

Manajemen Media Radio Anak Muda dalam Meningkatkan Kualitas Penyiaran

Muhammad Keyzhal Fahrezy*, Endri Listiani

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*muhkeyzhal15@gmail.com, endri@unisba.ac.id

Abstract. Ardan Radio is a radio broadcast in Bandung. From several existing programs and the broadcasters are young people. In various programs of course there must be someone who manages or manages. The role of management here is very important considering that everything that is presented must of course be managed first, especially with the rapid developments that occur in technology that make the broadcasting industry reach a level of intense competition, so that good management and management is needed to win a successful broadcasting media competition. The purpose of this study was to determine the media management strategy used in dealing with the decline in broadcast quality, the reasons for using the chosen strategy, and to find out the supports and obstacles during carrying out the overall strategy. So in this case the researcher intends to know as well as explore the Radio Media Management of young people in improving the quality of broadcasting (a case study on Ardan Radio in Bandung City). Researchers used qualitative research methods with a case study approach. The data collection technique chosen in this study used interviews, literature, and documentation. With the aim of exploring the media management carried out by Ardan Radio. The subjects of this research with key informants are those who are in the manager section or who hold sustainability management in Ardan Radio Bandung, Ardan Radio media management in Bandung City in improving the quality of broadcasting in the midst of broadcasting industry competition starting the initial stage, namely with Ardan Radio implementing management functions broadcast media namely Planning, Organizing, Actuating, Controlling. Furthermore, in the implementation of Ardan Radio, they created a campaign with the theme Radio No. 1 in Bandung to prove that there is an increase in broadcasting quality for Ardan Radio itself. Implementation of management Starting from formulating existing programs, the next stage is evaluation, which aims to ensure that every program in Ardan Radio still understands the targets that must be achieved.

Keywords: *Media Management, Management Radio, Ardan Radio Bandung, Quality Broadcasting*

Abstrak. Ardan Radio merupakan radio yang disiarkan di Bandung, Dari beberapa program acara yang ada serta para penyiaranya pun merupakan anak muda. Dalam berbagai banyak program acara tentunya harus ada yang mengelola atau me-manage. Peran manajemen disini sangat penting mengingat semua yang disajikan tentunya harus dikelola terlebih dahulu, terlebih lagi dengan pesatnya perkembangan yang terjadi dalam teknologi yang menjadikan industri penyiaran mencapai tingkat persaingan yang ketat, sehingga diperlukan pengelolaan maupun manajemen yang baik untuk memenangkan persaingan media penyiaran yang berhasil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi manajemen media yang digunakan dalam menangani penurunan kualitas penyiaran, alasan menggunakan strategi yang dipilih, dan mengetahui dukungan dan hambatan selama menjalankan keseluruhan strategi. Maka dalam hal ini peneliti bermaksud ingin mengetahui juga mendalami Manajemen Media Radio anak muda dalam meningkatkan kualitas penyiaran (Studi kasus pada Radio Ardan di Kota Bandung). Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan wawancara, literatur, dan dokumentasi. Dengan tujuan untuk mendalami Mengenai Manajemen media yang dilakukan oleh Ardan Radio. Subjek penelitian ini dengan key informant ialah pihak yang berada di bagian manager atau yang memegang manajemen keberlangsungan dalam Ardan Radio kota Bandung, Manajemen media Ardan Radio di Kota Bandung dalam meningkatkan kualitas penyiaran nya ditengah persaingan industri penyiaran memulai tahapan awal yakni dengan Ardan Radio menerapkan fungsi manajemen media penyiaran yaitu Planning, Organizing, Actuating, Controlling. Selanjutnya dalam pelaksanaan Ardan Radio membuat campaign yang bertemakan Radio No. 1 di Bandung untuk membuktikan bahwa terjadinya peningkatan kualitas penyiaran terhadap Ardan Radio sendiri. Penerapan manajemen Dari mulai merumuskan program acara yang ada, Tahapan selanjutnya merupakan evaluasi, yang bertujuan agar setiap program acara yang ada dalam Ardan Radio tetap memahami target-target yang harus dicapai.

Kata Kunci: *Manajemen media, Manajemen Radio, Ardan Radio Bandung, Kualitas Penyiaran*

A. Pendahuluan

Di Indonesia industri penyiaran memperlihatkan perkembangannya yang begitu pesat. Peraturan undang-undang siaran membawa beberapa perbedaan yang merupakan sebuah tantangan baru untuk dihadapi oleh pengelola media penyiaran. Dalam hal infrastruktur, teknologi, program penyiaran, dan regulasi pengelolaan radio, pengelolaan penerapan terhadap media penyiaran radio merupakan perbaikan maupun dalam pengelolaan manajemen. Ada pula tiga komponen penting yang dapat dijadikan sebagai landasan penting bagi setiap media penyiaran hal tersebut merupakan program, pemasaran, dan teknik. Hal tersebut pun yang menunjukkan bahwa dibutuhkan sebuah pengelolaan yang baik terhadap manajemen yang akan diterapkan. (Sulvinajayanti, 2018)

Dengan adanya prestasi yang Ardan Radio Bandung miliki seperti lima tahun berturut-turut sebagai Radio No. 1 untuk anak muda dan tiga tahun berturut-turut sebagai Radio No. 1 untuk semua kalangan. Dari sekian banyaknya orang di balik layar pada Ardan Radio, peneliti meneliti Manajemen Media pada Ardan Radio karena dirasa menarik untuk diteliti karena ingin mengetahui bagaimana caranya mengelola Radio sebesar Ardan Radio dan juga bisa tetap eksis hingga saat ini, terlebih lagi Ardan Radio kini mengklaim bahwa Ardan Radio adalah Radio anak Muda Terbesar di Bandung. Penyiaran merupakan salah satu media hiburan dan penyebarluasan informasi yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Diwa dalam Fauzi, 2020)

Manajemen sendiri merupakan proses perencanaan, pengorganisasian dan pengelolaan, pengawasan dalam suatu organisasi, merupakan proses implementasi yang terstruktur untuk mencapai maksud tertentu. Seperti yang ditekankan oleh Peter Pringle (dalam buku Morissan, 2011) bila diterjemahkan: "Beberapa posisi manajemen memiliki tantangan yang sama dengan mengelola stasiun radio atau televisi komersial.

B. Metodologi Penelitian

Metodologi dalam penelitian ini tentunya menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, juga menggunakan paradigma konstruktivis. Dalam penelitian ini, sumber penelitian diperoleh melalui hasil wawancara, dokumentasi, juga beberapa sumber buku. Selanjutnya dalam proses wawancara sebagai salah satu sumber penelitian dan juga sebagai subjek dalam penelitian, hal ini tertuju langsung kepada Ka Abi Perdana (*Manager* Ardan Radio), Lintang Buana Putra (Penyiar Ardan Radio), dan Bella Citra Putri (Penyiar Ardan Radio) dan ada 2 data pendukung yaitu Kameillany (Pendengar Ardan), Suci Puji Lestari (Pendengar Ardan). Dalam penelitian ini, uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi data, diantara beberapa bentuk triangulasi data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

mengetahui apakah ada peningkatan kualitas penyiaran yang terjadi pada Ardan Radio di Kota Bandung. Sesuai dengan hasil wawancara dengan manajemen Ardan Radio yaitu Ka Abi Perdana selaku Manajemen Ardan Radio, yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas penyiaran adalah melakukan penerapan manajemen *Planning, Organizing, Actuating, Controlling* kepada semua *crew* yang bertugas terutama kepada para penyiar karena para penyiar lah yang bertugas untuk memandu program acara dan tentunya diawasi oleh pihak manajemen dan para direktur. Setelah acara pun selesai, dilakukan lah evaluasi untuk memastikan semuanya sudah berjalan sesuai rencana atau tidak. Hal ini sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas penyiaran.

Ada pula langkah-langkah yang Ardan Radio lakukan, yakni Ardan Radio pun membuat *Campaign* dengan hashtag #RadioNo.1diBandung yang bertujuan untuk membuat komunitas yang besar dengan skala regional lalu meningkatkan kualitas penyiaran dengan cara memanfaatkan hal tersebut lalu membuat konten-konten *Campaign* "Ardan Radio merupakan Radio No. 1 di Bandung" pada Instagram Ardan Radio.

Sebelum melakukan *Campaign*, Pihak direktur, manajemen memberikan pelatihan tentang bagaimana melakukan *Campaign* pada di Instagram seperti mem-*Branding* Ardan Radio itu sendiri dengan berbagai macam karakter yang ada pada sumber daya manusia yang ada. Ada pula Sosial Media *Officer* yang bertugas mengelola Instagram Ardan Radio agar terlihat menarik dan *Catchy*. Lalu para penyiar dilatih oleh manajemen untuk bisa mengemas program acara dan membuat karakter sendiri dengan *Fun, Up to Date*, dan asik agar para pendengar pun tertarik untuk mendegarnya, itu merupakan faktor dari peningkatan kualitas penyiaran.

Ardan Radio mempunyai program acara Unggulan yaitu *Nightmare Side* yang bisa kalian dengarkan pada setiap hari kamis pada pukul 22.00 atau bisa juga didengar secara acak pada *platform* seperti *youtube* dan *spotify*. Manajemen Ardan Radio mengakui dengan adanya program ini, banyak sekali peminatnya untuk mendengarkan program acara ini. Tentunya dibuat dan dikemas secara seram dan horror. Ardan Radio memanfaatkan sosial media untuk mempublikasi kan semua dari mulai konten, isi siaran, ada pula *podcast* yang membuat banyaknya orang menghampiri dan mendengarkan Ardan Radio. Banyak nya fitur-fitur dari berbagai *platform* membuat Ardan Radio bisa mudah menjangkau khalayak banyak untuk mendegarkan Ardan Radio, dengan adanya konten-konten berupa video, desain, maupun *instastory*, membuat khalayak bisa cepat mengakses dan masuk ke laman Ardan Radio lalu menikmati isi program acara yang sudah dibuat.

Dengan adanya Media Massa seperti banyaknya *Platform* untuk mempublikasi dan juga cara menyampaikan kepada khalayak menggunakan Komunikasi Massa, Ardan Radio mampu berkembang dengan cukup cepat dan sangat cepat pula beradaptasi pada *New Media* ini. Peningkatan kualitas penyiaran terjadi ketika Ardan Radio bisa mengelola semua ini dan harus tetap konsisten terhadap apa yang dikerjakan.

Dengan banyaknya orang yang datang untuk melihat maupun mendengarkan program acara dan siaran Ardan Radio, ini membuktikan bahwa Program acara Ardan Radio berkualitas.

Pasti ada alasan mengapa hal itu dilakukan oleh Manajemen Ardan Radio, Ardan Radio mengambil langkah membuat *Campaign* Radio No. 1 di Bandung karena pada saat ini, radio di Bandung cukup banyak yang menggandrugi segmen Dewasa, hanya sedikit yang menggandrugi segmen anak muda. Ardan Radio memanfaatkan hal tersebut untuk meningkatkan kualitas penyiaran melalui Konten-konten nya di Instagram.

Dibuatnya beberapa program acara untuk bisa menarik perhatian khalayak tentunya menjadi tugas pokok Ardan Radio, karena Ardan Radio ada disini sebagai Media *Entertaint* pemberian informasi dan juga hiburan. Dengan menarik khalayak banyak melewati program-program siarannya yang direncanakan sedemikian rupa oleh pihak direktur dan manajemen, para penyiar dilatih untuk bisa membuat karakter, mem-*Branding* dan membuat program acara tersebut dengan gaya kekinian atau *Up to date*. Terbukti dengan langkah-langkah yang dilakukan Ardan Radio bisa meningkatkan kualitas penyiaran. Dengan kondisi yang seperti ini dikarenakan adanya wabah *Covid-19* Ardan Radio pun mulai merancang inovasi dan membuat program acaranya dengan berbagai *visual* digital yang menarik untuk orang lihat, meningkatkan kualitas program acara dengan membuat acara konser *virtual* karena pada saat kondisi *Covid-19* seperti sekarang, semuanya harus dilakukan secara *virtual* untuk menghindari kerumunan.

Ketika Ardan Radio melaksanakan semua yang dirancang tidak akan luput dari kendala dan kemudahan, kendala maupun kemudahan harus ada agenda evaluasi. Semua yang dijalankan oleh semua pihak Ardan radio tidak luput dari kendala dan kemudahannya saat menjalankan pekerjaan. Pada kendalanya secara umum yaitu ada di media massa, yaitu asumsi publik bahwa radio itu di tinggalkan. Yang kita lakukan adalah coba untuk beradaptasi digital media yang sedang berjalan ini. Untuk kemudahannya karena kita sekarang berada di era digital yang memudahkan dan memanfaatkannya kita mengatur dan mengelola nya menggunakan *Device*

dan tentunya tiap orang mempunyai *Device* untuk men *Deliver* dan menjalankan semua strategi yang Ka Abi Perdana buat.

D. Kesimpulan

1. Manajemen media yang dilakukan oleh Manajemen Ardan Radio yaitu membuat perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), penggerakan (*Actuating*), dan pengawasan (*Controlling*).
2. Langkah-langkah manajemen media yang dilakukan oleh Ardan Radio, Merealisasikan yang sudah dari mulai *Planning, Organizing, Actuating, Controlling* dengan penerapan fungsi manajemen media maupun dengan cara menyampaikannya melalui komunikasi massa seperti dalam merencanakan *Timeline & Deadline* yang sudah disepakati bersama, lalu dalam pengorganisasian seperti menentukan menentukan *jobdesc*, selanjutnya dalam aksinya, Ardan Radio menggunakan media siaran dan media Instagram sebagai sarana siaran untuk bisa mencapai sasaran dari apa yang diinformasikan melewati siaran itu, lalu pada tahap terakhir, pihak manajemen melakukan pengawasan terhadap para penyiar dan kru yang sedang bertugas agar semuanya bisa berjalan sesuai yang direncanakan. Dari semua program acara yang sudah di rumuskan, Nightmare Side merupakan Program Unggulan dari Ardan Radio.
3. Alasan langkah-langkah manajemen media Ardan Radio dilakukan kembali kepada kaitannya yaitu dari fungsi manajemen media itu sendiri, fungsi dari penerapan komunikasi massa dan media massa. Hal ini berkaitan dengan adanya Komunikasi massa dan juga media massa, guna menyampaikan informasi dengan sebaik dan seaktual mungkin, juga dari sisi *Entertain* atau hiburan, Semuanya terpaku pada perencanaan karena Ardan Radio mempunyai satu tujuan yang sama yaitu Lalu dalam pelaksanaan penyiaran radio terdapat pula hambatan yang muncul diakibatkan oleh kelemahan dalam radio itu sendiri, seperti kesalahan teknis ataupun non teknis

Daftar Pustaka

- [1] Anggraini, Retno Puspita. 2017. "Manajemen Media Penyiaran TV Kutim Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Kabupaten Kutai Timur," dalam eJournal Ilmu Komunikasi. Volume 5, Nomor 3, Tahun 2017 (hlm. 309-312).
- [2] Awaluddin. Hendra. 2018. "Fungsi Manajemen Dalam Pengadaan Infrastruktur Pertanian Masyarakat Di Desa Watutu Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala," dalam Jurnal Publication. Volume 2, Nomer 1, Tahun 2018 (hlm 5-7).
- [3] Anggraini, Retno Puspita. 2017. "Manajemen Media Penyiaran TV Kutim Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Kabupaten Kutai Timur," dalam eJournal Ilmu Komunikasi. Volume 5, Nomor 3, Tahun 2017 (hlm. 309-312).
- [4] Cangara, Hafied. (2010). Pengantar Ilmu Komunika. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- [5] Fauzi, Iba Zainuddin, Sutoyo. 2020. "Implementasi Manajemen Komunikasi Dalam Organisasi," Volume 10, Nomer 2, Tahun 2020 (hlm. 113)
- [6] Habibie, Dedi Kusuma. 2018. "Dwi Fungsi Media Massa," dalam Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi. Volume 7, Nomer 2, Tahun 2018 (hlm. 79).
- [7] Morissan. 2011. Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Jakarta: Kencana.
- [8] Sulvinajayanti. 2018. Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran. Makassar: Aksara Timur.
- [9] Yuswantoro, Arditya Pratama. 2020. "Manajemen Penyiaran Dalam Pengolahan Radio Masyarakat Dakwah (Masda FM)" Skripsi. Salatiga: Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri.
- [10] Desfiana, Muhamad Fauzi Rohimat. Satya Indra Karsa. (2021). Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi Universitas Islam Bandung. 1 (1). 23-29

