

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Citra perusahaan merupakan bagaimana seseorang memandang, memikirkan, dan merasakan mengenai sebuah perusahaan, sehingga dapat mencerminkan nilai baik dan buruknya perusahaan yang didapatkan dari aspek internal maupun eksternal perusahaan itu sendiri. Salah satu perusahaan media penyiaran di Kota Bandung, yakni Ardan Radio, saat ini terus berupaya mempertahankan citra positifnya sebagai media yang menyediakan hiburan. Media penyiaran memiliki peranan penting untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Cara Ardan Radio untuk menumbuhkan citra positif salah satunya melalui program-program yang telah dibuatnya.

Data pra-penelitian yang telah didapatkan dari website resmi Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada tahun 2025 menyatakan bahwa saat ini terdapat penurunan drastis terkait eksistensi siaran radio di Indonesia. Situs tersebut juga mencantumkan data dari Komdigi (Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia) bahwa terdapat 56 stasiun radio yang dihentikan operasionalnya saat ini karena sudah tidak aktif siaran selama 6 bulan berturut-turut. Keberadaan radio saat ini sudah tidak lagi sepopuler dahulu. Munculnya *media on demand* seperti adanya aplikasi layanan *streaming music* dan *video* seperti *Spotify*, *Youtube*, *Apple Music*, *Netflix*, bahkan *podcast* menjadi salah satu penyebab posisi radio kehilangan daya tariknya. (Data diambil dari pra-observasi visual *website* resmi *kpi.go.id* yang diakses pada tanggal 26 April 2025).

Ardan Radio merupakan salah satu stasiun radio yang paling diminati di Bandung yang dikenal sebagai radio untuk kaum muda dengan target utama generasi milenial dan Gen Z. Beroperasi pada frekuensi 105.9 FM. Ardan menyajikan berbagai program hiburan melalui konsep “*Ardan Group Five – O* yang terdiri atas *On-Air* (siaran radio), *Off-Air* (*event* dan *promo*), *Online* (promosi digital), *Ob-Van* (*branding mobile*), dan *On-Data* (riset pasar). Ardan Radio juga aktif melakukan kerja sama dengan berbagai perusahaan yang hendak mempromosikan kegiatannya dengan tetap menjaga segmentasi remaja sebagai target utama. Konsep ini memberikan gambaran besar bahwa Ardan tidak hanya menawarkan siaran radio, tetapi juga layanan acara, pemasaran digital, *branding*, dan riset pasar yang terintegrasi, sehingga mampu menjangkau audiens lebih luas dan memperkuat citra dan reputasi perusahaan secara lebih menyeluruh. (Data diambil dari pra-observasi virtual melalui media sosial resmi *LinkedIn @Ardan Group* pada tanggal 26 April 2025).

Peneliti melakukan pengumpulan data secara langsung dari wawancara yang telah dilakukan dengan 10 mahasiswa/i Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat UIN Sunan Gunung Djati angkatan 2022, mengenai bagaimana pandangan mereka terhadap Ardan Radio. Hasil wawancara yang diperoleh, 10 dari 10 informan menyebutkan bahwa Ardan Radio dianggap sebagai radio yang memiliki citra positif, pernyataan tersebut didukung oleh jawaban beserta alasan yang telah didapat dalam wawancara. Jawaban yang menarik

perhatian peneliti adalah jawaban dari Amel bahwa konten-konten yang disajikan Ardan beragam, bisa disesuaikan dengan pilihan kebutuhan setiap individu tertarik pada jenis konten yang seperti apa, selain terdapat beragam pilihan program Ardan Radio yang aktif mengangkat isu-isu sosial sehingga masyarakat mengetahui apa yang sedang terjadi kala itu. (Data diambil dari wawancara pada tanggal 24 Mei 2025).

Jawaban serupa tentang citra positif Ardan juga disampaikan oleh Faiza sebagai salah satu informan yang menyebutkan bahwa Ardan Radio konsisten dalam menjaga kualitas programnya, dari dulu hingga saat ini, tidak hanya berfokus pada banyaknya program, tetapi juga setiap program memiliki nilai dan keunikan tersendiri dibandingkan dengan media lainnya. Pernyataan ini mengandung makna bahwa Ardan Radio selalu memperhatikan kualitas program yang dibawakannya dengan tetap mengikuti perkembangan zaman. (Data diambil dari wawancara pada tanggal 24 Mei 2025).

Hasil wawancara terhadap 10 informan tersebut menunjukkan citra positif yang dimiliki Ardan Radio, memberikan gambaran penting tentang bagaimana persepsi pendengar terhadap stasiun radio satu ini. Citra yang dimiliki dapat menjadi salah satu faktor pembentuk reputasi Ardan Radio di mata masyarakat saat ini. Reputasi yang kuat dan positif mencerminkan kepercayaan serta loyalitas pendengar yang terus terjaga, menjadikannya sebagai salah satu stasiun radio terkemuka di Bandung. Keberhasilan membangun citra positif dan reputasi yang kuat juga tercermin dari berbagai pencapaian nyata yang diraih oleh Ardan Radio.

Ardan Radio mendapatkan prestasi gemilang pada tahun 2023 sebagai pemecah rekor siaran langsung ter-lama dalam Program Ardan 33 to Unity dengan kurun

waktu 36 jam *non-stop*. Siaran tersebut dimulai dari Hari Minggu 30 April 2023 hingga Hari Senin 1 Mei 2023. Program tersebut disiarkan secara eksklusif di frekuensi 105,9 FM Ardan Radio sebagai bagian dari rangkaian perayaan ulang tahun yang ke-33. (Data diambil dari pra-observasi virtual di *website* jurnalposmedia.com dan akun *Instagram* resmi @ardanradio pada tanggal 26 Mei 2025).

Prestasi yang diperoleh Ardan Radio di samping penyiaran, radio ini juga berperan sebagai salah satu media partner dalam acara bergengsi, yaitu Konser Lady Gaga *in Singapore 2025*, Konser Coldplay 2025, serta Bandung Music Awards 2022. Acara ini merupakan bentuk apresiasi kepada para musisi baik dalam lingkup lokal Bandung hingga internasional. Ardan Radio sebagai *media partner* berperan dalam mendukung acara tersebut dengan konsisten memposting konten yang menunjang kegiatan-kegiatan tersebut, dan juga menguatkan posisinya sebagai media anak muda yang mengapresiasi industri musik. (Data diambil dari pra-observasi *Instagram* @ardanradio, @bandungmusicawards, dan *website* resmi ardanradio.com pada tanggal 26 Mei 2025).

Ardan Radio disamping memiliki pencapaian yang diraih, juga mengalami tantangan besar dengan stasiun radio lainnya yang saat ini harus mampu beradaptasi dan bersaing secara cepat dengan berbagai *platform digital*. Perkembangan teknologi *digital* seperti layanan *streaming* musik, *podcast*, serta media sosial yang menawarkan aksesibilitas dan variasi isi yang lebih luas. Kondisi ini menuntut Ardan Radio untuk terus melakukan inovasi kepada penggemarnya. Perubahan perilaku masyarakat terhadap penurunan dalam mendengarkan radio, Ardan tetap

mampu berinovasi dan mempertahankan citra positifnya, salah satunya melalui program-program yang dihadirkan. Program unggulan konsep *on-air* yang paling diminati adalah Program Nightmare Side. Program ini terus memiliki pendengar setia sejak tahun 1997 hingga saat ini. Program ini bukan hanya digemari karena nuansa horornya yang kuat, tetapi juga karena kualitas produksi yang konsisten dan mampu membangun karakter Ardan sebagai radio yang kreatif dan dekat dengan pendengarnya.

Program Nightmare Side yang tayang setiap 1 minggu sekali di Hari Kamis tepatnya pada malam hari, termasuk dalam program nomor 1 yang mendapatkan *rating* tertinggi di Ardan Radio, sehingga tidak jarang banyaknya sponsor yang tertarik untuk bergabung dalam siaran program tersebut. Sponsor Program Nightmare Side saat ini adalah JNE Express. Ulasan positif yang diberikan masyarakat terkait dengan pandangan mereka terhadap program ini juga beragam, diantaranya dalam akun *Youtube* @ardanradio, dalam satu unggahannya mengenai Program Nightmare Side, pemilik akun @widyasartika6439 memberikan komentar, “Dulu waktu SMA tidak pernah ketinggalan dengerin Nightmare di radio ardan,tahun 1993,sekarang udah emak-emak dengerin di Youtube.” (Data diambil dari pra-observasi *YouTube* @ardanradio, pada tanggal 26 Mei 2025).

Ardan Radio saat ini terus berupaya untuk kembali mendapatkan perhatian dari audiens melalui berbagai pendekatan yang menarik, namun tetap memperhatikan citra positif dan relevan bagi perusahaan. Upaya tersebut menjadi penting mengingat tantangan persaingan di industri media yang semakin ketat. Program Nightmare Side tidak hanya menghadirkan konten menghibur, tetapi juga dirancang

untuk memperkuat citra Ardan Radio sebagai stasiun radio yang kreatif dan berani tanpa meninggalkan nilai-nilai positif. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan bagi peneliti terkait bagaimana media penyiaran Ardan Radio dapat mempertahankan citra positif melalui Program Nightmare Side yang dimiliki.

Peneliti memilih Ardan Radio sebagai objek penelitian dengan berfokus pada citra perusahaan, dikarenakan stasiun radio ini yang telah berdiri sejak tahun 1977 hingga kini masih terus aktif melakukan kegiatan yang sejalan dengan perkembangan zaman dan masih mampu mempertahankan eksistensi di tengah gempuran media digital. Peneliti melihat bahwa Ardan Radio memiliki kekuatan dalam proses komunikasi yang jelas, terstruktur, serta konsistensi dalam menjalin hubungan baik dengan pendengar maupun *clientnya*. Variasi 10 program *on-air* yang dimiliki Ardan Radio, terutama dalam Program Nightmare Side juga menjadi salah satu keunggulan daya tarik bagi pendengar. (Data diambil dari pra-observasi virtual melalui situs resmi ardanradio.com pada tanggal 26 April 2025).

Jurnal penelitian sebelumnya yang dilakukan pada tahun 2022 dengan judul Upaya Ardan Radio Bandung Mempertahankan Citra Radio Anak Muda melalui Segmentasi, Targeting, Positioning oleh Saputra dan Radjagukguk. Ardan Radio saat ini termasuk sebagai salah satu dari lima stasiun radio berperingkat teratas dengan jumlah pendengar tertinggi di Bandung, khususnya untuk kalangan usia 15–25 tahun. Fakta ini menandakan Ardan Radio masih memiliki daya dalam membangun citra korporat yang sejalan dengan target audiens mereka sehingga layak diteliti lebih mendalam. (Data diperoleh dari jurnal penelitian, Saputra, G., A., & Radjagukguk, D., L. (2022). *Mempertahankan Citra Radio Anak Muda*

melalui Segmentasi, Targeting, Positioning, 7(2), 182 – 191.)

Tingginya popularitas yang diraih Ardan Radio diduga kuat bahwa stasiun radio ini sanggup untuk mempertahankan citra yang baik bagi pendengarnya. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap faktor-faktor kunci di balik mempertahankan citra positif Ardan Radio melalui Program Nightmare Side. Observasi pra-penelitian yang telah dilakukan, di antaranya mengkaji jurnal yang relevan dengan topik bahasan, *website* resmi Ardan Radio, dan akun media sosial *Instagram*, *YouTube @ardanradio* serta *LinkedIn @ArdanGroup*.

Melihat objek yang dikaji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Ardan Radio terus berusaha untuk mengelola citra yang baik sebagai radio yang inovatif dan relevan bagi anak muda yang ingin ditunjukkan ke depan publik. Penelitian ini dikaji menggunakan model citra perusahaan dari Shirley Harrison dalam bukunya *Public Relations: An Introduction. Second Edition*. Yang ditulis pada tahun 2000. Model ini berkaitan dengan penelitian yang dikaji dikarenakan secara umum membahas tentang bagaimana citra suatu perusahaan dapat terbentuk dan dikelola, di hadapan audiens untuk mencapai tujuan tertentu.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus tema penelitian yang dilakukan terkait dengan strategi mempertahankan citra positif Ardan Radio dengan implementasi model citra perusahaan dari Shirley Harrison dalam bukunya *Public Relations: An Introduction. Second Edition. Thomas Learing*. Yang ditulis pada tahun 2000. Peneliti mengajukan berbagai pertanyaan untuk dapat diteliti lebih mendalam, diantaranya:

1) Bagaimana aspek kepribadian yang dilakukan Ardan Radio melalui Program

Nightmare Side?

- 2) Bagaimana aspek reputasi yang dilakukan Ardan Radio melalui Program Nightmare Side?
- 3) Bagaimana aspek nilai yang dilakukan Ardan Radio melalui Program Nightmare Side?
- 4) Bagaimana aspek identitas perusahaan yang dilakukan Ardan Radio melalui Program Nightmare Side?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui proses strategi komunikasi yang dilakukan untuk mempertahankan citra positif Ardan Radio yang dikenal sebagai radio anak muda terdepan di Bandung di tengah disrupsi media digital dan turunnya minat terhadap radio. Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1) Mengetahui aspek kepribadian yang dilakukan Ardan Radio melalui Program Nightmare Side.
- 2) Mengetahui aspek reputasi yang dilakukan Ardan Radio melalui Program Nightmare Side.
- 3) Mengetahui aspek nilai yang dilakukan Ardan Radio melalui Program Nightmare Side.
- 4) Mengetahui aspek identitas perusahaan yang dilakukan Ardan Radio melalui Program Nightmare Side.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya

studi hubungan masyarakat dalam mengkaji penerapan teori citra perusahaan Shirley Harrison yang ditulis pada tahun 2000, khususnya pada konteks citra pada media radio. Penelitian ini memperkuat integrasi antara teori dan praktik, yang menghubungkan konsep citra perusahaan dengan praktik komunikasi strategis, bahwa pemeliharaan citra adalah proses proaktif dan terintegrasi.

Temuan penelitian dapat berfungsi sebagai dasar untuk mengadaptasi dan mengembangkan kerangka analitis untuk manajemen citra yang lebih relevan dengan dinamika industri media saat ini. Penelitian ini menambah pengetahuan tentang cara organisasi media untuk menjaga citranya. Program "Nightmare Side" Ardan Radio, memberikan contoh nyata bagaimana sebuah radio mempertahankan citranya di tengah persaingan media yang ketat.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi informasi tambahan untuk perusahaan terkait yaitu Ardan Radio mengenai berbagai aspek yang berkaitan dengan strategi mempertahankan citra positif Ardan Radio, baik secara *On-Air* (siaran radio), *Off-Air* (*event* dan *promo*), *Online* (promosi digital), *Ob-Van* (*branding mobile*), dan *On-Data* (riset pasar).

Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi dasar pemahaman khususnya untuk media penyiaran lainnya dalam membangun serta mempertahankan citra positif di era *digital*. Citra perusahaan yang positif dapat menjadi pendorong utama bagi peningkatan produktivitas serta pertumbuhan bisnis secara menyeluruh.

1.5 Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan model citra perusahaan yang ditulis oleh Shirley Harrison tahun 2000 dalam bukunya yang berjudul *Public Relations: An Introduction*, karena model tersebut menjelaskan bahwa citra perusahaan merupakan persepsi menyeluruh yang ada di benak publik yang terbentuk dari kombinasi aspek kepribadian, reputasi, nilai, dan identitas perusahaan. Berdasarkan data pra-penelitian yang telah didapat dari hasil observasi, peneliti melihat bahwa Ardan Radio melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan citra positif melalui Program Nightmare Side. Model citra perusahaan ini dapat membantu memberikan dasar pemikiran untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi yang digunakan oleh Ardan Radio melalui Program Nightmare Side.

Landasan teoritis adalah dasar dari suatu opini pemikiran terhadap suatu teori yang akan digunakan untuk penelitian sebagai pedoman pemecahan masalah kedepannya. Menurut Sugiyono (2017), landasan teoritis merupakan kumpulan teori, konsep, dan prinsip yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dikaji. Penelitian ini menggunakan teori, konsep, atau model sebagai acuan dasar yang membimbing arah penelitian, sehingga pemilihannya harus relevan dengan topik yang diteliti.

Model citra perusahaan kali ini menjelaskan bahwa orang, perusahaan, ataupun lembaga berusaha menunjukkan sisi positif yang ingin ditunjukkan kedepan publik melalui pengelolaan citra secara terstruktur. Model ini dapat membantu perusahaan untuk memahami berbagai aspek yang membentuk persepsi publik secara menyeluruh, bukan hanya dari satu sisi saja. Model ini terdiri dari 4 aspek, yaitu

kepribadian, reputasi, nilai, dan identitas.

1.5.1. Kepribadian

Aspek awal yakni kepribadian, dapat diasumsikan sebagai karakter manusiawi yang melekat pada suatu merek, sehingga mencerminkan sifat, emosi, dan nilai-nilai yang ingin disampaikan perusahaan kepada konsumen. Menurut Harisson (2000:80), kepribadian organisasi dapat dijelaskan dengan cara membayangkan organisasi tersebut sebagai seorang manusia, lalu menggambarkan sifat dan karakter tersebut. Aspek ini membantu konsumen memahami merek tidak hanya sebagai produk, tetapi sebagai entitas yang memiliki "jiwa" dan dapat diajak berinteraksi secara emosional.

Program Nightmare Side yang dimiliki Ardan Radio mengimplementasikannya dalam bentuk menunjukkan kepribadian "kreatif dan inovatif" dengan tidak hanya menghadirkan konten misteri yang unik, tetapi juga menciptakan pengalaman mendengarkan yang premium melalui narasi dan pembawaannya yang khas. Ardan Radio perlu memastikan bahwa semua aspek, mencerminkan kepribadian program ini. Aspek ini dapat memperkuat ikatan emosional dengan pendengar setia dan membedakan dari pesaing industri radio lainnya.

1.5.2. Reputasi

Aspek reputasi dapat dimaknai sebagai cara penilaian jangka panjang yang dibentuk oleh publik terhadap kredibilitas, kepercayaan, dan kinerja suatu perusahaan selama bertahun-tahun. Menurut Harisson (2000:81), reputasi muncul dari keyakinan publik yang terbentuk melalui pengalaman langsung terhadap penggunaan produk atau layanan organisasi. Reputasi tidak terbentuk secara instan,

melainkan hasil akumulasi pengalaman publik dan kinerja organisasi.

Berdasarkan pra-observasi yang telah dilakukan, reputasi yang dimiliki Ardan Radio pada Program Nightmare Side dari publiknya dengan julukan "Program siaran horor nomor 1" menjadi aset berharga yang dapat menunjang citra positif Ardan Radio. Keterlibatan sponsor seperti *Brand JNE* dalam Program Nightmare Side menunjukkan adanya persepsi positif terhadap kredibilitas, profesionalisme, dan keberlanjutan organisasi. Peran seorang *public relations* menjadi kunci dalam memastikan reputasi perusahaan tetap positif meskipun menghadapi berbagai tantangan.

1.5.3. Nilai

Nilai merek dapat diartikan sebagai prinsip-prinsip inti yang menjadi fondasi dari segala tindakan dan keputusan perusahaan. Menurut Harisson (2000:82), nilai-nilai yang dimiliki organisasi merupakan seperangkat prinsip dasar yang dijadikan pedoman oleh organisasi dalam menentukan sikap, perilaku, serta pola hubungan yang dibangun antara organisasi dengan publiknya. Nilai yang dimiliki suatu perusahaan bukan hanya menjadi slogan, tetapi juga harus tercermin dalam budaya organisasi dan operasional sehari-hari.

Program Nightmare Side, memiliki nilai cerita urban horor *legend* di Bandung. Public relations dapat memastikan bahwa nilai-nilai tersebut tidak hanya dikomunikasikan, tetapi juga dibuktikan melalui tindakan nyata, sehingga membangun kepercayaan dan loyalitas jangka panjang yang nantinya akan langsung berkaitan dengan citra positif Ardan Radio.

1.5.4. Identitas Perusahaan

Identitas merek dapat dilihat secara visual dan verbal, yang membuat suatu merek mudah dikenali dan dibedakan dari pesaing. Menurut Harisson (2000:82), identitas merek merupakan cara organisasi merepresentasikan dirinya kepada publik, yang tercermin melalui nama, warna, logo, simbol, serta pola kerja yang dijalankan organisasi. Identitas yang konsisten membuat lebih mudah dikenali oleh publik sehingga nantinya dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Nama Program *Nightmare Side* secara langsung mewakili identitas horor, kata *nightmare* merujuk pada mimpi buruk yang identik dengan rasa takut, sedangkan kata *side* menggambarkan sisi gelap yang jarang terlihat. Warna yang digunakan, seperti merah tua dan hitam, mencerminkan kesan darah, bahaya, dan suasana tegang yang sesuai dengan karakter horor. Logo program memperkuat identitas perusahaan melalui desain visual yang gelap dan menakutkan, serta penggunaan tipografi yang retak, sehingga menggambarkan suasana horor dan ketegangan. Simbol-simbol yang digunakan, baik secara visual maupun audio, seperti suara bisikan di pembukaan program, berfungsi sebagai penanda yang memperkuat suasana dramatis dan horor. Pola kerja yang dilakukan dalam Program *Nightmare Side* juga mendukung identitas ini, terlihat dari konsep penyajian cerita, pilihan narasi, penggunaan efek suara, dan konsistensi tema horor di setiap episode, sehingga menciptakan pengalaman yang unik dan mudah dikenali oleh penonton.

1.6 Landasan Konseptual

1.6.1. Citra

Citra dapat terbentuk melalui berbagai tahapan dari lingkungan sekitar yang

diterima oleh individu. Setiap orang dapat memiliki citra yang berbeda terhadap hal atau objek yang sama, tergantung pada bagaimana mereka menginterpretasikan informasi dan pengalaman yang mereka alami. Citra memiliki sifat subjektif dan dinamis, serta memainkan peran penting dalam membentuk pandangan seseorang. Citra biasanya didefinisikan sebagai kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan fakta yang ia miliki. Definisi tersebut selaras dengan pengertian (Kriyantono: 2006), bahwa seseorang bisa memperoleh kesan berdasarkan proses pembentukan persepsi individu. Citra mencerminkan bagaimana suatu organisasi atau individu dapat dilihat oleh publik pada situasi tertentu, seperti pelayanan, kualitas produk, atau perilaku organisasi. Mengacu pada penjelasan citra menurut Kriyantono, maka organisasi dapat mengelola citra sesuai dengan tujuan yang diharapkan perusahaan.

1.6.2. Public Relations

Public relations berfungsi sebagai salah satu peran dari perusahaan yang bertanggung jawab untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Penjelasan ini sejalan dengan pendapat Cutlip, Center, dan Broom (Ardianto:2011), yang menekankan bahwa keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh kualitas hubungan antara organisasi dan publiknya. Peran *public relations* yang strategis dalam mengkoordinasikan komunikasi dan menjembatani kepentingan perusahaan dengan publik, baik internal maupun eksternal, dapat menciptakan pemahaman dan dukungan bersama terhadap tujuan organisasi.

Public relations berfungsi sebagai penghubung strategis antara manajemen

internal dan publik eksternal. Peran penghubung ini memungkinkan aliran informasi dua arah yang sehat dan transparan. Komunikasi ini kemudian diproses menjadi pesan yang selaras dengan kepentingan berbagai pihak. Seluruh proses yang telah dilakukan bertujuan untuk membangun saling pengertian dan menjaga reputasi dan citra organisasi yang positif dan pada akhirnya dapat menjadi dasar legitimasi dan keberlanjutan perusahaan di mata publik.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada salah satu perusahaan media massa, yakni Ardan Radio. Bertempat di Jl. Cipaganti No.159, Pasteur, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40161. Ardan Radio dipilih menjadi objek penelitian kali ini dikarenakan mampu untuk mempertahankan citra positifnya melalui reputasi ditengah ketatnya persaingan *media on-demand*.

1.7.2. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme atau yang dikenal dengan paradigma konstruktivistik, adalah pembentukan sudut pandang yang terjadi berdasarkan hasil interaksi sosial dan pengalaman tiap individu itu sendiri (budaya maupun lingkungan sekitarnya). Penjelasan tersebut sejalan dengan pengertian salah satu ahli. Menurut (Cresswell:2014), paradigma konstruktivisme dapat terbentuk dari persepsi individu yang muncul dari interaksi sosialnya, seperti latar belakang, pengalaman, dan budaya-nya. Makna yang didapat dari suatu kejadian bisa sangat kompleks, sehingga paradigma ini lebih menonjolkan pengembangan

makna berdasarkan pengalaman sosial.

Peneliti tertarik menggunakan paradigma konstruktivisme dikarenakan objek fenomena yang diamati akan dikaji secara mendalam dengan menggali berbagai perspektif. Paradigma ini dapat diartikan berbeda-beda tergantung pada keadaan, situasi, tempat, dan waktu. Artinya, apa yang dianggap nyata oleh seseorang bisa berubah sesuai dengan pengalaman dan kondisi di sekitarnya.

Paradigma ini sesuai dengan penelitian di Ardan Radio karena citra Program Nightmare Side, tidak terbentuk dengan sendirinya, melainkan dibangun dari cara program tersebut disajikan, dikomunikasikan, dan dialami oleh pendengar. Melalui paradigma konstruktivistik, penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi yang dilakukan Ardan Radio membangun citra horor Nightmare Side melalui identitas program, isi siaran, dan cara kerja tim, serta bagaimana citra tersebut dipahami dan dimaknai oleh pendengarnya.

1.7.3. Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan jenis kualitatif untuk menjawab tujuan penelitian ini. Pendekatan kualitatif cocok digunakan untuk menjelaskan fenomena yang tidak bisa diukur dengan angka dan memahami sudut pandang secara detail dan mendalam. Tujuannya adalah mengungkap makna, pengalaman, atau perspektif orang-orang yang diteliti.

Pendekatan kualitatif erat kaitannya dengan peran peneliti sebagai pengamat pasif yang langsung terlibat dengan objek penelitian. Menurut (Sugiyono:2017) dalam bukunya yang berjudul "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*", pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang berfokus pada pemahaman

mendalam terhadap fenomena yang sedang dikaji. Penelitian ini menekankan pentingnya mempelajari subjek dalam lingkungan tanpa manipulasi atau rekayasa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti menyadari bahwa berbagai fenomena yang berkaitan dengan objek penelitian tidak dapat diukur secara angka, melainkan perlu dipahami melalui interaksi langsung dan proses pemaknaan. Pendekatan ini relevan dengan penelitian di Ardan Radio, khususnya pada Program Nightmare Side, karena adanya penjelasan bagaimana Program Nightmare Side dapat membentuk citra horor bagi publiknya.

1.7.4. Metode Penelitian

Peneliti memilih menggunakan penelitian deskriptif kualitatif sebagai metode penelitian ini. Tujuan menggunakan metode ini yaitu untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menganalisis fenomena secara mendalam melalui narasi. Pemaparan detail pada fenomena yang akan dikaji tanpa adanya menguji hipotesis dan mencari hubungan sebab-akibat menjadi fokus utama pada metode penelitian deskriptif kualitatif ini.

Metode deskriptif kualitatif dapat digunakan untuk membuka wawasan baru dari hasil pengamatan lapangan secara naratif. Menurut Moleong (2018), dalam bukunya yang berjudul "*Metodologi Penelitian Kualitatif*." Menjelaskan bahwa memahami fenomena sosial secara mendalam melalui deskripsi naratif, dengan menekankan keaslian yang ada, makna subjektif, dan proses analisis yang induktif. Berdasarkan penjelasan tersebut menegaskan metode deskriptif kualitatif bersifat eksploratif dengan mengungkap fenomena sosial melalui deskripsi naratif yang autentik dari sudut pandang subjektif partisipan.

Peneliti tertarik menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dikarenakan penelitian yang akan dikaji berfokus pada memahami makna subjektif yang tidak bisa diukur secara numerik, untuk mengetahui strategi Ardan Radio dalam mempertahankan citra melalui aspek kepribadian, nilai, reputasi, dan identitas perusahaan yang terdapat pada model Citra Perusahaan, Shirley Harisson yang ditulis pada tahun 2000.

1.7.5. Jenis Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang diperoleh melalui deskriptif naratif dan wawancara, tanpa menggunakan data berbentuk angka atau perhitungan statistik. Pengumpulan data pada penelitian ini juga menggunakan wawancara untuk menggali perspektif, motivasi, dan pengalaman pribadi informan.

1.7.6. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan sumber data yang diperlukan, diantaranya:

1) Sumber data primer

Sumber data primer yakni data yang didapat langsung dari sumber yang berkaitan dengan objek penelitian di lapangan. Menurut Hasan (2002), data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber informan di lapangan.

Sumber data yang terdapat dalam penelitian ini adalah pimpinan dan pegawai yang berkaitan dengan kegiatan humas di Ardan Radio. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat dalam Program Nightmare Side di Ardan Radio serta melalui kegiatan observasi terhadap proses produksi

dan penyiaran program. Informasi mengenai pembentukan citra horor tidak dapat diperoleh secara maksimal hanya melalui data tertulis, melainkan perlu dipahami dari pengalaman, pandangan, dan praktik kerja pihak internal. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih mendalam, kontekstual, dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

2) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yakni data yang bisa diperoleh melalui sumber- sumber yang telah ada sebelumnya. Menurut Hasan (2002), data sekunder ialah data yang dikumpulkan untuk mendukung data primer, seperti buku, jurnal, media, atau penelitian terdahulu. Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari *website* resmi ardanradio.com, akun *Instagram*, *YouTube* @ardanradio, akun *LinkedIn* @Ardan Group, ataupun penelitian terdahulu yang masih berkaitan dengan citra Ardan Radio melalui Program Nightmare Side.

Peneliti memanfaatkan data sekunder tersebut untuk memperkuat dan melengkapi data primer yang diperoleh dari lapangan. Penggunaan data sekunder membantu peneliti memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh serta memberikan dasar teoritis dan kontekstual dalam menganalisis pembentukan citra Program Nightmare Side di Ardan Radio.

1.7.7. Teknik Pemilihan Informan

Pemilihan informan sangat diperlukan dalam sebuah penelitian karena sebagai sumber utama terkumpulnya informasi yang dibutuhkan. Menurut Sugiyono (2018), peran informan sangat penting karena mereka yang memegang informasi langsung dengan permasalahan yang akan diteliti sehingga nantinya akan

mendapatkan data yang didapat akan mendalam dan relevan. Informan secara keseluruhan berfungsi sebagai pemberi informasi penting dalam penelitian terkait.

Penentuan jumlah informan dalam penelitian kualitatif perlu mempertimbangkan kebutuhan kedalaman data serta kemampuan informan dalam keterkaitan dengan fenomena yang diteliti. Menurut Creswell (2014), jumlah informan ideal dalam penelitian kualitatif adalah antara 3 dan 10 orang untuk memastikan data yang diperoleh lebih kredibel dan mampu mewakili fenomena yang diteliti. Peneliti mempertimbangkan hal ini ketika menentukan jumlah informan untuk menjaga kualitas data. Studi ini melibatkan tiga informan karena jumlah ini disesuaikan dengan ketersediaan dan relevansi informan di Radio Ardan, sehingga informan yang terlibat dalam penelitian ini adalah:

- 1) Informan pertama merupakan pihak Ardan Radio yang memiliki peran sebagai Program Manager Art & Radio dan telah bekerja selama 17 tahun.
- 2) Informan kedua merupakan pihak Ardan Radio yang memiliki peran sebagai Program Supervisor dan Produser Program Nightmare Side dan telah bekerja selama 14 tahun.
- 3) Informan ketiga merupakan pihak Ardan Radio yang memiliki peran sebagai Ardan Group Consultant sekaligus Bagian Tim Pengembangan Awal Program Nightmare Side.

1.7.8. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian merupakan tahap krusial yang menentukan kualitas dan kedalaman informasi yang diperoleh. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik

pengumpulan data:

1) Observasi Non-partisipan

Observasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang jujur dan autentik tentang fenomena yang sedang diteliti. Menurut Hasan (2002), peneliti hanya mengamati secara objektif tanpa memengaruhi atau berinteraksi langsung dengan subjek, sehingga data yang diperoleh akan menghasilkan perilaku alami. Peneliti menggunakan observasi dikarenakan cocok untuk mendapatkan gambaran yang asli dan mendalam terhadap fenomena yang sedang diteliti.

Peneliti menggunakan teknik observasi non-partisipan karena peneliti hanya melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap perilaku serta tahapan kegiatan yang berlangsung secara objektif. Peneliti memilih teknik ini agar proses pengelolaan citra Program Nightmare Side di Ardan Radio dapat diamati apa adanya tanpa adanya campur tangan langsung dari peneliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang lebih natural mengenai praktik dan aktivitas yang dilakukan oleh pihak internal Ardan Radio.

2) Wawancara Mendalam

Teknik wawancara dilakukan dengan mempersiapkan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya, terkait dengan fenomena penelitian yang terjadi pada objek penelitian. Menurut (Moleong, 2005:186), wawancara mendalam mencakup informasi yang digali secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam dengan tujuan agar data yang didapat dapat digali melalui tanya jawab sehingga peneliti dapat memahami perspektif

informan secara menyeluruh.

Peneliti melakukan wawancara mendalam secara tatap muka di lokasi Ardan Radio dengan informan yang relevan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Peneliti memilih metode ini agar dapat menggali informasi secara lebih rinci dan mendalam mengenai pandangan, pengalaman, serta peran informan dalam proses pembentukan citra Program *Nightmare Side*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih akurat dan kontekstual sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

1.7.9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara mengolah data yang telah dikumpulkan lalu diolah dan ditafsirkan untuk menjawab tujuan dari penelitian. Penelitian kali ini, peneliti menggunakan teknik dari ahli Creswell (2018), dikarenakan teknik yang digunakan secara sistematis sehingga memudahkan peneliti untuk menyajikan data yang didapat secara naratif. Menurut Creswell (2018:268-271), terdapat 5 langkah untuk melakukan analisis data kualitatif, diantaranya:

1) Managing and Organizing Data

Pada tahap awal, peneliti melakukan proses pengelolaan dan penyusunan data penelitian agar terstruktur dan siap dianalisis. Peneliti mengumpulkan data berupa hasil wawancara dengan tim produksi, serta observasi pasif terkait dengan topik yang dibahas. Tahap ini dianalisis sebagai upaya awal untuk memastikan seluruh data tersusun secara sistematis sehingga memudahkan peneliti dalam menelusuri dan mengolah informasi pada tahap selanjutnya.

2) Reading and Memoing Emergent Ideas

Peneliti membaca data secara berulang untuk memahami keseluruhan isi serta menuliskan catatan awal dan memberikan *highlight*, terkait ide-ide yang muncul, seperti mencatat pola-pola menarik seperti tema pengalaman mistis yang sering muncul atau gaya penyampaian cerita oleh penyiar. Tahap ini dianalisis sebagai proses eksplorasi awal untuk mengidentifikasi makna dan kecenderungan yang nantinya menjadi dasar dalam proses pengkodean data.

3) *Describing and Classifying Codes into Themes*

Peneliti melakukan proses mengelompokkan informasi ke dalam kategori dan tema tertentu. Peneliti pada program Nightmare Side mengelompokkan data berdasarkan kategori seperti yang berkaitan dengan aspek kepribadian, reputasi, nilai, dan identitas perusahaan. Tahap ini dianalisis sebagai proses untuk menemukan pola-pola utama dalam data.

4) *Developing and Assessing Interpretations*

Tahapan selanjutnya, peneliti mengembangkan dan menilai interpretasi terhadap data yang telah dikategorikan untuk menemukan makna yang lebih dalam. Peneliti dalam penelitian ini menafsirkan bagaimana program Nightmare Side membangun citra melalui keempat aspek (kepribadian, reputasi, nilai, identitas perusahaan). Tahap ini dianalisis sebagai upaya untuk menghubungkan temuan data dengan konsep teori yang digunakan, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti..

5) *Representing and Visualizing The Data*

Tahap terakhir, peneliti menyajikan hasil analisis data dalam bentuk narasi atau

visual agar mudah dipahami oleh pembaca. Peneliti menyusun hasil penelitian mengenai program Nightmare Side ke dalam bentuk deskriptif yang sistematis, serta dapat menambahkan tabel atau bagan untuk memperjelas temuan terkait strategi komunikasi yang dilakukan. Tahap ini dianalisis sebagai proses akhir dalam penelitian yang bertujuan untuk menyampaikan hasil interpretasi secara jelas, terstruktur, dan informatif.

1.7.10. Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.1 Rencana Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Ags 2025	Sep 2025	Okt 2025	Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	Feb 2026
1	Tahap Pertama: Observasi lapangan & Pengumpulan Data							
	Pengumpulan data proposal dan penelitian							
	Penyusunan proposal penelitian							
	Bimbingan proposal penelitian							
	Revisi proposal penelitian							
2	Tahap kedua: Pengajuan proposal penelitian							
	Sidang proposal penelitian							
	Revisi proposal penelitian							
3	Tahap ketiga: Penyusunan Skripsi							

	Pelaksanaan penelitian							
	Wawancara mendalam penelitian							
	Analisis pengolahan data penelitian							
	Laporan penelitian							
	Bimbingan skripsi							
4	Tahap keempat: Sidang Skripsi							
	Sidang skripsi							
	Revisi skripsi							

