# STRATEGI KOMUNIKASI DIVISI OPERASIONAL SIARAN RADIO K-LITE DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR MELALUI RADIO STREAMING

**(**Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Divisi Operasional Radio K-Lite dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Radio Streaming)

ANDIN NOVA HERLYANA

Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia, Jl Dipatiukur 122-114 Bandung, 40132, Indonesia

*Email: Andin2nova@gmail.com*

***ABSTRACT***

*The **purpose** of this research was to describe the Communication Strategy of Broadcast Operational Division in Drawing the Interest of Listener through Radio Streaming.*

***The results of this study** indicate in terms of policy formulation set by the director and the operational division of the broadcast at the time will be held programming events. At the stage of Program Planning Implementation, K-Lite radio required funds as well as facilities that were inclueded until the company budgets and then require human resources. Communication activities conducted K-Lite radio used social media facebook and twitter. Feedback delivered by the which listeners, they wanted visual based radio, live streaming and renewal of concepts.*

***Research conclusions**, communication strategies carried out as planned, the results obtained can not realize the increase of streaming radio listener because program renewal was not yet accomplished.*

***Key:** Communication Strategy, Radio K-Lite, Radio Streaming, Descriptive*

**ABSTRAK**

**Maksud penelitian** ini untuk mendeskripsikan tentang Strategi Komunikasi Divisi Operasional Siaran dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Radio Streaming.

**Hasil penelitian** ini menunjukan bahwa dalam hal **Perumusan Kebijakan** yang ditetapkan oleh direktur dan divisi operasional siaran pada saat rapat akan mengadakan pembenahan program acara. Pada tahap **Perencanaan Program Pelaksanaan**, radio K-Lite membutuhkan dana dan juga fasilitas yang merupakan anggaran perusahaan kemudian membutuhkan SDM. **Kegiatan Komunikasi** yang dilakukan radio K-Lite menggunakan media sosial facebook dan twitter. **Umpan balik** yang disampaikan pendengar menginginkan adanya Radio yang berbasis visual, *live streaming* dan juga pembaharuan konsep.

**Simpulan penelitian**, strategi komunikasi yang dilakukan berjalan seperti apa yang direncanakan, tetapi hasil penelitian yang didapat belum bisa mewujudkan peningkatan pendengar radio streaming yang maksimal dikarenakan beberapa pembaharuan program acara belum berjalan dengan sempurna.

**Kunci :** Strategi Komunikasi, Radio K-Lite, Radio Streaming, Deskriptif

## 1. Latar Belakang Masalah

Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan dan juga menajemen sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan. Tak hanya menunjukkan tujuan namun strategi yang dimiliki oleh perusahaan menunjukkan bagaimana taktik perusahaan untuk mencapai tujuan.

Perusahaan media harus selalu mempunyai strategi untuk mencapai tujuannya. Sama halnya dengan Radio K-Lite. Divisi Operasional Siaran yang memiliki tanggung jawab dengan persoalan siaran dan juga yang berhubungan secara langsung atau interaksi kepada pendengar harus mampu menyusun suatu strategi yang tepat agar bisa menarik pendengarnya untuk tetap mendengarkan Radio K-Lite. Radio streaming menjadi pelengkap dan memiliki kelebihan yang bisa men-*support* keberadaan radio konvensional. Untuk membuat radio streaming dibutuhkan server karena radio streamingnya tidak menggunakan frekuensi. Pada awal pembuatan radio streaming, K-Lite pernah mengalami penurunan pendengar yaitu pada tahun 2013 karena perubahan program acara dan juga karyawan yang bertugas di online sudah tidak aktif lagi. Hal tersebut membuat penurunan drastis dari pendengar ke radio streaming K-lite karena merasa jenuh dan bosan dengan keadaannya sewaktu itu.

Berbagai cara sudah menjadi tanggung jawab divisi Operasional Siaran dan juga direktur untuk kembali men-stabilkan keadaan radio streaming K-Lite. Pihak-pihak yang terlibat mempunyai strateginya masing-masing untuk mengembalikan semua permasalahan itu ke keadaan awal sehingga membantu radio dari segi finansial karena keberadaan website, app store maupun radio streaming membantu hal finansial perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi kemajuan teknologi komunikasi dan informasi dalam konteks website

dan media sosial saja. Jika dikaitkan dengan penelitian ini yang dimaksud adalah radio *streaming* sehingga nantinya bisa menarik minat pendengar yang belum termasuk dalam ruang lingkup radio K-Lite.

Strategi komunikasi divisi Operasional Siaran radio K-Lite ditujukan untuk membangun kemajuan tentang perusahaannya tersebut.

Pada model dan tahapan perencanaan dan strategi komunikasi yang dibuat oleh Philip Lesly terdiri atas dua komponen utama yaitu organisasi yang menggerakkan kegiatan dan publik yang menjadi sasaran kegiatan (Cangara, 2013: 70).

Penggunaan model tersebut sebagai pembatas dan juga gambaran mengenai strategi untuk manager operasional siaran radio K-Lite. Penelitian ini sesuai dengan observasi awal yang telah di lakukan oleh peneliti sehingga akan menggunakan tahapan-tahapan yang sesuai dengan hasil observasi dan juga hasil lapangan yang ada pada radio K-Lite tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan sub fokus perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, kegiatan komunikasi dan umpan balik yang ditujukan untuk perusahaan tersebut. Sehingga peneliti memberi judul ***"Strategi Komunikasi Divisi Operasional Siaran dalam menarik minat pendengar melalui radio streaming"***.

1. **Rumusan Masalah**
   a) **Makro**
      Bagaimana strategi komunikasi divisi operasional siaran radio K-Lite dalam menarik minat pendengar melalui radio streaming?
   b) **Mikro**
      1. Bagaimana **perumusan kebijakan** divisi operasional siaran radio K-Lite dalam menarik minat pendengar melalui radio streaming?

2. Bagaimana **perencanaan program pelaksanaan** divisi operasional siaran radio K-Lite dalam menarik minat pendengar melalui radio streaming?
3. Bagaimana **kegiatan komunikasi** divisi operasional siaran radio K-Lite dalam menarik minat pendengar melalui radio streaming?
4. Bagaimana **umpan balik** divisi operasional siaran radio K-Lite dalam menarik minat pendengar melalui radio streaming?

**2. Maksud Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk meneliti, menganalisa dan menjelaskan seperti apa strategi komunikasi divisi operasional siaran radio K-Lite dalam menarik minat pendengar melalui radio streaming.

**3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui **perumusan kebijakan** divisi operasional siaran radio K-Lite dalam menarik minat pendengar melalui radio streaming
2. Untuk mengetahui **perencanaan program pelaksanaan** divisi operasional siaran radio K-Lite dalam menarik minat pendengar melalui radio streaming
3. Untuk mengetahui **kegiatan komunikasi** divisi operasional siaran radio K-Lite dalam menarik minat pendengar melalui radio streaming
4. Untuk mengetahui **umpan balik** divisi operasional siaran radio K-Lite dalam menarik minat pendengar melalui radio streaming

**4. Tinjauan Pustaka**

**a. Tinjauan Mengenai Ilmu Komunikasi**

Ilmu komunikasi sangatlah penting di kehidupan manusia karena tak luput dari interaksi dan

sosialisasi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial.

**b. Tinjauan Mengenai Strategi Komunikasi**

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2003:32).

Strategi perusahaan biasanya berkaitan dengan prinsip-prinsip secara umum untuk mencapai misi yang direncanakan perusahaan, serta bagaimana perusahaan memilih jalur yang spesifik untuk mencapai misi tersebut. Dalam penelitian ini strategi juga dapat diartikan sebagai proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan kualitas siarannya di masa depan.

**5. Desain Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis studi deskriptif. Kualitatif merupakan metode-metode untuk mengekplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2010 pada pedoman penulisan skripsi UNIKOM).

Lexy J. Moleong mendefinisikan penelitian

kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa (Moleong, 2007: 6). Informan penelitian berjumlah 4 (empat) orang, 2 informan kunci dan 2 informan pendukung yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive. Teknik pengumpulan data adalah wawancara, observasi, *internet searching*, dan studi dokumentasi. Teknik analisa data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

**6. Hasil Penelitian**

Setelah menjabarkan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, teori-teori yang telah mengukuhkan penelitian, dan metode penelitian yang digunakan, maka pada bab ini dipaparkan mengenai hasil dari penelitian. Hasil penelitian akan dijabarkan berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara pada bulan Februari 2017 sampai Juli 2017 yang dilakukan dengan Manager Operasional Siaran Radio K-Lite, Business Development K-Lite, freelance konsultan radio streaming, dan juga pendengar.

**7. Pembahasan Penelitian**

Untuk mendapatkan penetapan perumusan kebijakan apa yang akan digunakan, dimulai dengan rapat antara direksi dengan para manager atau perwakilan divisi yang terlibat. Kemudian dari rapat tersebut akan tercetus perumusan kebijakan yang digunakan agar menarik pendengar dan bisa mendapatkan statistik yang stabil untuk pendengar radio streaming.

Perumusan kebijakan tersebut tak lepas dari SDM yang mengerti mengenai radio

streaming atau permasalahan IT sehingga nantinya pendengar bisa memberikan *feedback*.

Merencanakan dana dan fasilitas saja tak cukup untuk membuat sebuah radio streaming berjalan dengan lancar, SDM atau karyawan yang sesuai dengan kriteria juga dibutuhkan untuk menunjang program tersebut.

Media yang digunakan adalah media sosial yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat luas. Media di era moderenisasi sangat dibutuhkan dan memegang peran penting untuk penyebaran informasi tanpa memperhitungkan jarak dan lain sebagainya. Tak hanya media sosial, cara lain untuk memperkenalkan radio streaming yaitu ketika closing pada segmen terakhir, penyiar akan melakukan sekilas pengumuman mengenai radio streaming dan mengajak pendengar yang terkait jarak bisa mendengarkan radio streaming.

Pendapat yang disampaikan kepada radio K-Lite sangat positif karena dengan adanya radio streaming membantu memperluas pendengar dan tentunya akan memperbanyak pendengar yang memang tidak berada di ruang lingkup Kota Bandung. Dengan adanya tahap penyempurnaan yang sedang berjalan di radio K-Lite khususnya untuk menunjang radio streaming diharapkan mampu menghibur para pendengar dengan konten-konten yang diberikan pada K-Lite di *website*nya dan juga *app mobile*. Tak hanya pendapat, saran yang diberikan juga membantu perkembangan radio streaming K-Lite. Pembaharuan mengenai konsep-konsep *website* dan *app mobile* diharapkan dapat ditingkatkan lagi guna menarik pendengar yang lain. Menghadirkan tema-tema

yang lebih menarik, peletakan fitur-fitur yang dianggap kurang pas.

Ide memajukan radio streaming K-Lite mengharapkan bisa menarik pendengar lebih banyak lagi. Menghadirkan visual atau video yang bisa memperlihatkan penyiar dan keadaan sekitar radio bisa menarik dan menjadi inovasi yang baru bagi dunia radio streaming.

**8. Kesimpulan**

1) Radio K-Lite melakukan perumusan kebijakan untuk menarik minat pendengar melalui radio streaming. Pihak-pihak yang terlibat dalam merumuskan strategi tersebut adalah direksi dan divisi operasional siaran melalui rapat kemudian melakukan pembaharuan program acara dan juga melakukan penggantian penyiar.
2) Dana yang dibutuhkan untuk membuat radio streaming sangat terjangkau dengan peralatan yang sudah menjadi fasilitas dari perusahaan dan sudah ada anggarannya. SDM yang bertanggung jawab mengenai radio streaming K-Lite diharapkan mengerti secara luas tentang radio streaming dan mengerti konten-konten yang sesuai dengan segmentasi dari radio K-lite.
3) Kegiatan komunikasi radio K-Lite untuk menyebarluaskan informasi menggunakan media sosial yang saat ini sedang digandrungi oleh masyarakat luas sehingga memudahkan masyarakat mendapatkan informasi.
4) Kekurangan dari radio streaming adalah *delay* suara, sama halnya seperti *feedback* yang disampaikan oleh pendengar, inovasi yang lebih menarik sangat

dianjurkan untuk radio streaming K-Lite. Dan promosi ke media sosial lainnya agar radio streaming k-lite bisa menarik perhatian pendengar.

5) Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh divisi operasional siaran sudah berjalan dengan adanya pembaharuan program-program acara sampai dengan penggantian penyiar, namun hasil dari strategi tersebut belum bisa terwujud secara maksimal karena beberapa program yang belum berjalan dengan sempurna.

## 9. Daftar Pustaka

**Buku:**


Ardianto, Elvinaro, dkk. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa

Ardianto, Elvinaro. 2016. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Rosdakarya

Bungin, M Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo

Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers

Creswell, John W. 2016. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran Edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Devito, Joseph A. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang:Karisma

Effendy, Onong Uchjana. 2015. Dinamika Komunikasi. Bandung: Rosdakarya

Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Komunikasi Teori dan Praktek*. 2007. Bandung: Rosdakarya

Kasali, Rhenald. 2008. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti

Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya

Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya

Morissan, 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana

Oramahi, Hasan Asy'ari. 2012. *Jurnalistik Radio*. Jakarta: Erlangga

Rakhmat, Jalaluddin. 2014. *Metode Penelitian*

*Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya

Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama

West, Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* Edisi 3 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika

**Sumber lain:**

Bambang Tri Wibowo. 2014. Peran Media Komunikasi (Audio Stasion In House) Sebagai Media Komunitas Pedagang di Pasar Klewer. Diambil dari: http://eprints.ums.ac.id/29390/2/04. Bab I.pdf pada Kamis 20 April 2017 pukul 20:00 WIB

Octaviana, Shoraya Lolyta. 2016. Strategi Komunikasi Corporate Social Responsibility (CSR) di PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Tengah dan DIY Tahun 2013-2014. Interaksi. Vol 5, No 1 (2016). Diambil dari: http://ejournal.undip.ac.id pada Senin 24 April 2017, 07:00 WIB.

Pambayun Menur Seta. 2014. Strategi Komunikasi PT. Kaha Event Management dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. Diambil dari: http://repository.uinjkt.ac.id pada Senin 10 April 2017 07:35 WIB

Putri Ferira. 2013. Pola Komunikasi Penyiar Radio Harmony FM dalam Menjalin Komunikasi dengan Pendengar. Diambil dari: http://repository.fisip-untirta.ac.id pada Kamis 9 Maret 2017 18:53 WIB

Ria Septiani. 2011. Strategi Public Relations Mobile Unit Departement Radio Ardan 105,9 FM dalam Menarik Minat Masyarakat Kota Bandung Untuk Menjadi Pendengarnya Diambil dari: http://elib.unikom.ac.id pada Rabu 8 Maret 2017 10:05 WIB.

Lailah, Nur R. 2013. Jaringan Komunikasi. Melalui http://nengnurlailah.blogspot.co.id [27/4/17].

Raditya Andreas. 2017. Eksistensi Radio Konvensional di Era Digital. Melalui http://www.kompasiana.com [27/4/17].

Subardjo, Agus. 2007. *Cyber Broadcast System-CBS (1)*. Melalui http://www.ilmukomputer.org [23/07/17].