

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Ada beberapa kampus yang mempunyai radio seperti 107.8 Mandalla FM yang dimiliki Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung, lalu ada radio Unpad yang dimiliki Universitas Padjajaran, 8ehradio 107.9 FM yang dimiliki oleh Intitusi Teknologi Bandung serta Pasundan radio 107.9 FM yang dimiliki oleh Universitas Pasundan. Beberapa kampus mempunyai radio andalannya, tetapi ada salah satu radio kampus yang diduga terkenal bahkan bisa dibilang menjadi radio kampus terbaik di Kota Bandung ini, radio kampus ini bisa mempertahankan eksistensi dan mengatur strategi supaya radio kampus ini tetap bersaing secara bersih.

Program dan penyiarnya sudah diatur dan dipilih yang terbaik, program radio kampus ini menyesuaikan dengan kebutuhan para pendengar sehingga disukai oleh pendengar dan juga penyiarnya yang penuh kehangatan dan keakraban bisa membuat pendengar tetap mendengarkan radio tersebut. Radio ini juga mempunyai keunggulan yang bagus sehingga saingannya pun bukan dengan radio kampus lain tetapi dengan radio konvensional pada umumnya. Radio kampus ini setiap tahun selalu berkembang sehingga radio ini dikenal oleh masyarakat sekitar terutama di kalangan mahasiswa.

Radio kampus ini yaitu 103.9 FM Hits Unikom Radio Bandung, yang menyajikan kebutuhan informasi apapun khususnya untuk masyarakat di daerah Kota Bandung. Hits Unikom Radio ini mengkhususkan memenuhi kebutuhan untuk

kalangan remaja hingga dewasa. Radio ini sebagai alat untuk mendapatkan informasi yang efektif dan juga mudah, selain informasi stasiun radio juga menyajikan hiburan, pendidikan, iklan dan juga musik.

Hits Unikom Radio merupakan badan milik usaha yang dimiliki oleh yayasan Universitas Komputer Indonesia. Awalnya radio ini adalah radio komersil pada umumnya. Namanya berawal dari Hits Radio, lalu beberapa tahun belakang radio ini di ambil alih oleh Rektor Universitas Komputer Indonesia dan sekarang diganti namanya menjadi Hits Unikom Radio yang dibawah naungan Universitas Komputer Indonesia. Radio ini menargetkan pendengar dari kalangan remaja hingga dewasa sehingga program yang dibuat berkaitan dengan target pendengar yang akan dituju. Isi dan format radio mengkhususkan pendidikan dan entertainment. Bahasa yang digunakan pun mudah dipahami sesuai target pendengar yang dituju. Ditambah dengan suara komunikasi bahasa sunda mengayun yang mencirikan bahwa radio tersebut asli dari provinsi Jawa Barat yaitu Kota Bandung.

Hits Unikom Radio merupakan salah satu radio anak muda yang diduga paling Hits di Kota Bandung. Tepatnya di jalan Dipatiukur No. 103 Bandung dengan frekuensi 103.9 FM. Program siaran disusun berdasarkan kebutuhan pasar anak muda di Kota Bandung dengan menyajikan materi – materi kekinian yang viral baik dari dunia pendidikan, teknologi, seni dan budaya, fashion dan juga makanan. Informasi yang disiarkan tidak hanya melalui frekuensi sinyal radio tetapi juga melalui streaming internet, youtube, facebook, instagram dan twitter. Jadi para pendengar radio bisa mendengarkan dari mana saja dan bisa diakses kapan saja.

Banyak program yang disajikan oleh Hits Unikom Radio yang bersifat daily program dan weekly program. Daily program yang mengudara di hari senin hingga jumat dan weekly program yang mengudara di hari sabtu dan minggu. Salah satu program unggulan Hits Unikom Radio adalah Hits Sore yang memiliki jam siaran dari jam 15.00 WIB sampai dengan 18.00 WIB.

Hits Sore ini merupakan sebuah program yang menyajikan banyak informasi ringan untuk memenuhi kebutuhan para pendengar. Informasi yang disampaikan tentang fakta yang ada dan belum diketahui oleh banyak orang, isi programnya yaitu "TAU GAK SOB" isinya memberitahukan informasi yang fakta dan aktual dengan sumber yang terpercaya, informasinya pun seputar remaja hingga dewasa. Lalu juga Hits Sore mempunyai isi program "HITS FOODIE" dimana isinya menggambarkan sejarah makanan, cara pembuatan penyajiannya dan keunikan makanan tersebut. Tentu makanan yang dimaksud adalah makanan kekinian yang dapat menggiurkan para pendengar dan memberikan informasi kepada para pendengar tentang makanannya.

Selain dua isi program diatas ada lagi isi program yang lain yaitu "MOVIEFREAK" tentang film yang direkomendasikan untuk para pendengar, film yang seru dan kekinian. Dan juga ada "WEEKLYSTALKING" tentang bagaimana tipe-tipe orang dalam kehidupan sehari-hari. Hits Sore juga menampilkan musik terbaik nya, live talk show, promo iklan dan informasi tentang usaha yang diselengi oleh musik lokal dan juga musik mancanegara. Tentu juga para pendengar bisa merequest lagu kesukaannya di radio dengan mengirimkan pesan kepada kontak radio seperti Whatsapp, twitter, Instagram dan lainnya.

Radio tentunya mempunyai strategi sendiri untuk membuat kualitas program radio menjadi lebih baik dan menarik. Sehingga para pendengar radio tertarik dalam mendengarkan stasiun radio tersebut. Baik dari pencarian ide, topik, gagasan, susunan kata, penempatan penyiar dan susunan isi program apa saja yang akan disiarkan. Penyiar dari awal juga sudah harus didiskusikan bagaimana penyampaian pesan yang benar dari isi suatu program tersebut sehingga penyiar dapat menyampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami kepada para pendengar dan tidak terjadi kesalahpahaman.

Maka dari itu berdasarkan gambaran di atas, peneliti ingin meneliti lebih dalam lagi bagaimana suatu program Hits sore yang menjadi salah satu program Hits Unikom Radio dalam meningkatkan khalayak pendengar sehingga bisa bersaing lebih baik lagi dengan radio komersil lainnya. Untuk mendapatkan informasi Hits Unikom Radio. Peneliti menggunakan cara metode kualitatif, dimana pengumpulan datanya berupa sumber primer dengan cara observasi langsung ke lokasi penelitian melalui objek yang akan diteliti dan wawancara mendalam.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan deskripsi di atas, maka penulis merumuskan fokus penelitian yaitu Strategi Program Hits Unikom Dalam Meningkatkan Khalayak Pendengar. Sehingga penulis dapat merumuskan sub-sub fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi perencanaan program Hits Sore pada Radio Hits Unikom?
2. Bagaimana strategi pelaksanaan program Hits sore di Hits Unikom Radio?
3. Bagaimana strategi evaluasi program Hits sore di Hits Unikom Radio?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perencanaan program Hits Sore pada Radio Hits Unikom
2. Untuk mengetahui pelaksanaan program Hits Sore pada di Hits Unikom Radio.
3. Untuk mengetahui evaluasi program Hits Sore di Hits Unikom Radio.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna bagi semua orang untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu komunikasi jurnalistik yang berkaitan dengan radio terhadap strategi program radio dalam meningkatkan khalayak pendengar radio. Serta bisa menjadi bahan referensi untuk pembelajaran ilmu komunikasi yang berkaitan dengan media radio, baik untuk mahasiswa dan juga masyarakat umum.

2. Secara praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi jurusan ilmu komunikasi sebagai referensi pembelajaran mengenai strategi radio dalam meningkatkan khalayak pendengar, lalu bermanfaat untuk lembaga radio lain bagaimana pentingnya strategi radio dalam meningkatkan khalayak pendengar sehingga bisa bersaing yang lebih baik lagi dengan mengevaluasi strategi radio tersebut.

E. Hasil Penelitian yang Relevan

Pertama, Skripsi Kemal Alimin Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Tahun 2020 dengan judul “Manajemen Media dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Kampus”. Penelitian ini menggunakan metode manajemen media oleh Morrisan dan dibantu dengan fungsi manajemen POAC yang dikemukakan oleh George R. Terry. Jenis penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui pengamatan langsung (observasi), wawancara dan dokumentasi data. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Hits Unikom Radio dalam upaya mempertahankan eksistensi radio kampus dengan melalui beberapa tahap, tahap pertama yaitu tahap pra produksi, tahap kedua yaitu tahap produksi dan tahap yang terakhir yaitu tahap pasca produksi. Hasil penelitian yaitu bahwa strategi manajemen media yang dilakukan Hits Unikom Radio dapat mempertahankan eksistensinya dalam radio kampus sehingga dapat bersaing dengan radio konvensional dan mampu bertahan sebagai satu-satunya radio kampus yang bersifat komersil (Alimin, 2020).

Kedua, Skripsi Khusnul Inayah Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Makassar 2019 dengan judul “Manajemen Program Siaran Radio Swara Panrita lopi Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Program Ayo Dengar Radio”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pengumpulan data melalui pengamatan (observasi), wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengelolaan program siaran yang meliputi beberapa tahap yaitu perencanaan, organisasi, pengarahan dan kontroling. Hasil penelitian yaitu manajemen pengelolaan program siaran radio swara panrita lopi dalam mengelola program siaran radio, harus memperhatikan letak atau pun posisi radio sebagai salah satu media yang dikonsumsi oleh masyarakat atau publik, melakukan strategi menarik minat pendengar dengan sosialisasi di media sosial dan program dikemas sebagai konsep ajakan sedekimian rupa agar pendengar tertarik untuk mendengarkan radio (Khusnul, 2019).

Ketiga, Skripsi Ellen Cyntia Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma Tangerang Tahun 2019 dengan judul “Strategi Program *Break Time* Star RADIO 107.3 FM Dalam Mendekati Segmentasi Pendengar Dewasa Anak Muda”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dari berbagai narasumber yang relevan dan akurat dan juga observasi untuk melengkapi penelitian dengan narasumber. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi program yang dilakukan oleh Star Radio dalam mendekati segmentasi pendengar dewasa anak muda dan bagaimana memberikan penyajian informasi

terbaru untuk menarik perhatian perhatian pendengar dalam menyampaikan pesan. Hasil penelitian ini yaitu segmentasi yang diberikan oleh sang pendengar dewasa muda adalah menyajikan informasi terkini dengan pembawaan santai namun informatif dan mengulas kendala yang terjadi dalam program *break time* untuk mendekati segmentasi dewasa anak muda (Ellen, 2019).

Keempat, Jurnal Daniel Bawono dan Rizky Fauzi Jurusan Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi Tahun 2020 dengan judul “Strategi Program “Morning Zone” Di Trax FM Jakarta Dalam Meningkatkan Khalayak Pendengar”. Peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif dan teknik pengumpulan data penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi yang dilakukan program Morning Zone dalam meningkatkan khalayak pendengar pada bulan Januari – Juli 2019 dan untuk mengetahui hambatan – hambatan yang dialami selama melakukan proses program tersebut. Hasil penelitian ini yaitu menggunakan strategi yang terdiri dari 4 strategi, pertama perencanaan program, kedua produksi dan pembelian program, ketiga eksekusi program dan terakhir pengawasan dan evaluasi program yang menunjukkan keberhasilan dalam meningkatnya khalayak pendengar (Rizky, 2021).

Kelima, Jurnal Dian Nurdiana dan Shulhuly Ashfahani Jurusan Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia Maju Tahun 2018 dengan judul “Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Upaya Memenuhi Kebutuhan Pendengar Radio”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode observasi dan wawancara mendalam kepada sumber dan pendengar Bens radio

106.2 FM. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh penyiar program begaya PT. Radio Bergaya Nyanyian Sehati atau Bens Radio 1062 FM dalam upaya memenuhi kebutuhan pendengar. Hasil penelitian ini yaitu Bens radio 106.2 FM dalam program Begaya atau Betawi punya gaya yaitu lebih mementingkan kebutuhan pendengarnya, dengan memberikan ide atau gagasan yang akan membuat pendengar tertarik, disimpulkan bahwa penyiar program radio ini telah memenuhi kebutuhan para pendengarnya (Shulhuly, 2018).

Tabel 1.1
Penelitian yang Relevan

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Kemal Alimin Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Skripsi (2020) Manajemen Media dalam	Metode manajemen media oleh Morrisan dan dibantu dengan fungsi manajemen POAC yang dikemukakan oleh George R. Terry	Strategi manajemen media yang dilakukan Hits Unikom Radio dapat mempertahankan eksistensinya dalam radio kampus sehingga dapat bersaing dengan radio konvensional dan mampu bertahan sebagai satu-satunya radio kampus yang bersifat komersil	Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas dengan objek yang sama yaitu media radio dan metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif	Penelitian ini berfokus pada manajemen media tentang bagaimana media tersebut bisa bertahan dalam eksistensi radio. Sedangkan penelitian yang akan diteliti berfokus pada strategi program radio untuk menarik

	Mempertahankan Eksistensi Radio Kampus				khalayak pendengar
2.	<p>Khusnul Inayah</p> <p>Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Makassar</p> <p>Skripsi (2019)</p> <p>Manajemen Program Siaran Radio Swara Panrita lopi Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Program Ayo Dengar Radio</p>	<p>Metode deskriptif dengan pengumpulan data melalui pengamatan (observasi), wawancara dan dokumentasi</p>	<p>Manajemen pengelolaan program siaran radio swara panrita lopi dalam mengelola program siaran radio, harus memperhatikan letak atau pun posisi radio sebagai salah satu media yang dikonsumsi oleh masyarakat atau publik, melakukan strategi menarik minat pendengar dengan sosialisasi di media sosial dan program dikemas sebagai konsep ajakan sedemikian rupa agar pendengar tertarik untuk mendengarkan radio.</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini adalah sama – sama menggunakan metode deskriptif hingga pengumpulan data nya. Lalu persamaan nya sama dengan subjeknya yaitu menarik minat pendengar melalui program radionya.</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada penelitian manajemen radio suatu program sedangkan peneliti yang akan diteliti berfokus pada strategi radio dalam sebuah program</p>

3.	<p>Ellen Cyntia</p> <p>Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma Tangerang</p> <p>Skripsi (2019)</p> <p>Strategi Program <i>Break Time</i> Star RADIO 107.3 FM Dalam Mendekati Segmentasi Pendengar Dewasa Anak Muda</p>	<p>Metode deskriptif analisis kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dari berbagai narasumber yang relevan dan akurat dan juga observasi untuk melengkapi penelitian dengan narasumber</p>	<p>Segmentasi yang diberikan oleh sang pendengar dewasa muda adalah menyajikan informasi terkini dengan pembawaan santai namun informatif dan mengulas kendala yang terjadi dalam program <i>break time</i> untuk mendekati segmentasi dewasa anak muda.</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini adalah sama dengan pembahas an dengan mencari tau strategi program dengan segmentasi dewasa dan anak muda, lalu juga metode pengumpulan data ada kesamaan</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada cara strategi berupa informasi yang bisa diterima oleh segmentasi yang dituju, sedangkan penelitian yang diteliti berfokus pada strategi menarik khalayak pendengar</p>
4.	<p>Daniel Bawono dan Rizky Fauzi</p> <p>Jurusan Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi</p> <p>Jurnal (2020)</p> <p>Strategi Program “Morning Zone” Di</p>	<p>Metode penelitian deskriptif dan teknik pengumpulan data penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam</p>	<p>Strategi yang terdiri dari 4 strategi, pertama perencanaan program, kedua produksi dan pembelian program, ketiga eksekusi program dan terakhir pengawasan dan evaluasi program yang menunjukkan</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini adalah tujuan dari penelitian yaitu strategi suatu program radio dalam menarik khalayak pendengar dan juga metode yang digunakan</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada stasiun radio di Kota Jakarta, sedangkan penelitian yang diteliti berfokus pada radio di Kota Bandung</p>

	Trax FM Jakarta Dalam Meningkatkan Khalayak Pendengar		keberhasilan dalam meningkatkan khalayak pendengar.		
5.	Dian Nurdiana dan Shulhuly Ashfahani Jurusan Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia Maju Jurnal (2018) Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Upaya Memenuhi Kebutuhan Pendengar Radio	Metode kualitatif dengan metode observasi dan wawancara mendalam kepada sumber dan pendengar Bens radio 106.2 FM.	Bens radio 106.2 FM dalam program Bergaya atau Betawi punya gaya yaitu lebih mementingkan kebutuhan pendengarnya, dengan memberikan ide atau gagasan yang akan membuat pendengar tertarik, and di simpulkan bahwa penyiar program radio ini telah memenuhi kebutuhan para pendengarnya.	Persamaan dengan penelitian ini adalah strategi program untuk memenuhi kebutuhan pendengar sehingga menarik para pendengar untuk mendengarkan radio dan metode yang digunakan pun sama	Penelitian ini berfokus pada strategi penyiar, sedangkan penelitian yang diteliti berfokus pada strategi radio baik faktor internal dan eksternal

F. Landasan Pemikiran

Menyebarkan informasi dari tahun ke tahun semakin canggih dengan teknologi yang selalu terus berkembang, media pun mengikuti perkembangan hingga dapat menyesuaikan dengan lingkungan masyarakat yang semakin lebih baik dan modern. Media melakukan perkembangan zaman untuk memberikan sesuatu yang efektif sehingga bisa tersampaikan kepada masyarakat. Dengan generasi yang berbeda, media pun harus kreatif dan membuat inovasi untuk selalu bertahan di setiap tahunnya, terutama media radio. Dimana media radio adalah media tua yang tetap bertahan hingga saat ini. Peneliti ingin meneliti bagaimana Strategi Radio Hits Unikom Dalam Menarik Khalayak Pendengar di era modern ini terutama pendengar dengan generasi sekarang, sehingga mereka mendengarkan informasi dari radio tersebut.

1. Landasan Konseptual

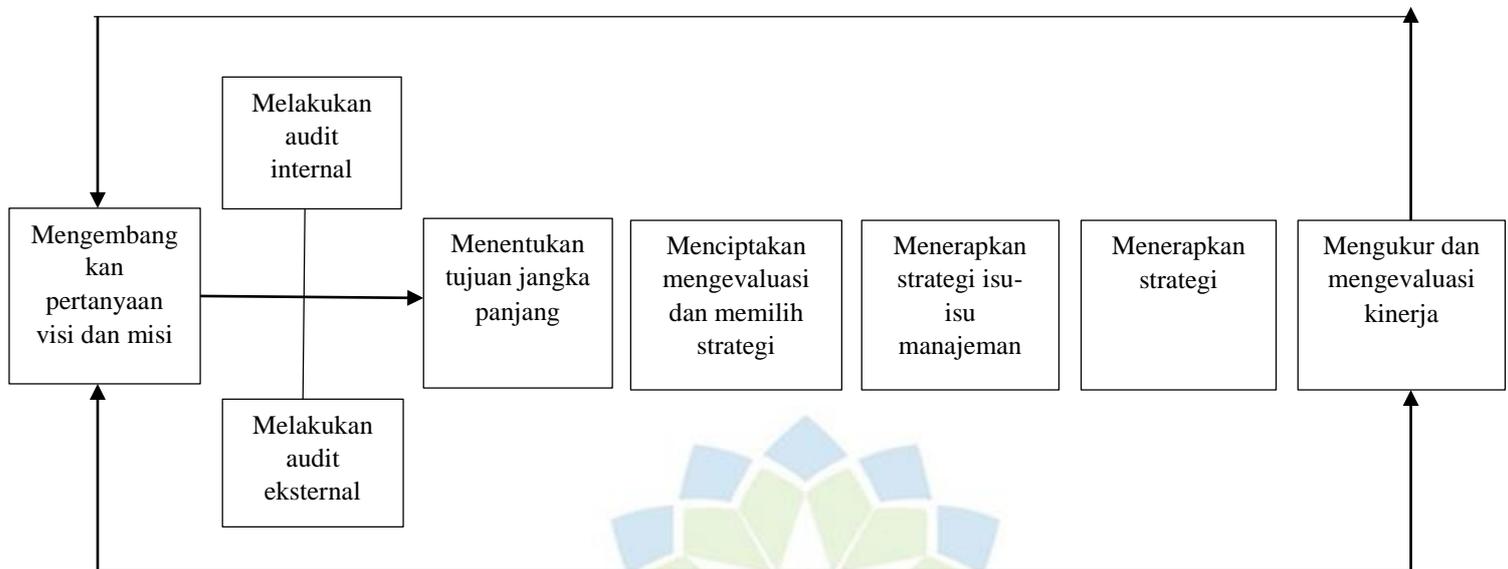
1) Konsep Fred R David

Penelitian ini menggunakan konsep dari Fred R David dimana konsep ini mencari tahu strategi radio dalam 3 tahap yaitu perencanaan strategi, pelaksanaan strategi dan evaluasi strategi.

- a. Strategi perencanaan adalah kegiatan yang dibuat secara sistematis untuk mencapai tujuan yang diinginkan kedepannya. Strategi yang dibuat harus mempunyai bayangan untuk jangka panjang, strategi juga diputuskan secara bersama dengan team. Tahap perencanaan strategi yaitu merumuskan visi dan misi perusahaan, pembuatan profil perusahaan, mengetahui ancaman

dan juga peluang eksternal, mengetahui kelemahan dan kelebihan internal, menentukan tujuan jangka panjang, strategi alternatif dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.

- b. Strategi perencanaan adalah hal yang sudah direncanakan oleh team secara bersama-sama dan sudah dibuat secara pasti, maka strategi tersebut diimplementasikan secara langsung dalam perusahaan tersebut. Tahap pelaksanaan strategi yaitu mengembangkan budaya yang mendukung strategi dengan suportif, menciptakan struktur organisasi, melakukan pemasaran kembali, mempersiapkan keuangan, memanfaatkan sistem informasi, dan memotivasi para sumber daya manusia.
- c. Strategi evaluasi adalah membahas kembali strategi yang sudah dilaksanakan, melihat kemajuan dalam kegiatan tersebut, jika strategi tersebut berhasil maka kemajuan perusahaan juga berhasil tetapi jika ada kemunduran perusahaan atau kegiatan yang tidak terealisasikan, maka strategi tersebut diubah dengan strategi yang lain sehingga tujuan perusahaan tersebut bisa tercapai. Ada tiga tahapan dalam evaluasi strategi yaitu melihat faktor-faktor eksternal dan internal, melihat ukuran prestasi dan terakhir adalah mengambil tindakan korektif, yang berarti jika strategi tersebut tidak ada peningkatan atau tidak berhasil mendapatkan tujuan perusahaan, maka strategi tersebut diganti dengan strategi lain.



Gambar 1.1 Model Manajemen Strategi

Gambar diatas adalah gambaran dari konsep Fred R David tentang manajemen strategis, serangkaian ini dikelola secara teratur dan dikembangkan. Strategi yang dibuat melibatkan banyak orang termasuk direktur dan pegawainya. Setiap divisi harus mengetahui dan mempunyai ide yang kreatif serta diikutsertakan dalam proses pengembangan strategi ini. Proses strategi ini dilakukan dengan tahapan-tahapan dan jika sudah sampai ke tahap evaluasi, maka pihak perusahaan sudah mengetahui strategi mana yang harus dipakai atau diperbaiki. Hal itupun berulang hingga strategi yang direncanakan berhasil sesuai tujuan yang diharapkan. Semua pegawai perusahaan melakukan strategi ini harus dengan kerja sama yang baik dan juga bekerja semaksimal mungkin, demi untuk mendapatkan keberhasilan tujuan yang diharapkan.

2) Strategi

Strategi adalah hal yang penting oleh suatu perusahaan dengan membuat rencana yang disusun secara baik untuk mencapai tujuan dengan sasaran yang dituju. Strategi tersebut dapat mempermudah perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi ini mempunyai arti bahwa tindakan yang sudah diputuskan harus sesuai dengan tujuan yang sudah direncanakan (Andipate, 2016:31-32).

Strategi yang dilakukan radio adalah strategi yang dilakukan dengan jadwal – jadwal yang sudah disusun oleh orang – orang yang bekerja di radio secara efektif, kreatif dan menarik supaya para pendengar mau mendengarkan siaran radio.

Strategi dan manajemen memiliki pengertian tersendiri walaupun memiliki persamaan yaitu sama-sama mengatur. Pada intinya manajemen adalah sebuah perencanaan, perorganisasian, pengarahan, serta pengawasan. Sedangkan strategi merupakan pengaturan atau cara agar mencapai sesuatu yang diinginkan.

Adapun menurut Nawawi (2005:147) strategi dikatakan sebagai taktik untuk mencapai tujuan. Dan menurut Thomas L Wheelen dan J David (2008:3) manajemen strategis yaitu, keputusan dan tindakan yang diambil untuk jangka panjang, yang mencakup intenal dan eksternal dan juga perencanaan jangka panjang.

Sedangkan dalam buku Manajemen Strategis konsep dari Fred. David (2004) yang menjelaskan, bahwa dalam manajemen strategis ini memiliki 3 tahapan yaitu perumusan atau perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi. Tahap perencanaan ini dimana mengetahui peluang, tantangan dan kelemahan serta keunggulan yang ada dalam organisasi, sehingga susunannya pun dipikirkan dalam jangka panjang. Visi dan misi juga dan membuat strategi alternatif untuk organisasi (Haris, 2021).

Lalu ada tahap pelaksanaan, dimana tahapan ini membuat kebijakan, memotivasi pekerja radio dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sehingga strategi yang direncanakan dapat terlaksana. Dan tahapan terakhir yaitu evaluasi, evaluasi bisa dilihat dari faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja dengan membandingkan rencana yang diinginkan dengan hasil nyata yang didapatkan dan mengambil langkah korektif yaitu perubahan reposisi organisasi agar lebih bersaing bagus di masa yang akan datang.

Peneliti ingin menggunakan konsep ini dikarenakan ingin mengetahui radio kampus yaitu 103.9 FM Hits Unikom Radio kampus, bagaimana cara melakukan strategi radio tersebut sehingga dikenal oleh banyak orang dan mengetahui semua faktor yang ada di radio tersebut sehingga dapat mengevaluasi radio tersebut ke yang lebih baik.

3) Program

Program biasanya lebih sering digunakan dalam dunia Penyiaran yang juga diartikan isi dalam suatu acara. Program adalah segala hal yang sering ditampilkan saat siaran untuk memenuhi kebutuhan pendengar (Morissa MA, 2018:199).

Program dalam radio yaitu suatu karya atau barang yang dijual kepada masyarakat sehingga masyarakat bisa mendengarkan karya tersebut. Program ini disusun oleh pekerja radio dengan mengikuti zaman sehingga para pendengar menarik untuk mendengarkan karya tersebut. Program adalah hal yang paling penting yang menentukan apakah radio itu sukses atau tidak (Andi Fachruddin, 2011:149).

Program ini berisi kata – kata, tulisan, lagu, efek suara yang diucapkan oleh pendengar melalui radio sehingga bisa tersampaikan kepada seluruh masyarakat yang mendengarkannya. Setiap stasiun radio mempunyai keunggulan program masing-masing, programnya apakah berjalan dengan baik dan menambah khalayak pendengar bahkan disukai oleh masyarakat atau tidak. Mengatur dan membuat program sangat penting bagi radio, tidak hanya siaran langsung tanpa susunan acara, tapi radio juga harus punya susunan acara khusus untuk program tersebut, sehingga proses siaran radio bisa tertata rapih dan sesuai dengan tujuan.

Program yang diteliti adalah program hits sore yang menjadi salah satu program yang berada di Hits Unikom Radio. Penelitian program hits sore ini yang akan dikaitkan dengan konsep dari Fred R David.

4) Radio

Radio adalah salah satu media massa yang berperan untuk menyampaikan pesan suatu informasi berita dan juga hiburan kepada masyarakat dalam jangkauan yang luas. Menurut Anwar Arifin (2004:27) Radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat.

Radio mempunyai karakteristik yang menjadi ciri khas radio yaitu *auditori*, pemancaran, mengandung gangguan, *Thearte of mind*, cepat dan langsung, tanpa batas, murah, identik dengan musik, akrab dan dekat (Romli, 2017:14).

Dari media lain media radio ini mempunyai beberapa keunggulan, radio memiliki sifat auditif atau hanya didengar tanpa keterampilan lain, lalu merakyat dan juga mudah dibawa kemana- saja hingga didengarkan dimana saja. Selain untuk informasi berita dan hiburan, radio juga bisa menjadi informasi pendidikan dan komunikasi. Tapi kekurangannya media radio hanya sepintas saja, hanya bisa didengar satu kali saat siaran berlangsung tidak bisa diputar atau didengarkan kembali, sifat nya juga

satu arah, pendengar tidak bisa memberikan balasan kepada penyiar radio jadi pendengar menjadi pasif mengikuti jalannya proses radio yang sedang disiarkan.

Radio yang dimaksud disini adalah Hits Unikom Radio di Kota Bandung, penulis memilih radio ini untuk penelitian karena ingin mengetahui strategi radio tersebut dengan meneliti program hits sore yang akan dikaitkan dengan konsep Fred R David.

5) Menarik

Menarik yang berasal dari kata tarik. Menarik memiliki sifat kata kerja, menarik bisa diartikan menyenangkan, membangkitkan rasa sayang, mengambil dan lain-lain. Menarik yaitu Berita yang menarik perhatian pembaca, disamping aktual, faktual dan menyangkut kepentingan masyarakat, berita juga bersifat menghibur, mengandung keanehan, atau "*human interest*" menyentuh emosi dan perasaan. Begitupun radio, radio harus menarik menyentuh emosi dan perasaan pendengar (Romli, 2014:5-6).

Penelitian ingin menarik khalayak pendengar untuk mendengarkan radio. Radio membuat strategi supaya program yang dibuat didengarkan kembali oleh pendengar dan membawa perasaan hati pendengar, sehingga pendengar pun merasa nyaman, senang, tertarik bahkan setia mendengarkan radio ini.

6) Khalayak Pendengar

Khalayak menurut KBBI manusia yang diciptakan oleh Tuhan, khalayak yaitu suatu kelompok masyarakat, masyarakat umum ataupun masyarakat publik. Sedangkan pendengar adalah salah satu komunikasi, komunikasi tersebut berhasil atau tidak itu ditentukan oleh pendengar (Cangara, 2007:157). Pendengar adalah seseorang yang sedang mendengarkan suara dengan alat indranya. Khalayak menjadi penerima, sasaran, pendengar yang dimaksud dari pendengar khalayak di radio ini. Khalayak pendengar adalah sebutan dari khalayak media massa radio.

Jadi, khalayak pendengar adalah orang-orang yang sedang mendengarkan radio dengan panca indranya untuk menangkap suara dan memahami informasi yang diberikan oleh radio. Menurut Effendy (2003) sifat heterogen adalah sifat yang dimiliki oleh pendengar radio, yang mempunyai arti massa, orang-orang yang sangat banyak, meluas dan tidak mengenal satu sama lain.

Pendengar juga memiliki sifat yang selektif, pendengar dapat memilih program acara yang ia inginkan dan juga pendengar mempunyai sifat yang aktif, apabila ia menemukan stasiun radio dengan program yang menarik dan disukai, ia akan mendengarkan dengan fokus bahkan pendengar menjadi aktif berfikir dan akan bertanya-tanya dalam pikirannya apakah penyiar yang ia dengarkan tersebut benar atau tidak

sehingga pendengar ini penasaran dan mencari tahu kebenarannya (McQuail, 2011).

Dalam dunia radio, persaingan radio satu dengan radio lain adalah menarik minat pendengar, merebut perhatian masyarakat, sehingga masyarakat tersebut selalu mendengarkan stasiun radio tersebut tanpa mengganti ke stasiun lain.

G. Langkah – Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang diteliti dilakukan di studio Hits Unikom Radio Bandung yang berada di Jalan Dipatiukur No. 103 Kota Bandung. Lokasi ini kantor sekaligus tempat siaran langsung radio, nantinya lokasi ini akan menjadi tempat penelitian untuk mendapatkan informasi yang akurat sesuai tujuan sehingga peneliti mengetahui strategi yang dilakukan radio tersebut untuk menarik khalayak pendengar.

2. Paradigma dan Pendekatan

a. Paradigma

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dimana paradigma suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Sedangkan, paradigma konstruktivisme yaitu paradigma yang mengkaji ilmu sosial menjadi suatu analisa terhadap tindakan yang memiliki makna sosial.

Menurut Neuman (2015:115) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme merupakan upaya untuk memahami dan menjelaskan tindakan sosial yang bermakna. Menurut para konstruktivis, alat yang digunakan bagi seseorang untuk mengetahui sesuatu melalui alat indera. Seseorang yang berinteraksi dengan objek lingkungan dengan cara melihat, menjamah, mendengar dan merasakan.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena paradigma ini dihasilkan dari narasumber atau informan, hasil itu berupa realitas oleh manusia secara individu tanpa merubah hasil yang terjadi tapi memiliki cara pandang yang berbeda bagi setiap orang. Lalu peneliti dan objek penelitian memiliki kedekatan sehingga peneliti dapat menemukan informasi dari hasil interaksi. Peneliti menggunakan konsep Fred R David yang menjelaskan tiga hal dalam membuat strategi perusahaan Hits Unikom Radio, pertama membuat strategi perencanaan, kedua strategi pelaksanaan dan ketiga strategi evaluasi.

Untuk mengetahui tiga hal tersebut peneliti melakukan wawancara terhadap tiga informan, walaupun secara realita informan menjalankan hal yang sama tapi informan tersebut memiliki cara pandang yang berbeda jadi peneliti ingin mengetahui pandangan informan setiap orangnya. Lalu peneliti mendekati informan tersebut untuk mendapatkan informasi baik ketika melakukan wawancara ataupun observasi. Selain itu, peneliti juga ikut merasakan sebagai posisi pendengar sehingga mengetahui bagaimana pendengar tertarik mendengar radio ini.

b. Pendekatan

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2008) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut, peneliti mewawancarai tiga informan penelitian dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Informasi kemudian dikumpulkan dan dianalisa berupa tulisan. Dari hasil analisa tersebut, peneliti kemudian mengaitkan hasil wawancara dengan realita yang terjadi di Hits Unikom Radio lalu dijelaskan dari pembuatan perencanaan sebelum siaran radio sampai selesai siaran radio. Hasil akhir penelitian kualitatif dituangkan dalam bentuk laporan tertulis supaya lebih jelas dalam menjelaskan fenomena yang terjadi bagaimana radio ini melakukan strategi dalam siarannya. Peneliti memilih pendekatan kualitatif dikarenakan ingin memberikan pemahaman dengan menjelaskan secara dalam bagaimana Strategi Program Hits Unikom Radio dalam Menarik Khalayak Pendengar.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif. Pendekatan deskriptif menghasilkan kata – kata secara langsung dari tiga informan lalu juga menghasilkan kata – kata tertulis. Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mengetahui Strategi Hits Unikom Dalam Menarik Khalayak Pendengar. Sehingga peneliti mencari tahu strategi yang dilakukan radio untuk menarik

masyarakat di masa modern ini melalui observasi, wawancara, hingga jawaban yang lebih rinci.

Dengan metode ini, peneliti mampu menggambarkan bagaimana faktor internal dan eksternal yang dilakukan radio untuk mempertahankan dan juga menarik khalayak pendengar lebih banyak lagi, mengetahui strategi perencanaan, strategis pelaksanaan, strategi evaluasi dan juga program yang disusun untuk siaran radio tersebut. Peneliti berharap dengan metode yang peneliti pilih bisa memudahkan peneliti dalam menemukan tujuan yang diteliti lalu juga memudahkan para pembaca untuk memahami isi dari penelitian ini. (Syafnidawaty, 2021)

4. Jenis Data dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini menggunakan data kualitatif yaitu data yang berbentuk verbal tanpa menggunakan angka seperti wawancara, observasi dan analisis. Menurut Creswell, J.W (2016) yang menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti masalah manusia dan sosial. Dimana hasil dari penelitian tersebut didapatkan berdasarkan hasil laporan lapangan lalu laporan tersebut dideskripsikan lagi secara lebih rinci.

Peneliti berharap menggunakan data ini dapat mempermudah peneliti untuk mendapatkan informasi strategi program hits radio di Hits Unikom Radio Bandung

a. Jenis Data

a) Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data yang diperoleh menggunakan angka yang dapat diukur dan dihitung. Data tersebut di proses melalui rumus statistik.

b) Data Kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang diperoleh berbentuk verbal bukan dengan angka. Cara mendapatkan data ini bisa melalui wawancara. Data yang dicari dalam bentuk kata tulisan ataupun lisan, sehingga bisa memudahkan peneliti mendeskripsikan suatu peristiwa yang terjadi.

Dan peneliti memutuskan ingin mencari jenis data kualitatif dengan cara wawancara para pekerja di Hits Unikom Radio lalu juga observasi mengamati para pekerja dengan melihat sistem bekerja mereka di Hits Unikom Radio untuk mempermudah menggambarkan bagaimana profil radio, strategi radio sejarah radio dan juga menjawab tiga fokus penelitian ini.

b. Sumber Data

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang terkait dengan fokus penelitian. Data ini diambil langsung dari sumber pertamanya. baik individu ataupun kelompok. Sehingga peneliti mengambil keputusan dengan menggunakan data primer melalui teknik

wawancara dengan tiga informan dan melakukan observasi di Hits Unikom Radio Bandung.

b) Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah diolah terlebih dahulu sehingga menjadi data tambahan untuk melengkapi data penelitian. Sumber data sekunder harus berkaitan dengan penelitian yang diteliti sehingga data penelitian menjadi lebih lengkap dan rinci, data ini juga bisa memperkuat informasi pada penelitian. Data sekunder yang peneliti ambil untuk menjadi data tambahan hanya melalui website *hitsunikomradio.com*.

c. **Informan**

Informan adalah seseorang yang dijadikan sumber data, yang mengetahui suatu gambaran tentang yang berkaitan dengan penelitian. Ada beberapa individu yang dijadikan informan untuk dimintai informasinya. Informan ini yang memahami semua kondisi dan proses siaran radio yang peneliti maksud. Sasaran informan yaitu:

- a) Penyiar
- b) Program Direktur
- c) Marketing

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Maksud dari teknik ini yaitu peneliti melakukan riset penelitian dengan cara mengamati secara langsung di objek penelitian yang berlokasi di Hits Unikom Radio Bandung di Jl. Dipatiukur No. 103 Bandung. Lalu ketika peneliti mengamati kondisi lingkungan di lokasi tersebut, peneliti menulis hal – hal yang penting sehingga hal tersebut menjadi data untuk melengkapi riset penelitian dan data tersebut dianalisis sehingga ditarik menjadi kesimpulan. Peneliti tidak hanya melihat kondisi saja, bisa jadi peneliti ikut dan berpartisipasi dalam peristiwa yang diteliti. Lalu juga dengan adanya observasi menjadi bukti fisik ketika peneliti mewawancarai informan.

b. Wawancara

Dalam proses wawancara, peneliti sudah memilih informan untuk yang diwawancarai, informan ini yang berkaitan dengan peristiwa yang diteliti, wawancara sangat berguna untuk melengkapi data, mencari tahu informasi secara mendalam dan maksimal. Wawancara ini menjadi sumber data paling penting dalam penelitian ini untuk mencari tahu cara bagaimana strategi program Hits Unikom Radio dalam menarik khalayak pendengar terutama dalam program hits sore.

6. Teknik Analisis Data

Karena penelitian ini bersifat kualitatif, maka peneliti melakukan analisis data model Miles dan Huberman. Dimana analisis data ini dilakukan dengan tiga tahapan yaitu:

a. Reduksi data

Reduksi data yaitu menyederhanakan data supaya sesuai dengan informasi yang dibutuhkan. Data yang sudah dikumpulkan dari hasil wawancara dan observasi. Peneliti membuat beberapa pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian, pertanyaan tersebut diseleksi dipilih yang mana yang berkaitan dengan penelitian lalu melakukan wawancara dengan tiga informan penelitian, sehingga hasil dari wawancara tersebut bahwa setiap informan memiliki pengertian yang berbeda tetapi hasilnya saling berkaitan satu sama lain, sehingga ditulislah jawaban yang memang sangat penting tersebut lalu dijabarkan dengan sederhana dari hasil wawancara tiga informan yaitu program direktur, produser serta penyiar dan observasi sehingga pembaca bisa memahami maksud isi dari hasil penelitian ini.

b. Penyajian data

Setelah data yang disimpulkan tadi dilakukan penyajian data dalam bentuk naratif yaitu pertanyaan dan hasil wawancara serta data bentuk lain seperti mendapatkan sebuah informasi grafik hasil dari Hits Unikom Radio. Sehingga data tersebut dibuat hingga mudah dipahami pembaca. Penyajian data dilakukan secara rapi, tersusun, terorganisir.

c. Penarikan kesimpulan

Tahap terakhir yaitu analisis penarikan kesimpulan. Data wawancara dan observasi di Hits Unikom Radio disusun menjadi simpulan di bagian hasil penelitian sehingga pembaca mengetahui hasil fokus penelitian dari strategi perencanaan, strategi pelaksanaan dan strategi evaluasi. Lalu disimpulkan gambaran besar lagi secara terperinci dibagian penutup penelitian ini sehingga pembaca bisa menemukan hasil inti dari penelitian.

7. Rencana Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan						
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1.	Pra Observasi							
2.	Pengajuan Judul							
3.	Penyusunan Proposal							
4.	Pengajuan Proposal							
5.	Seminar Uji							
6.	Penelitian Skripsi							
7.	Sidang Hasil Penelitian Skripsi							

Tabel 1.2 Pelaksanaan Jadwal Penelitian



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG