Strategi mengelola radio & televisi* (Edisi revi). Jakarta : Prenada, 2018.
- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi*, 2(2), 167–178.
<https://doi.org/10.30596/ji.v2i2.2094>
- Noerberg, E. G. (2016). RADIO PROGRAMMING: Tactics and Strategy. In *Routledge*.
- Odartey-Wellington, F., Ahmed, A. S., & Alhassan, A. (2020). Radio Univers: The Story of Ghana's Pioneer Campus-Community Radio Station. *Journal of Radio & Audio Media*, 27(2), 255–273. <https://doi.org/10.1080/19376529.2020.1732392>
- Paramitawati, D., Munadiyah, M., & Pandhita, T. T. (2022). Manajemen Produksi Program Podcast Firasat Wirang Kilat TV di Era Pandemi. *Borobudur Communication Review*, 2(1), 43–53. <https://doi.org/10.31603/bcrev.7028>
- Rachmaria, L., & Rafika, D. Y. (2018). *ISSN 2614-0829 (print) e-ISSN 2615-7950*. 1(2), 233–247.
- Setiawan, H., & Darmastuti, R. (2021). Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar Di Era Digital (Studi Konvergensi Media

Dengan Pendekatan Budaya Lokal). *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(2), 159–174. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v13i2.14089>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* / Sugiyono. Bandung : Alfabeta, 2014.

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods. In *Journal of Hospitality & Tourism Research* (Vol. 53, Issue 5). <https://doi.org/10.1177/109634809702100108>