BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan segala bentuk perkembangan saat ini pada media komunikasi tentunya sangat berdampak cukup besar kepada orang di seluruh dunia sehingga dapat mempermudah proses komunikasi. Berbagai macam jenis media salah satunya media massa dapat di gunakan sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan. Salah satu media massa yang saat ini masih menjadi alat untuk melakukan komunikasi ialah radio. Radio bisa dibilang sebagai media massa yang cukup efisien untuk menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak atau audien secara langsung dalam jumlah yang banyak. Oleh karena itu peran radio sangat penting khususnya pada ilmu komunikasi massa dalam bidang penyiaran.

Penyiaran radio adalah media komunikasi masa dengan menyampaikan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (Riswandi, 2009: 14). Radio yang merupakan media massa banyak memberikan kemudahan khususnya dalam menyampaikan sebuah informasi, hiburan, pendidikan, sesuai dengan kebutuhan pendengar. Radio sangat efektif dalam menyebarlkan informasi karna bentuk penyajianya yang bersifat auditif yang bisa di dengarkan kapan saja dan dimana saja dengan bahasa yang mudah di mengerti oleh masyarakat.

Strategi merupakan sebuah proses yang telah ditetapkan terlebih dahulu oleh sebuah perusahaan yang berjalan kearah tujuan yang lebih luas. Aspek-aspek yang menyangkut tujuan tersebut berupa oprasi, finansial dan aspek-aspek sosial lainnya.
Hal-hal apa yang harus dicapai dan bagaimana sumber daya dalam kegiatan yang akan dialokasikan pada setiap produk dalam menentukan peluang pasar dan tantangannya merupakan sebuah proses strategi. Strategi harus melalui pertimbangan antara mana yang dipilih dan disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Oleh karena itu dalam arti lain strategi adalah alat untuk mencapai suatu tujuan dalam sebuah perusahaan dengan tujuan jangka panjang, tinjau lanjut suatu program, serta mengatur skala prioritas sumber daya. Sehingga strategi merupakan hal terpenting dalam persaingan dalam mencapai keunggulan.

Strategi radio siaran betujuan untuk bisa bersaing dengan media lainnya demi mempertahankan eksistensi radio agar kebutuhan khayalak dalam memperoleh informasi dapat terpenuhi dan bisa diterima oleh pendengar. Diperlukan penyesuaian dalam mempertahankan eksistensi radio khususnya radio kampus pada karakteristik pendengar, sehingga dapat melakukan strategi agar khayalak dapat bertahan untuk tetap mendengarkan radio. Radio kampus di Kota Bandung sendiri sudah banyak namun tidak semua radio kampus dapat bersaing untuk meningkatkan eksistensi dan mengatur strategi supaya dapat bersaing dengan radio konvensional lainnya di Kota Bandung. Stasiun radio merupakan informasi yang cukup strategis dalam menyajikan segala informasi baik itu berita, pendidikan, iklan dan musik. Hal itu pula yang di lakukan oleh 103.9 Hits Unikom Radio Bandung dalam menyajikan program program siaran yang sesuai dengan background dalam memenuhi kebutuhan yang dapat dinikmati oleh pendengar di seluruh Indonesia khususnya di Kota Bandung.

Hits Unikom radio merupakan badan usaha yang di miliki oleh yayasan Universitas Komputer Indonesia. Karna radio ini adalah radio komersial bukan sebagai radio komunitas maka bisa di bilang bahwa Hits Unikom Radio merupakan satu satu nya radio
kampus di Kota Bandung yang bersifat komersil. Isi dari format siaran radio mengedepankan nilai nilai pendidikan dan entertainment, bahasa yang di gunakan pun sesuai dengan standar kampus. Hits Unikom Radio aktif dalam menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hits Unikom Radio di harapkan mampu berperan sebagai salah satu badan usaha Unikom yang memberikan banyak potensi dan dapat memajukan kualitas bisnis dalam industri penyiarian.

Hits Unikom Radio sebagai radio nya anak muda di Kota Bandung mempunyai banyak program siaran yang tentunya dapat dinikmati oleh semua kalangan. Tidak hanya menyajikan musik sebagai program utamanya, namun Hits Unikom Radio juga banyak menyajikan program yang edukatif, informatif dan menghibur sehingga para pendengar yang biasa di sebut sobat hits mampu menambah ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

Sebagai salah satu radio kampus yang sudah bersaing dengan radio konvensional di Bandung, Hits Unikom Radio memiliki strategi tersendiri untuk bisa menggaet hati pendengar nya. Di era saat ini banyak radio yang mulai ditinggalkan karena semakin merambahnya media online, sehingga lambat laun dapat mengalahkan eksistensi radio. Saat ini siapa saja dan dimana saja dapat membuat radio dengan biaya yang terjangkau, seperti radio online atau radio yang bersifat streaming. Masyarakat lebih tertarik menggunakan internet untuk mendapatkan informasi ketimbang mendengarkan radio.

Menurut Undang Undang Penyiarian Nomor 32 Tahun 2002 pasal 16 huruf (a) nomer 1, Hits Unikom Radio sendiri masuk kategori Lembaga Penyiaran Swasta bukan lagi masuk sebagai Lembagai Penyiaran Komunitas yang bersifat independen dengan daya pancar rendah, jangkauan wilayah terbatas dan hanya untuk kepentingan komunitasnya. Berbeda dengan Hits Unikom Radio, Hits Unikom Radio sudah menjadi radio komersil yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiarian radio dan iklan, serta memiliki jangkauan wilayah yang sangat luas.

Mengelola sebuah radio pada saat ini memiliki tantangan cukup besar, banyak nya radio komersial yang sudah berdiri sejak lama menjadikan sebuah tantangan besar bagi Hits Unikom Radio yang bisa dibilang sebagai radio baru di kota Bandung. Sebagai radiator kampus yang bersifat komersial dan menjadi satu satu nya radio kampus komersil di Bandung, maka dibutuhkan inovasi dan kreatifitas dalam meningkatkan kualitas sebuah radio agar bisa beraing dan bertahan dari persaingan dunia penyiarian. Oleh karna itu Hits Unikom Radio selalu memberikan terobosan terbaru agar dapat mempertahankan para pendengarnya. Radio tidak luput dari adanya sebuah program yang menjadi menu khusus bagi para pendengar ketika mendengarkan radio. Banyak program yang disajikan oleh Hits Unikom Radio yang besifat daily program dan weekly program. Dari antara banyak nya program yang disuguhkan, salah satu program unggulan dari Hits Unikom Radio ialah HitsSore yang memiliki jam siaran pada pukul 15.00 hingga pukul 18.00 di setiap hari Senin hingga Jumat.

Hits Sore merupakan sebuah program yang menghadirkan banyak informasi ringan, musik hits terbaik, live talkshow, promo iklan produk dan informasi seputar dunia usaha serta diselingi oleh lagu lagu pilihan baik itu lagu lokal dan lagu mancanegara yang sedang digemari oleh para pendengar radio yang tentunya dapat di request melalui sosial

Setiap hari nya konten yang disuguhkan berbeda-beda, mulai dari membahas permasalahan remaja yang sering terjadi, makanan dan minuman apa yang sedang banyak dicari orang dan tips-tips dalam menjalin hubungan bakal dibahas tuntas di program HitsSore. Hal ini menjadikan program HitsSore memiliki ciri khusus diantar pada program lainya. Selain itu keterampilan penyiar tentunya menjadi point penting dalam menyampaikan isi pesan kepada khayalan, apabila seorang penyiar kurang berkompeten di bidang nya maka pesan yang tersampaikan nya pun tentunya akan kurang. Penyiar di HitsSore dituntut untuk menyampaikan isi pesan secara ringan, ceria dan jelas agar para pendengar bisa mudah memahami isi dari pesan yang disampaikan.

Pada sebuah program di radio tentunya memiliki strategi tersendiri dalam proses pembuatanya, mulai dari pencarian ide dan gagasan, penentuan konten dan penempatan penyiar dalam menyampaikan isi pesan yang sudah direncanakan sejak awal menjadi sebuah pertimbangan ketika program itu di produksi. HitsSore tentunya memiliki strategi yang sudah dirancang oleh tim produksi agar dapat bersaing dengan radio lainya. Dalam dunia penyiaran banyak strategi yang dapat digunakan untuk bisa terus mempertahankan kualitas dan kuantitas sebuah media. Seperti strategi dalam meningkatkan kualitas program siaran dan cara mempertahankan para pendengar agar bisa tetap bertahan mendengarkan stasiun radio tersebut.

Maka dari itu berdasarkan gambaran di atas muncul fenomena menarik untuk diteliti oleh penulis agar bisa lebih mendalami sebuah media penyiaran seperti Hits Unikom Radio Bandung tentang bagaimana strategi dalam mempertahankan eksistensi radio kampus ditengah pesatnya perkembangan dan persaingan teknologi komunikasi dan informasi di dunia media penyiaran.

Dalam usaha mendapatkan informasi mengenai Hits Unikom Radio, ada beberapa cara yang digunakan umumnya pada penelitian kualitatif. Pengumpulan data dapat berupa sumber primer yang lebih banyak dilakukan dengan cara observasi langsung ke lokasi penelitian melalui pengamatan terhadap objek yang akan diteliti, dilanjut dengan wawancara mendalam kepada informan yang terdiri dari informan kunci dan informan pembantu dan terakhir ada teknik dokumentasi sebagai pelengkap dari penggunaan observasi dan wawancara mendalam.
1.2 Rumusan Masalah

Dalam menyusun pertanyaan penelitian, peneliti merujuk kepada aspek-aspek strategi siaran yang di kemukakan oleh Morrisan (2009 : 231) yang terdiri dari: Perencanaan program, produksi program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program. Dari kelima aspek tersebut, peneliti memilih tiga diantaranya, sebagaimana dirumuskan berikut ini:

1. Bagaimana strategi Hits Unikom Radio pada tahapan pra-produksi program?
2. Bagaimana strategi Hits Unikom Radio pada tahapan produksi program?
3. Bagaimana strategi Hits Unikom Radio pada tahapan pasca-produksi program?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari pokok permasalahan di atas maka timbul tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi Hits Unikom Radio di tahapan pra-produksi program dalam mempertahankan eksistensi radio kampus.
2. Untuk mengetahui strategi Hits Unikom Radio di tahapan produksi program dalam mempertahankan eksistensi radio kampus.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Akademis

Dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua orang dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya nya dalam dunia jurnalistik radio terhadap strategi bagaimana mempertahankan eksistensi radio kampus pada produksi program.
entertainment di radio. Serta sebagai bahan referensi pembelajaran ilmu jurnalistik yang berkaitan dengan dunia media masa khususnya komunikasi penyiaran seperti radio. Dapat menambah hasil karya ilmiah pada penelitian Ilmu Komunikasi Jurnalistik mengenai pengelolaan media kampus supaya bisa bertahan dan bersaing dengan media massa lainya.

1.4.2 Secara Praktis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi ajuan atau rujukan dalam dunia kejurnalistikan untuk menjadi pertimbangan membuat strategi radio kampus dalam mempertahankan eksistensi baik dari program ataupun medianya. Serta menjadikan saran bagi akademisi dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik radio. Dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi kepada banyak media khususnya media lokal tentang bagaimana pentingnya menggunakan dan memanfaatkan strategi produksi dalam suatu media massa agar tetap eksis dan mampu bersaing dengan media lain.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Hasil Penelitian yang Relevan

Dalam menentukan sebuah judul untuk penelitian ini, penulis melakukan Research pada beberapa perpustakan digital seperti perpustakan UIN Sunan Gunung Gunung Djati Bandung, Unipersitas Pendidikan Indonesia, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Universitas Padjajaran serta Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah. Pada akhirnya penulis menemukan beberapa judul penelitian yang menarik untuk dapat diteliti kembali, salah satunya mengani strategi mempertahankan eksistensi radio, diantaranya:

**Pertama,** Skripsi Kemal Aqwan Maulana jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2016 dengan
judul “Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di NET TV”. Pada penelitian ini dia menggunakan metode deskriptif analisis dengan teori hirarki Isi Pesan Media oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan bagaimana pelaksanaan produksi pada program Indonesia Morning Show di NET TV. Serta mengetahui bagaimana analisis produksi program tersebut menggunakan tiga tahapan sesuai dengan apa yang di jelaskan oleh Fred Wibowo yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Dilihat pada teori hirarki pengaruh isi pesan media, tim produksi memilih berita mana yang akan naik dilihat dari banyaknya audiens sebagai target utama.


Kelima, Skripsi Siska Harliana jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung Tahun 2018 yang berjudul “Strategi Produksi Program Siaran Lokal : Studi Kasus Kegiatan Segmentasi, Targeting
<table>
<thead>
<tr>
<th>NO</th>
<th>Nama dan Judul Penelitian</th>
<th>Teori dan Metode Penelitian</th>
<th>Hasil Penelitian</th>
<th>Persamaan</th>
<th>Perbedaan</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>NO</td>
<td>Nama dan Judul Penelitian</td>
<td>Teori dan Metode Penelitian</td>
<td>Hasil Penelitian</td>
<td>Persamaan</td>
<td>Perbedaan</td>
</tr>
<tr>
<td>----</td>
<td>------------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>-------------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>---------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>------------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>------------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>2.</td>
<td>Fachir Yusuf</td>
<td>Teori Komunikasi Massa Shannon dan Weaver</td>
<td>Yang dihasilkan pada penelitian ini yaitu siaran pada program berita melalui</td>
<td>Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama membahas mengenai produksi program radio dan sama sama menggunakan metode deskriptif kualitatif</td>
<td>Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan teori, disini menggunakan teori komunikasi massa shannon dan weaver sedangkan yang penelitian yang akan diteliti menggunakan teori manajemen media</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda</td>
<td>Meotode Deskriptif Kualitatif</td>
<td>tiga tahapan produksi yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pada proses produksi siaran terdiri dari beberapa tahap, diantaranya mencari topik yang ingin disajikan ketika on air dengan cara rapat proyeksi setiap harinya, yang terdiri dari produses, program director, announcer dan operator, tidak lupa juga untuk membuat rowndown sederhana, mempersiapkan lagu dan mematangkan teknis di dalam studio sebelum on air.</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Skripsi (2016)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>NO</td>
<td>Nama dan Judul Penelitian</td>
<td>Teori dan Metode Penelitian</td>
<td>Hasil Penelitian</td>
<td>Persamaan</td>
<td>Perbedaan</td>
</tr>
<tr>
<td>----</td>
<td>-----------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>------------------------------</td>
<td>--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>NO</td>
<td>Nama dan Judul Penelitian</td>
<td>Teori dan Metode Penelitian</td>
<td>Hasil Penelitian</td>
<td>Persamaan</td>
<td>Perbedaan</td>
</tr>
<tr>
<td>----</td>
<td>---------------------------</td>
<td>-----------------------------</td>
<td>------------------</td>
<td>-----------</td>
<td>-----------</td>
</tr>
<tr>
<td>4.</td>
<td>Ivan Reza</td>
<td>Teori Komunikasi Massa dan Teori Weick</td>
<td>Hasil dari penelitian ini betujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pas FM dalam bentuk upaya untuk menjaga eksistensi radio lokal. Pas FM merupakan radio swasta yang dimiliki oleh CPP Radionet di daerah Kota Solo yang mengudara pada saluran 90.9 Fm. Pas Fm banyak menyuguhkan informasi mengenai dunia bisnis sehingga memiliki target pendengarnya yaitu para pembisnis yang berada di Surakarta. Adapun acara yang diunggulkan diantarnya <strong>Visioning Indonesia, Pop on the Radio dan Business Wisdom.</strong></td>
<td>Persamaan pada teori ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi dalam menjaga eksistensi radio dan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif.</td>
<td>Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan, penelitian ini menggunakan teori komunikasi massa dan teori weick, sedangkan penelitian yang akan diterliti menggunakan teori manajemen media media. Selain itu perbedaanya terletak pada fokus penelitian.</td>
</tr>
<tr>
<td>NO</td>
<td>Nama dan Judul Penelitian</td>
<td>Teori dan Metode Penelitian</td>
<td>Hasil Penelitian</td>
<td>Persamaan</td>
<td>Perbedaan</td>
</tr>
<tr>
<td>----</td>
<td>--------------------------</td>
<td>-----------------------------</td>
<td>------------------</td>
<td>-----------</td>
<td>-----------</td>
</tr>
</tbody>
</table>
1.5.2 Landasan Konseptual

Bagan 1.1
Kerangka Konseptual

<table>
<thead>
<tr>
<th>HITS UNIKOM RADIO</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>KONSEP MANAJEMEN MEDIA</td>
</tr>
<tr>
<td>PRA-PRODUKSI PROGRAM</td>
</tr>
<tr>
<td>PRODUKSI PROGRAM</td>
</tr>
<tr>
<td>PASCA PRODUKSI PROGRAM</td>
</tr>
<tr>
<td>PESAN/INFORMASI PADA PROGRAM HITS SORE TERHADAP PENDENGAR</td>
</tr>
<tr>
<td>TERSAMPAIKAN</td>
</tr>
<tr>
<td>KURANG TERSAMPAIKAN</td>
</tr>
<tr>
<td>TIDAK TERSAMPAIKAN</td>
</tr>
</tbody>
</table>

1.5.2.1 Strategi Produksi

Dalam radio diperlukan sebuah strategi produksi yang tepat supaya program yang dibuat dapat dinikmati oleh pendengar. Pada dasar nya strategi merupakan sebuah kegiatan yang digunakan agar bisa menghasilkan tujuan yang jelas. Strategi ini dalam pembentukanya dibutuhkan kebijakan yang akurat dan tepat dalam membuat suatu keputusan.

a. Manajemen media membahas mengenai strategi program siaran yang ditinjau dari beberapa aspek, di antaranya:

1) Perencanaan Program

Perencanaan pada suatu program menjadi tanggung jawab produser pada stasiun penyiaran, utamanya produser berkonsultasi terlebih dahulu dengan kepala direktur dan tim produksi lainnya. Hal ini dikarenakan program merupakan unsur terpenting untuk dapat menarik jumlah pendengar. Dalam memilih dan merancang program biasanya bagian produksi juga akan berkonsultasi terlebih dahulu dengan bagian pemasaran (sales marketing). Hal ini dilakukan karna bagian pemasaranlah yang akan memasarkan program tersebut kepada pihak pemasang iklan supaya bisa tertarik untuk memasang iklan di dalam program tersebut.

2) Produksi Program

Ide gagasan merupakan sebuah kunci dalam memproduksi dan membuat suatu program. Oleh karna itu suatu program akan bisa berjalan dengan adanya ide dan gagasan. Ide dan gagasan itu lah yang akhirnya akan diwujudkan dalam sebuah produksi siaran. Pada dasarnya bagian produksi siaran terbagi dalam beberapa divisi produksi namun pada media media besar produksi siaran menjadi bagian yang terpisah karena memiliki personalia dan sumber daya yang cukup besar sehingga menjadi divisi sendiri yang disebut dengan tim produksi yang dipimpin langsung oleh seorang direktur produksi.

Untuk produksi siaran radio konvensional tentunya target dari audien nya itu sendiri ialah masyarakat lokal setempat. Di Indonesia, strategi untuk mengangkat unsur budaya lokal dan etnis dinilai terbukti dapat menjaring
audien yang cukup banyak. Media lokal daerah sangat berperan dalam melestarikan budaya dan kesenian sekaligus meningkatkan audien pendengar.

3) Eksekusi Program

Eksekusi program meliputi kegiatan penyiaran program sesuai dengan apa yang direncanakan di awal. Produser melakukan kordinasi dengan bagian traffic dalam menentukan jadwal program siaran dan juga berkonsultasi dengan marketing dalam mempersiapkan promo bagi program tersebut. Strategi penyiaran program yang baik ditentukan oleh bagaimana menyusun dan menanta berbagai program yang akan disiarkan. Dalam mengeksekusi program, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu : pembagian waktu siaran, strategi siaran, program tandingan dan strategi lainnya. Untuk strategi siaran, bagian dalam program harus menyadari prinsip dasar dalam mengelola siarannya, bahwa setiap menit dalam sehari memiliki ukuran waktu tersendiri. Sedangkan strategi tandingan ialah strategi untuk merebut pendengar yang sedang mendengarkan di stasiun lain untuk pindah ke stasiun sendiri dengan cara merancang dan menjadwalkan suatu program yang memiliki ciri khas serta daya tarik tersendiri yang berbeda untuk menarik pendengar yang kebutuhannya belum terpenuhi.

4) Evaluasi

Proses evaluasi diperlukan agar dapat menentukan sejauh mana rencana yang telah diwujudkan dan dicapai oleh media penyiaran, departemen serta karyawan yang terlibat pada proses produksi. kegiatan evaluasian dilakukan secara berkala terhadap setiap individu dan
dapat menentukan direktur atau manajer umum dapat membandingkan kinerja yang telah dilaksanakan dengan kinerja yang direncanakan. Jika hal tersebut tidak singkron, maka perlu dilakukan beberapa tindakan perbaikan. Evaluasi perlu dilakukan berdasarkan hasil kerja yang dapat diukur agar fungsi dari pengawasan dan evaluasi dapat berjalan dengan efektif.

Strategi produksi pada tahapan ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu Pra-Produksi, Produksi dan Pasca-Produksi. Pada proses pra-produksi dalam sebuah program media lebih awal menentukan gagasan dan ide awal untuk keperluan siaran. Setelah mendapatkan gagasan yang pas, dilanjut untuk pencarian berita yang sesuai dengan ide tema yang telah di tentukan tadi. Dilanjut dengan pembuatan naskah siaran sesuai dengan standar operasional media.

Ketika pesan atau informasi yang di bawakan oleh penyiar dalam program hits sore dalam mempengaruhi pendengar, maka strategi yang telah di lakukan berhasil tersampaikan kepada khalayak, sehingga siap bersaing dan layak di dengar oleh para pendengar setia. Oleh karna itu strategipun harus terus dilakukan agar eksistensi yang terjadi dapat memikat para pendengarinya pada program yang sudah ada khususnya Hits Unikom Radio dengan program Hits Sore.

b. Fungsi POAC (Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling)

1) Planning, merupakan sebuah perencanaan dalam sebuah pekerjaan yang perlu dilaksanakan oleh suatu kelompok atau instansi media untuk dapat mencapai sebuah tujuan yang sudah ditargetkan sejak awal. Dalam perencanaan tentunya harus ditutur sedetail mungkin dalam mengatur strategi sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Dengan meningkatnya persentase yang tinggi.
maka bisa disimpulkan bahwa perencanaanya sudah cukup baik. Maka dari itu, sebuah perencanaan harus dibuat dengan memikirkan aspek penting agar berjalan dengan sempurna.

2) **Organizing**, ialah sebuah proses pengelompokan suatu kegiatan untuk dapat mencapai tujuan-tujuan pada setiap kelompoknya kepada seorang manajer. Pengorganisasian dilakukan dengan cara mengelompokkan individu kepada kelompok tertentu sesuai dengan kemampuanya. Dengan begitu maka setiap orang yang berada dalam instansi media akan bekerja sesuai dengan bidang nya yang dikuasai sehingga akan mempermudah pekerjaan dan memiliki hasil yang baik.

3) **Actuating**, atau pelaksanaan dalam menggerakan anggota kelompok dengan berbagai macam cara, sehingga muncul suatu keinginan untuk berusaha mencapai tujuan yang telah direncanakan. Pelaksanaanya dilakukan oleh semua divisi yang berada di dalam sebuah media. Sebagai contoh, misalnya dalam menggarap sebuah program siaran radio, tentu memerlukan kerja sama dari berbagai indivdual dan divisi nya itu sendiri, seperti produser, script writer, program director dan penyiar. Semuanya memiliki tugas nya masing-masing dan bekerja sama untuk menghasilkan program yang berkualitas.

4) **Controlling**, ketika sebuah program siaran mulai disiarkan, bukan berarti pekerjaan telah selesai begitu saja. Pengawasan tidak hanya dilakukan ketika tahapan produksi saja, tetapi ketika pekerjaan telah selesai pun pengawasan tetap harus dilakukan dengan cara mengawasi dan mengatur setiap pekerjaan yang dilakukan. Dalam hal ini pengawasan berfungsi untuk memastikan setiap
individu dan divisi yang bekerja sudah sesuai dengan SOP nya masing-masing sehingga pekerjaan bisa selesai tepat waktu dengan hasil yang maksimal.

Dengan menggunakan konsep manajemen POAC dalam sebuah media maka akan mempermudah dalam memastikan setiap pekerjaan sesuai dengan yang diinginkan sejak awal sehingga dan mencapai hasil yang maksimal. Namun hal ini juga harus didukung dengan SDM yang baik.

1.5.2.2 Keterampilan Penyiar

Penyiar dalam sebuah radio merupakan orang yang berkomunikasi baik itu sebuah gagasan. Ide, konsep yang sekaligus menyiarkan program yang dibawakannya di radio. Penyiar radio tentunya memiliki tanggung jawab dalam menyampaikan isi pesan kepada audien, sehingga acara tersebut bisa menarik dan berjalan lancar sesuai dengan standar operasional.

Untuk dapat memuaskan para pendengar dalam menyampaikan isi pesan, seorang penyiar harus mempunyai kemampuan atau skill dalam melakukan komunikasi dengan khalayak. Seorang penyiar dituntut untuk selalu memperbaiki citra dari stasiun radio itu sendiri. Selain memiliki kemampuan dalam siaran, seorang penyiar juga memiliki tanggung jawab dan tugas lain sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya jika diperlukan. Mempunyai suara yang bagus saja tidak cukup, seorang penyiar juga harus bisa mengoprasikan alat siaran dan memahami konsep yang akan di siarkan sesuai dengan yang telah dirancang oleh tim produksi.
1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian


1.6.2 Paradigma dan Pendekatan


Dengan menggunakan paradigma konstruktivisme diharapkan peneliti dapat terlibat secara langsung dengan kegiatan di lokasi penelitian yang secara tidak langsung peneliti berusaha menggali data dengan cara mengamati langsung informan atau sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti juga dapat ikut melakukan apa yang dilakukan oleh informan serta ikut merasakan bagaimana kinerja menjadi seorang sumber data.
Dalam pendekatan penelitian ada banyak macam jenis pendekatan komunikasi. Berawal dari latar belakang penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan bentuk karakteristik individu dan situasi di dalam kelompok tertentu. Pendekatan ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai ruang lingkup lokasi penelitian dan membuka kemungkinan mendapatkan penemuan baru atau *discovery*.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode kualitatif deskriptif digunakan pada penelitian ini karna sesuai dengan masalah yang akan di teliti. Jenis metode penelitian ini masuk kedalam jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini tentunya memiliki tujuan khusus diantarnya untuk mengetahui dan mengungkapkan fakta, fenomena atau keadaan, variabel dan keadaan yang terjadi dengan menyajikan data yang bisa di dapat apa adanya.

Pendekatan pada metode kualitatif menggunakan penjelasan secara deskriptif untuk dapat mengetahui gambaran mengenai eksistensi Hits Unikom Radio di tengah tengah perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang cukup pesat. Dengan menggunakan metode ini peneliti mampu mengungkapkan secara jelas dan mendalam tentang bagaimana pandangan masyarakat terhadap Hits Unikom Radio dalam bersaing mempertahankan eksistensinya di tengah perkembangan teknologi komunikas dan informasi. Mengumpulkan data, analisis data, interpretasi data serta memberikan kesimpulan yang mengacu kepada penganalisisan data yang merupakan kegiatan deskriptif kualitatif. Peneliti mengharapkan dengan digunakanya metode deskriptif kualitatif ini agar bisa memudahkan dalam menemukan hal-hal baru dengan fenomena yang ada disertai dengan prediksi dari peniliti.
Bagan 1.2
Skema Penelitian

Strategi
Mempertahankan
Eksistensi Radio
Kampus

Program Acara
HitsSore

Konsep Manajemen
Media

Perencanaan Program

1. Pencarian Ide Konten
2. Judul Program
3. Target Pendengar
4. Jam Tayang
5. Estimasi Dana
6. Format Acara
7. Penataan Artistik
8. Bahasa Naskah
9. Logo dan Musik Track
10. Interactive Program

Produksi Program

1. Mencari Topik Siaran
2. Pembuatan Naskah
3. Punching Line
4. Tune dan Bumper
5. Pemilihan Musik
6. Marketing
7. Penempatan Penyiar
8. Promosi
9. Siaran On Air
10. Siaran Off Air (tapping)
11. TalkShow

Evaluasi Program

1. Checking dan Review
2. Editing
3. Manipulating (pengisian suara)
4. Mixing (pecampuran suara)

Hasil Penelitian

Pra-Produksi
(Perencanaan)
Produksi program HitsSore dalam upaya mempertahankan eksistensi radio kampus yang mampu bersaing dengan radio konvensional lainnya.

Produksi
(Pelaksanaan)
Proses penyampaian pesan melalui program siaran HitsSore oleh seorang penyiar kepada para pendengar sesuai dengan topik dan tema yang telah produksi.

Pasca Produksi
(Evaluasi)
Isi pesan dalam program HitsSore tersampaikan dan dapat diterima oleh masyarakat. Namun apabila isi pesan kurang tersampaikan maka perlu dilakukan evaluasi pada setiap divisi.
1.6.4 Jenis Data dan Sumber

1.6.4.1 Jenis Data


1.6.4.2 Sumber Data

Sumber data menjelaskan tentang dari mana data itu di dapat, ada dua jenis sumber data, yaitu :


b. Sumber Data Sekunder, sumber ini berasal dari beberapa sumber bacaan seperti buku, blog, majalah dan sumber lainya yang berkaitan dengan penelitian. Data ini berguna untuk memperkuat dan melengkap informasi pada penelitian.

1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Analisis

Menentukan Informan dalam sebuah penelitian adalah sebuah tahapan dalam proses penggalian informasi demi mendapatkan hasil yang maksimal. Ada beberapa individu yang dijadikan informan pada penelitian ini yang dipilih langsung oleh peneliti untuk bisa dimintai keteranganya. Informan harus mengerti dan memahami strategi
produksi siaran baik dari mulai produksi hingga eksekusi. Oleh karna itu penulis telah menentukan informan kunci dan informan pendukung diantaranya:

A. Informan Kunci

a. *Program Director*, sebagai orang yang berperan dalam berjalanya suatu program dan mengawasi segala bentuk kegiatan selama acara berlangsung. Wawancara dengan program director untuk mengetahui ide dan gagasan apa saja yang digunakan dalam proses produksi program Hits Sore di Hits Unikom Radio.


B. Informan Pendukung

a. *Penyiar*, mempunyai tugas penting dalam menyampaikan isi berita yang sebelumnya telah direncanakan. Wawancara dengan penyiar ini bertujuan untuk mengetahui proses siaran program Hits Sore yang dibawakan sehingga dapat diterima dan dinikmati oleh pendengar.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.6.1 Teknik Observasi

Hasil dari observasi ini memiliki manfaat yaitu untuk bisa memperkuat informasi mengenai topik penelitian serta menjadikan bukti fisik dari kegiatan wawancara yang telah di lakukan oleh peneliti.

1.6.6.2 Dokumentasi Data


Hasil dari dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan kredibilitas karna didukung oleh bukti bukti seperti foto atau karya tulis yang ada di lokasi penelitian. Tetapi perlu diperhatikan juga bahwa tidak semua dokumen yang di dapat memiliki kredibilitas yang tinggi. Contoh nya seperti foto yang tidak mencerminkan kondisi aslinya seperti apa, karna foto itu dibuat untuk kepentingan tertentu.

1.6.6.3 Wawancara

1.6.7 Teknik Analisis Data

Supaya data dapat dimengerti dan penemuan dari penelitian bisa disebarluaskan, maka dibutuhkan teknik analisis data. Data yang di dapat dari hasil observasi, analisis dokumen dan wawancara pada penelitian kualitatif berupa penjelasan dan penjabaran

Peneliti menggunakan teknik analisis data model Milles & Huberman yang di dalamnya menjelaskan secara terperinci mengenai tiga langkah dalam menganalisis data, yaitu:

a. Reduksi data sebagai proses pemilihan data, mengfokuskan data, menyederhanakan data, menyusun dan mengubah data kasar ke catatan lapangan. Teknik analisis data model reduksi ini digunakan untuk merangkum dan memilih data data yang telah di dapat di lapangan supaya memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data yang selanjutnya. Karna semakin lama peneliti melakukan penelitian di lapangan maka semakin banyak, kompleks dan rumit.

b. Display data sering digunakan untuk menyusun data dalam suatu susunan untuk memudahkan ketika membuat kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif mendisplay data bisa dengan bentuk uraian, bagan dan yang paling sering digunakan adalah dengan memasukan teks yang bersifat naratif.

c. Interpretasi Data merupakan hasil penggabungan setelah melaksanakan kegiatan penelitian berupa hasil analisis dengan berbagai metode, pertanyaan maupun standar tertentu yang berguna untuk bisa menciptakan suatu makna dari sebuah data yang telah dikumpulkan oleh peneliti guna mencari sebuah jawaban terhadap permasalahan dalam sebuah penelitian.
d. **Penarikan Kesimpulan** dengan membuat interpretasi data yang sesuai dengan masalah dalam tujuan penelitian kemudian mendapatkan kesimpulan masalah penelitian. Hal ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang sudah dirumuskan sejak awal dan sudah teruji kredibilitas nya, namun tetapi kesimpulan dalam penelitian ini juga bisa bersifat sementara apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung untuk pengumpulan data berikutnya.
<table>
<thead>
<tr>
<th>No</th>
<th>Kegiatan</th>
<th>Okt</th>
<th>Nov</th>
<th>Des</th>
<th>Jan</th>
<th>Feb</th>
<th>Mar</th>
<th>Apr</th>
<th>Mei</th>
<th>Jun</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Pra Observasi</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Pengajuan Judul</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Penyusunan Proposal</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Pengajual Proposal</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>Seminar Uji Proposal</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>Penelitian Skripsi</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>Sidang Hasil Penelitian Skripsi</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>