

## COMMUNICATION STRATEGY OF MANAGEMENT KARYSMA FM RADIO IN MAINTAINING CONSISTENCY AND EXISTENCE IN THE DIGITAL ERA

### STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLAAN RADIO KARYSMA FM DALAM MEMPERTAHANKAN KONSISTENSI DAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL

Edy Saputro<sup>1\*</sup>, Sri Hartini<sup>1</sup>, Fanny Hendro Aryo Putro<sup>1</sup>, Roso Prajoko<sup>1</sup>,  
Ni Nyoman Cipta Dewi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Komunikasi dan Teknik Informatika, Universitas Boyolali, Jawa Tengah

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Universitas Dwijendra, Bali

\*[edysaputro09@gmail.com](mailto:edysaputro09@gmail.com)

---

#### Article Informations

Keywords:

Communication Strategy,  
Management,  
Digital Era Radio,  
Consistency,  
Existence.

---

#### ABSTRACT

*The purpose of this research is to find out and analyze the management strategies of Karysma FM Radio in an effort to maintain consistency and existence in the digital era. This research found that the communication strategy is carried out by using the Regional Language Accents (Javanese Language Accents) during broadcasts to attract the attention of listeners and also through the POAC management (Planning, Organizing, Actuating, Controlling). Planning with determining listener segmentation and then preparing broadcast programs. Organizing by forming divisions and placing competent human resources in their fields. Actuating by giving appreciation rewards and also creating a work environment with a family atmosphere that has a big influence on employee loyalty. Controlling to supervise broadcast programs internally and externally by KPI (Indonesian Broadcasting Commission). Another effort by Karysma FM Radio is to adopt technology such as Streaming Applications and using Social Media as part of adaptation in the digital era.*

---

#### Informasi Artikel

Kata Kunci:

Strategi Komunikasi,  
Manajemen,  
Era Digital Radio,  
Konsistensi,  
Eksistensi.

---

#### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa strategi pengelolaan Radio Karysma FM dalam upaya mempertahankan konsistensi dan eksistensi di era digital. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa strategi komunikasi dilakukan dengan penggunaan Logat Bahasa Daerah (Logat Bahasa Jawa) pada saat siaran untuk menarik perhatian para pendengar dan juga melalui pendekatan manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). *Planning* (Perencanaan) dimulai dengan menentukan segmentasi pendengar kemudian penyusunan program siaran. *Organizing* (Pengorganisasian) dengan membentuk Divisi-Divisi sesuai tujuan perusahaan serta menempatkan SDM (Sumber Daya Manusia) yang berkompeten di bidangnya. *Actuating* (Penggerakan) dilakukan perusahaan dengan memberikan apresiasi kinerja berupa *reward* dan juga menciptakan lingkungan kerja dengan suasana kekeluargaan yang berpengaruh besar terhadap loyalitas karyawan. *Controlling* (Pengawasan) dilakukan untuk mengawasi program siaran secara internal dan eksternal oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia). Upaya lain yang dilakukan oleh Radio Karysma FM adalah mengadopsi teknologi seperti Aplikasi *Streaming* serta penggunaan Sosial Media sebagai bagian dari adaptasi di era digital.

Submisi 27/06/2023

Diterima 18/08/2023

Dipublikasikan 31/08/2023

DOI <https://doi.org/10.22487/ejk.v10i2.873>

## PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini perkembangan teknologi komunikasi serta teknologi informasi terus berkembang pesat dan semakin canggih. Media informasi yang dulunya berupa media cetak dan juga media berbasis elektronik seperti media radio serta media televisi. Namun, pada era ini telah hadir media baru berupa internet, media tersebut meliputi media sosial dan berbagai aplikasi lainnya. Masyarakat umum pada kesehariannya masih memanfaatkan media elektronik seperti menonton televisi dan juga mendengarkan radio untuk memenuhi kebutuhan informasi serta mendapatkan hiburan. Sebuah media massa yang mudah digunakan dari segi kepraktisannya dan penggunaannya pun gratis (*free*) atau bebas biaya, merupakan salah satu daya tarik tersendiri bagi masyarakat terhadap radio, sehingga radio masih menjadi media pilihan bagi masyarakat hingga saat ini.

Berdasarkan pernyataan dari Viliny Lesmana yang merupakan *Vice Director of Kompas Gramedia Radio Network* yang dirangkum oleh *kememparekraf.go.id*, menyatakan bahwa selama pandemi, pendengar radio terpantau meningkat 4 juta pendengar, dari 13 juta pendengar naik menjadi 17 juta pendengar. Perubahan pola konsumsi radio dipengaruhi oleh situasi masyarakat yang harus di rumah saja pada saat pandemi dan mencari sarana hiburan lain selain Televisi dan Internet.

Informasi yang dirilis oleh *swarakendal.com* pada tahun 2021 juga menyatakan bahwa radio merupakan salah satu media pilihan pemerintah. Sebuah media massa sebagai sarana sosialisasi untuk melakukan komunikasi ke publik pada saat pandemi, karena radio dinilai efektif sebagai media yang mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat, terutama masyarakat daerah. Pemerintah membuka berbagai kanal-kanal media komunikasi yang dapat mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat untuk menyiarkan informasi, imbauan dan berbagai kebijakan pemerintah yang dapat secara efektif dan efisien bisa sampai kepada masyarakat. Salah satu bentuk komunikasi masa yang strategis adalah melalui media radio, karena radio mampu menjangkau publik yang luas dalam waktu singkat dan mampu masuk ke dalam lapisan masyarakat tingkat lokal.

Radio termasuk media yang mampu beradaptasi terhadap berbagai perubahan zaman dan juga krisis, Hasil *survey* yang dirilis oleh PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia) menunjukkan bahwa jumlah pendengar radio pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebanyak 31% dibandingkan tahun 2019. Pandemi justru meningkatkan jumlah pendengar radio. Hal tersebut telah menunjukkan fakta bahwa radio bisa tetap eksis karena mampu beradaptasi dalam berbagai kondisi dengan zaman yang terus berubah-ubah dan berbagai perubahan lainnya. Hal lain ditunjukkan pada saat pergantian masa analog ke teknologi digital, radio masih mampu bertahan dan bisa menyesuaikan formatnya mengikuti perkembangan zaman dengan menerapkan berbagai pembaharuan di dalam sistem penyiaran.

Menurut data dari *idntimes.com* ada beberapa faktor yang membuat radio masih menjadi media favorit hingga sekarang. Di antaranya adalah informasi dari radio selalu *update*, termasuk informasi di dari wilayah lokal, membahas mengenai berbagai topik yang menarik dan *relate* dengan situasi dan kondisi sosial masyarakat. Radio digemari karena selalu menghadirkan *playlist* lagu yang terus berganti maka dari itu tidak membosankan untuk didengar. Program radio disiarkan oleh penyiar yang mampu membuat pendengar merasa bahagia karena mampu menaikkan *mood* para pendengar. Dialog siaran disampaikan dengan berbagai kosakata yang menarik dan interaktif, bahkan para pendengar bisa berinteraksi secara langsung melalui komunikasi dua arah baik melalui sambungan telepon maupun pesan seluler. Alasan lain yaitu dari segi

penggunaannya, tak bisa dipungkiri bahwa khalayak ternyata masih memilih radio sebagai sarana memperoleh informasi serta hiburan, yang bisa didengarkan sembari melakukan aktivitas tanpa perlu terfokus pada media tersebut, tidak seperti pada saat melihat televisi dan berselancar di internet yang harus fokus ketika menggunakan media tersebut (kemenparekraf, 2021).

Menurut data yang dirilis *nielsen.com*, pada tahun 2016, *Nielsen Radio Audience Measurement (RAM)* mengadakan *survey* di 11 kota di Indonesia, yaitu di Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Surakarta, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Makassar dan Banjarmasin. *Nielsen RAM* merupakan *survey* pengukuran kependengaran radio terhadap 8.400 responden berusia 10 tahun ke atas. Hasil *survey* tersebut menyatakan bahwa pendengar radio pada tahun 2016 masih mencapai 38 % atau sekitar 20 juta orang. *Survey* dari *Radio Audience Measurement (RAM)* pada kuartal ketiga tersebut masih menempatkan radio sebagai salah satu media pilihan masyarakat (Katadata, 2016).

Hasil temuan yang dirilis *nielsen.com* juga menunjukkan hingga kuartal ketiga tahun 2016 terlihat bahwa pendengar radio berasal dari *Gen Z* (Generasi Z) dan Generasi Milenial mencapai 57%. Banyaknya pendengar dari dua generasi tersebut, memberikan harapan besar bagi keberlangsungan radio di Indonesia pada masa yang akan datang. Kedua kelompok usia tersebut dinilai sebagai faktor yang mempengaruhi masa depan radio yang akan membuat radio akan terus eksis hingga masa mendatang. Banyak hal menjadi faktor yang mempengaruhi keberlangsungan industri radio, sehingga media ini masih dapat eksis dan digemari masyarakat hingga saat ini bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa radio akan terus digemari sampai kapanpun.

Radio menjadi salah satu media pilihan sebagai sarana memperoleh informasi serta hiburan, dikarenakan media radio merupakan media massa yang murah karena tanpa menggunakan kuota internet ataupun biaya berlangganan. Radio memiliki peranan penting dalam memperkuat ekonomi kreatif masyarakat lokal di Indonesia, utamanya dalam mengiklankan produk maupun jasa pada bidang usaha seperti produk UMKM. Radio juga mempunyai andil dalam pendidikan karakter dalam upaya memberikan edukasi masyarakat, memperluas wawasan melalui siaran program yang berbobot atau konten siaran yang informatif seperti siaran iklan layanan masyarakat dan informasi aktual lainnya (kemenparekraf, 2021).

Perkembangan teknologi yang semakin pesatnya, membuat radio turut beradaptasi dan berinovasi agar mampu menyesuaikan diri terhadap kemajuan teknologi. Seperti pada media cetak yang dulunya surat kabar cetak sekarang beralih ke surat kabar berbasis *web*, Adaptasi dan inovasi sistem penyiaran radio terletak pada peralihan sistem penyiaran radio, yang dulu merupakan siaran analog dan sekarang berpindah ke siaran radio digital, yaitu sudah menggunakan sistem siaran *streaming* untuk menjangkau pendengar secara lebih luas. Pada sistem ini, siaran radio disalurkan melalui sinyal *digital* melalui internet. Hal tersebut membuat radio semakin fleksible untuk bisa didengarkan oleh publik sehingga radio bisa terus eksis karena mampu beradaptasi juga di era *digital* saat ini. Berusaha konsisten dalam menyiarkan program-program yang inovatif dan informatif serta mampu terus mengudara dan memberikan pengaruh positif kepada masyarakat.

Perubahan pola siaran radio dari siaran analog menjadi siaran *digital* memberikan keuntungan tersendiri bagi para pendengar di era *modern* saat ini. Radio yang umumnya memiliki batasan jangkauan siaran, yaitu hanya dalam hitungan radius 20 km saja, namun dengan adanya aplikasi *streaming*, kini siaran radio bisa didengarkan di manapun dan kapanpun melalui *internet* dengan menggunakan *smartphone* atau perangkat *gadget*

(gawai) lainnya, tanpa harus menggunakan perangkat radio konvensional. Radio menjadi salah satu media yang fleksible dan juga masih eksis hingga kini, bisa dinikmati secara mudah dan praktis dari segi penggunaannya. Radio mampu fleksible menyesuaikan diri dalam waktu, ruang maupun tempat.

Eksistensi radio juga terjadi pada radio-radio di tingkat lokal atau daerah. Salah satu daerah yang juga mendapatkan dampak perkembangan radio di Indonesia adalah Kota Boyolali. Radio Karysma FM merupakan Radio Swasta tertua di Kabupaten Boyolali sejak tahun 1992. Hingga saat ini Radio Karysma FM telah menunjukkan eksistensinya sebagai salah satu radio yang cukup populer di kawasan Boyolali dan sekitarnya yang konsisten dengan program-program yang mengedepankan muatan lokal. Program dengan tema muatan lokal tersebut menjadi *concern* program siaran yang diutamakan di Radio Karysma FM karena merupakan ciri khas sebagai daya tarik.

Eksistensi Radio Karysma FM tidak lepas dari konsistensi program-program menarik yang disiarkan. Program-program yang mengudara di Radio Karysma FM dikelola dengan menggunakan strategi komunikasi serta pendekatan manajemen *POAC* yang terdiri dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*) (Terry, 2016).

Prinsip *POAC* dalam manajemen komunikasi pertama kali diperkenalkan oleh *George R. Terry* pada tahun 1958 dalam bukunya yang berjudul *Principles of Management* (Sukarna, 2011). Radio Karysma FM mengelola program-program secara teratur melalui perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan (evaluasi) program, serta konsisten dengan program siaran yang bermuatan lokal seperti Langgam Jawa, Musik Campursari dan Wayang Kulit *on air*, sehingga program-program tersebut dapat diterima dan menjadi program favorit para pendengar hingga saat ini. Melalui strategi dan pengelolaan manajemen radio yang baik, Radio Karysma FM mampu meraih berbagai penghargaan sebagai bentuk pengukuhan eksistensi Radio Karysma FM di Industri Penyiaran Radio tingkat regional di Indonesia.

Keberhasilan yang diperoleh oleh Radio Karysma FM sebagai radio yang konsisten dan tetap eksis merupakan salah satu pencapaian prestasi selama 31 tahun berdiri. Dalam penelitian ini peneliti menyoroti tentang upaya-upaya yang dilakukan Radio Karysma FM dalam mempertahankan eksistensinya melalui program-program yang konsisten yang dapat diterima oleh pendengar. Peneliti ingin mengetahui sejauh mana upaya yang dilakukan oleh Radio Karysma FM melalui strategi komunikasi serta pengelolaannya sehingga radio ini tetap eksis hingga saat ini.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Strategi Komunikasi Serta Pendekatan Manajemen

Definisi strategi dalam Kamus Ilmiah diartikan sebagai rencana yang cerdas tentang kegiatan untuk mencapai sasaran yang dituju. Pada hakekatnya strategi merupakan konsep perencanaan (*planning*) serta manajemen (*management*) dengan tujuan untuk mencapai suatu sasaran. Namun, untuk mencapai sasaran tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai petunjuk arah saja, tapi harus bisa menuntun dalam mengeksekusi cara khusus dalam menjalankan operasionalnya. Strategi adalah perencanaan, untuk membahas strategi komunikasi yaitu sebuah perencanaan maka didapat dua konsep utamanya yaitu strategi dan komunikasi.

Menurut *Harold D. Lasswell* komunikasi adalah “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*” (Siapa Berkata Apa, Melalui Saluran Apa, Kepada Siapa, dan Apa Reaksinya), (Cangara, 2013). Dalam strategi komunikasi segala

sesuatunya harus ditautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan yang dirumuskan oleh *Harold D. Lasswell* yang juga disebut sebagai *Formula Lasswell*. Penelitian ini menggunakan model komunikasi *Harold D. Lasswell*. Di mana *Formula Lasswell* sering digunakan pada studi media massa. Untuk dapat memahami makna komunikasi sehingga dapat dikatakan efektif, studi komunikasi dengan paradigma *Lasswell* sering dijadikan acuan. *Lasswell* mengatakan untuk memahami komunikasi, maka harus dapat menjawab pertanyaan yang telah disebutkan yaitu “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”, (Cangara, 2013), dengan rincian sebagai berikut:

1. *Who = Communicator* / Komunikator
2. *Says What = Messages* / Pesan
3. *In Which Channel = Sarana / Media / Saluran*
4. *To Whom With = Penerima Pesan / Komunikan*
5. *What Effect = Efek / Reaksi / Akibat*

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Banyak teori komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli, namun untuk strategi komunikasi, teori yang memadai baiknya untuk dijadikan pendukung. Di mana strategi komunikasi yang dikemukakan oleh *Harold D. Lasswell* merupakan salah satu cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi dalam menjawab pertanyaan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” (Cangara, 2013). Komponen-komponen komunikasi yang saling berhubungan secara fungsional pada paradigma *Lasswell* merupakan jawaban atas pertanyaan yang telah dirumuskan tersebut.

Strategi komunikasi merupakan perencanaan (*planning*) dan pengelolaan atau manajemen (*management*) penyampaian pesan untuk mencapai satu tujuan. Strategi komunikasi merupakan perpaduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2017). Strategi komunikasi dalam pendekatan manajemen pada hakekatnya terdiri dari 4 dasar yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pengarahan/penggerakan) dan *controlling* (pengawasan) sebagai konsep manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan manajemen menurut *Henry Fayol* adalah proses berbagai kegiatan yang terdiri 5 fungsi yaitu Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pengarahan (*Commanding*), Pengkoordinasian (*Coordinating*), Pengendalian (*Controlling*) dalam rangka untuk mencapai tujuan (Priyono, 2007).

Manajemen memiliki fungsi penting pada sebuah organisasi agar organisasi tersebut berjalan dengan lancar untuk mencapai tujuannya. Menurut *George R. Terry* dalam bukunya *Principles of Management* (Terry, 2016), Strategi manajemen *POAC* di dalam suatu perusahaan memiliki 4 konsep fungsi dasar, termasuk yang diterapkan pada perusahaan media penyiaran, yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pengarahan/Penggerakan) dan *Controlling* (Pengawasan/Evaluasi). Sehingga untuk menerapkan strategi di dalam menjalankan roda perusahaan serta meningkatkan segala aspek dalamnya, yaitu suatu perusahaan penyiaran radio, maka, manajemen radio kiranya harus sudah menjalankan 4 konsep dasar tersebut dengan 4 tahapan agar target perusahaan yang dibidik dapat tercapai.

### **Konsistensi Program Siaran**

Kata konsisten berasal dari bahasa Inggris yaitu “*consistent*” yang berarti kokoh atau berdiri tegak. Untuk itu, konsisten dapat diartikan sebagai sikap dan perbuatan yang tidak berubah-ubah dan selalu selaras. Menurut *Cambridge Dictionary*, arti konsisten adalah sesuatu yang tidak berubah, atau selalu berbuat atau terjadi dengan cara yang sama, terutama dalam hal positif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai ketetapan dan kemantapan saat bertindak (KBBI, 2012). Diambil dari kata konsisten, konsistensi berarti melakukan suatu hal secara teratur dan terus-menerus. Menurut Syarief (2005) dalam bukunya yang berjudul *Life Excellent* mengatakan bahwa konsisten adalah fokus pada suatu bidang, tidak akan berpindah bidang lain sebelum bidang pertama kuat. Dari penjabaran di atas kemudian dapat dimengerti bahwa konsistensi merupakan sikap dalam menghadapi hal tertentu yaitu kemantapan dalam bertindak dengan tujuan-tujuan yang terarah secara *continue*. Konsistensi merupakan sesuatu hal yang diyakini sebagai prinsip atau pedoman dan dilakukan secara terus menerus (Evertson, 2011).

Rahasia kesuksesan perusahaan salah satunya adalah konsistensi yang menjadi kunci keberhasilan. Tidak peduli besar kecilnya hal yang dilakukan, perusahaan telah melakukannya secara konsisten dan tidak cepat menyerah. Maksud dari konsisten adalah ketika sebuah perusahaan mantap dalam melakukan suatu hal secara terus menerus. Konsistensi membuat misi perusahaan semakin terarah, ketika melakukan sesuatu secara konsisten, maka tujuan pada suatu bidang usaha akan terus terarah. Konsistensi akan membuahkan integritas dalam upaya meraih tujuan yang diinginkan.

Konsistensi merupakan upaya yang selalu berpegang teguh pada prinsip yang direncanakan agar tetap selaras dan sesuai. Konsisten dapat mendorong motivasi untuk terus bertahan melakukan hal secara *continue* dalam usaha menggapai tujuan serta meningkatkan produktifitas. Karakter yang konsisten dapat membuat suatu perusahaan lebih menonjol dan dikenal karena konsistensi meningkatkan *personal branding* perusahaan. Konsistensi *personal branding* perusahaan diperlukan dalam upaya membangun citra baik maupun ciri khas sebuah perusahaan, agar mendapatkan reputasi baik di mata publik.

Masyarakat di daerah Boyolali yang masih sangat erat mengukung budaya dan tradisi merupakan peluang yang perlu didukung dalam kreasi program dan siaran dengan mengedepankan muatan lokal yang dominan dan hingga saat ini merupakan program yang sangat diminati pendengar dan *concern* program siaran yang dikemas dengan kreatif dan inovatif. Hingga saat ini program-program muatan lokal seperti program musik Campursari, Langgam Jawa dan Wayang Kulit tetap menjadi unggulan, diminati pendengar, serta pihak pengiklan dengan segmentasi iklan yang berbahasa Jawa. Oleh karena itu Radio Karysma FM konsisten dalam menyiarkan program yang diminati pendengar yang bertema muatan lokal dan semua program harian yang sudah ada.

### **Eksistensi Radio**

Eksistensi adalah apa yang ada, apa yang memiliki aktualitas (ada) dan segala sesuatu (apa saja) yang ada di dalam serta menekankan bahwa sesuatu itu ada (Loren, 2005). Menurut Kamus Ilmiah, eksistensi dapat diartikan sebagai keberadaan atau kehadiran yang mengandung arti bertahan. Eksistensi berasal dari kata eksis yang berarti ada (KBBI, 2012). Eksistensi merupakan keberadaan suatu yang diketahui khalayak umum dan diakui atas keberadaannya ketika dapat berpengaruh terhadap segala sesuatu yang ada di sekitarnya. Eksistensi selalu bersifat historis dan menuju masa depan (Bakker, 2018)

Pada tahun 2023 ini Radio Karysma FM telah memasuki usianya yang ke 31 tahun, dari masa ke masa telah banyak perubahan dan perkembangan, sejak Radio Karysma FM berdiri hingga saat ini. Mulai dari perubahan psikografi (karakteristik masyarakat), komposisi pendengar dari berbagai kalangan dan tingkatan usia, format siaran, segmentasi pendengar (pengelompokan jenis pendengar), pengemasan program, termasuk dengan perkembangan teknologi informasi saat ini yang telah memasuki era teknologi digital yang terus berubah.

Perubahan-perubahan tersebut merupakan potensi yang harus dikelola secara berkelanjutan dan pemanfaatannya merupakan penopang dalam peningkatan kualitas penyiaran optimal dan interaksional yang lebih luas dan positif. Sehingga mampu memberikan pelayanan kepada masyarakat sesuai kebutuhan masyarakat yang berkesinambungan. Termasuk di dalamnya mendukung program Pemerintah RI dalam menyampaikan program-program siaran yang terdiri dari hiburan informasi, pendidikan, dan budaya yang berkarakter mulia (*akhlaqul karimah*). Data tersebut dikutip dari *Company Profile Radio Karysma FM (2019)*

Eksistensi juga merupakan teori yang relevan untuk banyak bidang, seperti pada bidang bisnis termasuk perusahaan media. Radio Karysma FM mampu bertahan dan tetap eksis karena konsisten menyiarkan program-program yang menjadi minat para pendengar di antaranya adalah program bermuatan lokal. Roda perusahaan tetap berjalan walaupun telah mengalami berbagai keadaan dan situasi yang berubah-ubah. Upaya yang dilakukan adalah dengan mengadopsi teknologi, memperluas cakupan pendengar dengan aplikasi *streaming*, menyelenggarakan promosi terpadu *on air* dan *off air*, *packaging* program radio dan *website*, benefit program radio dan media sosial, dan menjalin keakraban dengan mitra usaha yaitu pendengar sebagai pelanggan pertama dan juga pemasang iklan sebagai pelanggan utama (*Company Profile Radio Karysma FM, 2019*). Seperti pada perusahaan penyiaran radio, perusahaan harus melakukan strategi dan manajemen sebagai upaya untuk menjaga eksistensi. Dengan demikian, masyarakat serta pendengar masih menganggap radio itu ada dan masyarakat semakin loyal menjadi pendengar setia.

Keberadaan sebuah stasiun radio tidak akan diketahui jika tidak menyiarkan program yang menarik secara konsisten sesuai minat pendengar agar tetap eksis sebagai radio yang populer di masyarakat. Keberhasilan yang diperoleh oleh Radio Karysma FM sebagai radio yang tetap eksis hingga sekarang sudah diakui juga melalui berbagai penghargaan yang diterima, berbagai penghargaan yang diperoleh merupakan suatu wujud pencapaian prestasi selama 30 tahun berdiri dan sebagai bentuk pengukuhan eksistensi.

### **Strategi Komunikasi**

Pengertian strategi komunikasi didapatkan dari kombinasi antara pengertian dari strategi dan pengertian dari komunikasi. Hafied Cangara menjelaskan bahwa strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Hafied Cangara juga menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, sampai pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2017).

Menurut Cangara (2017) strategi komunikasi merupakan gambaran tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan serta media apa yang digunakan dan kepada siapa

program komunikasi itu ditujukan dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut sehingga tujuan tersebut dapat dicapai.

Ada hal yang harus diperhatikan di dalam komunikasi. Menurut *Harold Laswell*, model komunikasi berupa ungkapan *verbal* yakni “*Who, Says What*” (siapa, berkata apa), “*In Which Channel*” (melalui saluran apa), “*To Whom*” (untuk siapa) “*With What Effect?*” (apa akibatnya). *Harold Lasswell* menggambarkan proses komunikasi dengan menjawab pertanyaan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*”, yang artinya “Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana”. Berdasarkan definisi tersebut dapat diturunkan 5 unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain. Penjelasan Formula *Lasswell* “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” (Cangara, 2013), adalah sebagai berikut:

1. *Communicator*: Komunikator merupakan orang yang menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain atau khalayak.
2. *Messages*: Pesan merupakan sesuatu hal yang disampaikan kepada komunikan.
3. *Media*: Merupakan alat atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan.
4. *Komunikan*: Penerima Pesan merupakan publik yang menjadi sasaran komunikator. Komunikan merupakan salah satu hal penting dalam proses komunikasi agar timbul rasa saling memahami dan dapat menjalin hubungan serta kerjasama yang tepat untuk mendukung satu sama lain.
5. *Effect*: Reaksi atau pengaruh setelah terjadinya proses komunikasi yang dapat memunculkan umpan balik atau *feedback* yang diharapkan seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dll.

### **Manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*)**

Strategi atau perencanaan lebih banyak didekati oleh konsep manajemen yang pada hakekatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada, untuk mencapai tujuan tertentu (Cangara, 2017). Prinsip *POAC* dalam manajemen komunikasi pertama kali diperkenalkan oleh *George R. Terry* pada tahun 1958 (*Terry, 2016*) dalam bukunya yang berjudul *Principles of Management* (Sukarna, 2011) terdiri dari 4 fungsi yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggerakan) dan *Controlling* (Pengawasan).

1. *Planning* (Perencanaan) yaitu pemilihan serta menghubungkan fakta-fakta, pembuatan dan penggunaan perkiraan-perkiraan atau asumsi-asumsi untuk masa depan, dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.
2. *Organizing* (Pengorganisasian) yang merupakan penentuan, pengelompokkan serta penyusunan berbagai macam kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, penempatan orang-orang (karyawan) pada kegiatan-kegiatan tersebut, penyediaan faktor-faktor pendukung yang cocok bagi keperluan kerja dan penunjukkan wewenang yang dilimpahkan kepada orang yang mempunyai hubungan dengan pelaksanaan setiap kegiatan yang dilakukan.
3. *Actuating* (Penggerakan) ialah membangkitkan motivasi atau mendorong semua anggota kelompok agar berusaha mencapai tujuan dengan kesadaran diri (*loyal*) sehingga selaras dengan pengelolaan perencanaan dan usaha-usaha yang dilakukan oleh organisasi.

4. *Controlling* (Pengawasan) yang didefinisikan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu sebuah standar atau kriteria tertentu sebagai sasaran yang ingin dicapai, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, meninjau pelaksanaan, dan bilamana perlu melakukan tindakan perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yang telah dirumuskan yaitu sesuai dengan *standard* yang telah ditetapkan.

## METODE PENELITIAN

Pada Penelitian dengan Judul “Strategi Komunikasi Pengelolaan Radio Karysma FM dalam mempertahankan Konsistensi dan Eksistensi di Era Digital” merupakan jenis penelitian kualitatif. *Cresswell* (2016) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk menggali informasi dan memahami suatu kejadian. Untuk mengerti fenomena tersebut, peneliti melakukan wawancara terhadap peserta penelitian yaitu informan atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum secara luas namun lebih mendetail. Informasi yang diperoleh dari narasumber lalu dikumpulkan kemudian dianalisis. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti baru bisa menjabarkan kesimpulan penelitian. Hasil final penelitian kualitatif dituangkan dalam bentuk laporan tertulis (*Cresswell, 2016*).

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan berasal hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumen perusahaan. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang dipergunakan dalam penelitian ini mempunyai maksud untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pengelolaan yang dilakukan oleh Radio Karysma FM dalam upaya mempertahankan konsistensi dan eksistensi di era digital secara lebih mendalam. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, diharapkan mampu menjabarkan secara rinci bagaimana implementasi segala upaya dilakukan oleh Radio Karysma FM dalam mempertahankan eksistensinya dengan konsisten menyiarkan program-program yang menarik serta adaptif terhadap perkembangan era digital dengan mengadopsi berbagai teknologi pendukung.

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, berarti teknik pengambilan sampel tidak dilakukan secara acak ataupun *random*, melainkan pilihan atas dasar pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. *Stake holders* atau staff yang sudah bekerja di Radio Karysma FM lebih dari 5 tahun masa kerja, dipilih sebagai narasumber yang memenuhi kriteria sebagai informan dalam penelitian ini. Para informan yang sudah ditentukan tersebut, dianggap mampu memberikan informasi terkait topik yang sedang diteliti pada penelitian ini. Narasumber yang diwawancarai dalam penelitian ini terdiri dari 5 orang, yakni Direktur Operasional Radio, Divisi Produksi Siaran, Divisi Teknik, Divisi *Marketing* dan Divisi Siaran di Radio Karysma FM.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui 3 tahapan yaitu tahap observasi, tahap wawancara (*interview*) secara mendalam, kemudian tahap studi kepustakaan (dokumentasi). Penelitian ini menggunakan teknik Observasi Partisipan (*Participant Observer*), di mana Menurut Muri (2014) observasi dengan teknik *Participant Observer* merupakan sebuah bentuk observasi di mana pengamat berpartisipasi dan terlibat secara langsung dalam kegiatan yang diamati. Peneliti sudah mengikuti aktivitas secara langsung di lapangan untuk menggali informasi secara efektif agar dapat memperoleh data secara maksimal. Peneliti sudah terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari di perusahaan yang menjadi lokasi penelitian dan berinteraksi secara langsung dengan para staff yang akan ditetapkan sebagai informan, para staff yang memenuhi kualifikasi sebagai informan akan dijadikan sebagai narasumber dalam

mencari data penelitian untuk dikumpulkan lalu diolah. Observasi dilakukan di studio Radio Karysma FM, Boyolali.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara secara langsung terhadap narasumber yang sudah ditentukan. Cara penggalian dan mendapatkan informasi dengan proses wawancara terstruktur Wawancara mendalam adalah metode yang memiliki kemungkinan pewawancara untuk bertanya pada subjek penelitian dengan harapan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan penelitian (*West&Turner, 2013*). Proses wawancara ini dilakukan secara mendalam dan terencana terhadap beberapa narasumber dari jajaran *stake holder* di PT. Radio Karya Pancaran Swamedia atau di Radio Karysma FM.

Metode dokumentasi merupakan tahap pencarian data berupa catatan-catatan penting, arsip, buku, catatan rapat, buku agenda dan dokumentasi lain menurut Arikunto (2012). Peneliti melakukan studi pustaka melalui pencarian dokumentasi untuk menggali informasi. Dokumentasi diperoleh dari arsip yang ada di *Mini Library* milik Radio Karysma FM, baik dari arsip tertulis, foto, *file*, dan yang lainnya. Dokumentasi ditemukan berupa arsip *Company Profile* Radio Karysma FM yang dirilis tahun 2019 lalu dan merupakan Dokumen *Company Profile* yang terakhir diperbaharui. Adapun dokumentasi lain yang ditemukan di internet dan juga di media sosial *official* Radio Karysma FM. Dokumen juga dapat berupa bentuk teks tertulis, gambar, maupun foto (Muri, 2014). Teknik analisis data menurut Bungin (2018) digunakan sebagai pedoman teknik analisis data pada penelitian ini. Ada 4 tahapan pada teknik analisis ini yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### **Strategi Komunikasi serta pendekatan Manajemen POAC sebagai upaya Radio Karysma FM dalam mempertahankan Eksistensi.**

Strategi Komunikasi menurut Cangara (2017) merupakan gambaran tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam upaya mencapai tujuan. Strategi atau perencanaan lebih banyak didekati oleh konsep manajemen yang pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan konsisten serta dikelola untuk memilih cara yang paling mendukung untuk mencapai suatu tujuan (Cangara, 2017).

Seperti Upaya yang dilakukan Radio Karysma FM dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio Keluarga di Boyolali. Dalam perencanaannya, Radio Karysma FM membuat perencanaan-perencanaan hingga mengevaluasi segala kegiatan yang telah dilakukan dalam program yang disiarkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan POAC yang dikemukakan oleh *George Robert Terry* di mana strategi meliputi *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggerakan), dan *Controlling* (Pengawasan/Evaluasi) untuk mengetahui lebih mendalam sejauh mana Radio Karysma FM melakukan strategi komunikasi pengelolaannya dalam mempertahankan konsistensi dan eksistensinya.

Radio Karysma FM merupakan radio swasta tertua yang ada di Kabupaten/Kota di Boyolali. Radio ini berdiri sejak tahun 1992, telah melewati berbagai kondisi dan perubahan zaman dari analog ke *digital* namun sampai sekarang masih *survive* dan tetap eksis di kalangan masyarakat Boyolali dan sekitarnya. Di usianya yang sudah 31 tahun berdiri, Eksistensi Radio Karysma FM hingga saat ini tidak lepas dari berbagai upaya strategis yang dilakukan dalam mempertahankan eksistensinya. Pengelolaan Radio Karysma menggunakan strategi komunikasi dan juga dengan pendekatan manajemen

POAC seperti *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggerak/Pengarah) dan *Controlling* (Pengawasan/Evaluasi). Upaya pengelolaan manajemen secara strategis ini efektif dalam upaya mempertahankan eksistensi Radio Karysma FM.

Pada tahapan *Planning*, Perencanaan sebagai awal pembuatan program di Radio Karysma FM. Cangara (2017) menyatakan bahwa perencanaan yang dikombinasikan dengan pengelolaan penyampaian pesan dapat membidik sasaran yang tepat sehingga tujuan dapat tercapai. Sebagai sebuah strategi, maka perencanaan merupakan langkah awal yang dilakukan oleh Radio Karysma FM dalam menyusun sebuah program. Perencanaan dilakukan dengan merumuskan kegiatan-kegiatan seperti menentukan segmentasi pendengar yang disasar dilanjutkan dengan menyusun program siaran seperti menentukan jam siar yang efektif atau penjadwalan program sesuai, menentukan nama program, kemudian menentukan jenis musik dan materi yang sesuai dengan program.

Dalam proses *Organizing*. Radio Karysma FM telah menyusun struktur organisasi dengan menempatkan SDM yang dimiliki pada beberapa bagian, yang dirancang sesuai dengan tujuan perusahaan. Radio Karysma FM memiliki struktur organisasi yang terdiri dari Direktur Operasional, Divisi Program, Divisi Teknik, Divisi *Marketing*, Divisi Administrasi dan Divisi Siaran. Di Radio Karysma FM pembagian jadwal kerja dibagi dengan sistem kerja *Shift*. Setiap Divisi di Radio Karysma FM mempunyai *Job Desk* masing-masing sesuai dengan TUPOKSI (Tugas Pokok dan Fungsi) yang mengacu pada SOP (Standart Operasional Prosedur) Perusahaan yang telah ditetapkan.

Proses (*Actuating*) pengarahan karyawan di Radio Karysma FM adalah dengan berdiskusi, yang dinilai lebih efektif dan terarah. Bentuk pengarahan dari Direktur Operasional biasanya tentang pengarahan agar program acara tetap stabil. Proses pengarahan karyawan dilakukan Pimpinan kepada semua Divisi agar tetap mentaati Standart Operasional Prosedurnya masing-masing. Pengarahan karyawan dilakukan melalui 2 cara yaitu *offline* dan *online* karena lebih fleksible mengikuti perubahan zaman yang memudahkan komunikasi bisa dilakukan kapanpun. Di Radio Karysma FM proses pengarahan sudah berjalan dengan teratur karena para staff sudah mengetahui *Job Desk*-nya masing-masing.

Proses pengarahan juga dilakukan oleh perusahaan dalam memotivasi karyawan agar bekerja secara terarah dan maksimal melalui *reward*. perusahaan memberikan apresiasi kinerja kepada karyawan, berbagai apresiasi dan motivasi yang diberikan oleh Radio Karysma FM kepada para karyawan. Pengarahan juga diberikan oleh perusahaan dengan memberikan suasana kerja yang harmonis secara kekeluargaan agar karyawan nyaman bekerja, mampu mencapai target dan juga agar tercipta loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Pengarahan ternyata berpengaruh besar terhadap loyalitas karyawan, bentuk loyalitas tersebut adalah usaha karyawan untuk memajukan perusahaan.

Lingkungan kerja ternyata juga berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Lingkungan kerja di Radio Karysma FM di-*setting* seperti suasana lebih terasa seperti keluarga. Hal tersebut dilakukan perusahaan sebagai proses pendekatan dalam rangka mengarahkan semua Divisi agar bisa bekerja dengan maksimal. Suasana kerja terbentuk seperti keluarga karena sebagian besar karyawan di Radio Karysma FM sudah bekerja dengan kurun waktu yang cukup lama, sehingga sudah terjalin hubungan yang baik diantara seluruh karyawan dengan pemilik yang sudah berjalan dengan harmonis.

Dalam proses (*Controlling*), Pengawasan di Radio Karysma FM diterapkan untuk mengawasi program siaran. Semua program di Radio Karysma FM melalui pengawasan.

Pengawasan dilakukan agar program yang tersebut tidak meleset dari segmentasi dan juga agar tidak keluar dari kesesuaian siaran. Selain pengawasan secara internal, program di Radio Karysma FM juga diawasi oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

Pengawasan mempunyai tujuan agar tetap ada kontrol dari hal-hal yang kurang tepat pada saat siaran, agar terhindar dari teguran KPI. Cara memonitoring program salah satunya dilakukan oleh direktur Operasional dengan cara mendengarkan siaran radio pada siaran berlangsung, baik di kantor maupun di ketika sedang dalam perjalanan. Pengawasan juga dilihat dari partisipasi pendengar dalam program yang disiarkan., hal tersebut bisa dilihat dari seberapa banyak atensi pendengar, dilihat dari antusias pendengar terhadap suatu program. Cara lain adalah tetap memonitoring program dan juga pengecekan rekaman siaran. Improvisasi pada saat siaran menjadi hal yang riskan, improvisasi yang berlebihan atau keluar dari ketentuan siaran justru berbahaya, maka dari itu pengawasan terus dilakukan.

Minat masyarakat terhadap program yang disiarkan merupakan salah satu penentu evaluasi. Di sebuah Radio, musik merupakan indikator selera pendengar. Di Radio Karysma FM tidak ada evaluasi berkala, karena jika ada ketidak sesuaian maka akan langsung dievaluasi melalui diskusi. Evaluasi langsung diberlakukan hanya saat terjadi ketidak sesuaian SOP (Standart Operasional Prosedur) dan itu sifatnya tidak menentu. Evaluasi dilakukan secara *virtual* melalui sosial media untuk berdiskusi, walaupun tidak ada evaluasi berkala, namun proses pengawasan dan evaluasi tetap diterapkan melalui pemantauan yang terus dilakukan oleh perusahaan.

### Konsistensi Program Siaran Menjadi Kunci Eksisnya Radio Karysma FM

Konsistensi merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan. Karakter yang konsisten dapat membuat suatu perusahaan lebih menonjol dan dikenal karena konsistensi meningkatkan personal branding perusahaan. Konsistensi *personal branding* perusahaan diperlukan dalam upaya membangun citra baik maupun ciri khas sebuah perusahaan, agar mendapatkan reputasi baik di hadapan publik. Konsistensi perusahaan disimpulkan bahwa upaya Radio Karysma FM dalam mempertahankan eksistensinya adalah dengan konsisten menyiarkan program-program yang diminati pendengar, hal tersebut dilakukan dalam upaya mempertahankan pendengar.



Gambar 1. Peta Wilayah Layanan Siaran Radio Karysma FM  
Sumber: *Company Profile* Radio Karysma FM, 2019

Salah satu strategi komunikasi yang digunakan adalah pendekatan dengan pendengar melalui media *online*, seperti *request* lagu dan kirim salam, serta menggunakan logat ataupun bahasa daerah pada saat siaran. Strategi pembuatan program acara yang diminati khalayak juga tidak lepas dari kecermatan memilih segmentasi pendengar dan jenis musik yang sedang digemari. Saat ini musik yang sedang tren adalah Dangdut Jawa, karena saat ini musik Dangdut Jawa sedang populer dan banyak disukai oleh banyak pendengar di semua lapisan masyarakat. Program musik campursari merupakan program utama di Radio Karysma FM yaitu Dipotsari (Didi Kempot Campursari), alasan program musik campursari Dipotsari sangat diminati banyak pendengar karena sajian musiknya yaitu lagu-lagu dari penyanyi terkenal Didi Kempot yang dinilai masih menjadi lagu campursari sepanjang masa yang begitu berkesan bagi banyak pendengar dan disiarkan di jam *prime time* Radio Karysma FM yaitu pukul 09.00 WIB sampai pukul 11.00 WIB. Bahkan karena begitu populernya, Program Dipotsari di *back up* oleh promotor produk teh sebagai *sponsorship* pada program tersebut.

Di Radio Karysma FM, konsistensi dilakukan dalam menyiarkan program yang sudah berjalan lama dan masih diminati oleh pendengar. Ada berbagai macam program, ada program kerjasama maupun produksi sendiri. Program tersebut terdiri dari program yang bertema berita, hiburan, pendidikan (edukasi), budaya dan juga religi. Tujuan dari program di Radio Karysma FM untuk melayani masyarakat, memberikan informasi yang bermanfaat. Program radio tidak hanya berisi hiburan saja namun juga ada muatan yang mengedukasi pendengar. Selain itu, program radio juga mempunyai supaya perusahaan mendapatkan pemasukan dari segi komersil mengingat Radio Karysma FM merupakan radio swasta.

Hampir semua program di Radio Karysma telah disiarkan secara konsisten, walaupun ada salah satu program unggulan yaitu Wayang Kulit yang sementara tidak ditayangkan karena masih menunggu pembaharuan kontrak dari klien. Program acara di Radio Karysma FM tidak berubah selama masyarakat masih menyukai program-program di Radio Karysma FM, program yang masih diminati tidak akan diganti dan masih akan disiarkan terus secara konsisten. Program acara yang ada di Radio Karysma FM merupakan *daily program* yang konsisten disiarkan.

Alasan program-program di Radio Karysma FM disiarkan secara konsisten adalah agar para pendengar hafal sehingga bisa konsisten dalam mendengarkan program acara pada waktu dan jam yang sama seperti biasanya. Karena jika program secara *continue* disiarkan di jam yang sama setiap harinya, maka sudah seperti terekam di ingatan para pendengar melalui konsistensi program yang rutin disiarkan. Alasan selanjutnya adalah karena program yang disiarkan sudah sesuai dengan segmentasi yang menjadi program harian masih disukai oleh pendengar. Program acara yang disiarkan juga dipengaruhi oleh klien sebagai sponsor program di Radio Karysma FM, yang ingin masuk di jam *prime time* Radio Karysma FM.

Konsistensi di Radio Karysma FM disimpulkan menjadi langkah yang dilakukan perusahaan tentang bagaimana sebuah stasiun radio tetap menyajikan konten siaran secara konsiten. Tujuan konsistensi dalam menyiarkan program secara teratur adalah agar pendengar tidak bingung, mungkin hal itu dapat terjadi apabila program siaran diganti-ganti. Program Musik Campursari yaitu Dipotsari atau Didi Kempot Campursari. menjadi program favorit pendengar dan merupakan program unggulan di Radio Karysma FM. Ada juga program yang bermuatan lokal yaitu Wayang Kulit yang saat ini masih *off* sementara karena biaya operasionalnya yang cukup tinggi dan klien masih dalam proses

pembaharuan kontrak. Program Dipotsari diunggulkan di Radio Karysma FM karena mempunyai tingkat pendengar dengan jumlah yang tinggi.

Upaya lain dari Radio Karysma FM dalam menarik pendengar baru ataupun pemasang iklan adalah dengan menggunakan melebarkan *branding* melalui sosial media dan internet, mengikuti minat pendengar serta menyesuaikan segmentasi agar klien tertarik untuk melakukan kerjasama dengan Radio Karysma FM. Cara yang dilakukan adalah dengan mempresentasikan kepada klien bahwa suatu program acara mempunyai jumlah pendengar yang tinggi sehingga klien berminat untuk memasang iklan. Promo yang menarik di sosial media juga efektif dalam menarik klien sekaligus sebagai *branding* Radio Karysma FM ke ranah yang lebih luas. Upaya Radio Karysma FM dalam usahanya untuk semakin menjangkau pasar dan pendengar yang lebih luas, adalah dengan mengadopsi teknologi seperti *streaming* serta penggunaan sosial media sehingga sangat membantu operasional radio dalam upaya melancarkan strategi komunikasi.

Penggunaan bahasa siaran juga mempengaruhi *attention* (perhatian) pendengar. Penggunaan Bahasa Daerah atau Logat Bahasa Daerah seperti *Accent* Bahasa Jawa pada saat siaran pun juga menjadi salah satu daya tarik tersendiri yang merupakan strategi komunikasi dalam upaya untuk menjalin keakraban dengan para pendengar. Radio Karysma FM mempunyai ciri khas tersendiri yang terletak pada *positioning* yang menysasar segmen menengah ke bawah produktif pemilihan segmentasi pendengarnya yaitu usia dewasa. Di Radio Karysma FM tetap mempertahankan pemutaran lagu *Official* atau Lagu *Original* bukan lagu-lagu yang di-Cover. Berbagai upaya tersebut merupakan strategi dalam mempertahankan ciri khas Radio Karysma FM agar berbeda dengan radio lain.

### **Eksistensi Radio Karysma FM melalui Konsistensi Program dan Adaptasi Teknologi Digital**

Konsistensi program siaran yang sudah dilakukan oleh Radio Karysma FM didukung dengan adanya komitmen perusahaan untuk terus meng-*update* perkembangan teknologi di era digital. Strategi yang dilakukan oleh Radio Karysma FM dalam mempertahankan eksistensi di era *digital* adalah dengan mengadopsi teknologi seperti *Streaming* yang mendukung operasional siaran dan ditambah dengan penggunaan sosial media yang juga mendukung *branding* dan sarana komunikasi. Terobosan baru di Radio Karysma FM saat ini adalah siaran Radio Karysma FM bisa didengarkan melalui *Smartphone* tanpa menggunakan Aplikasi, yaitu dengan hanya menggunakan *Link URL*, ketika *link* tersebut ditekan, maka langsung bisa muncul siaran Radio Karysma FM selama *Smartphone* tersebut terhubung dengan internet. Di masa sekarang ini media penyiaran harus mampu mengikuti perkembangan zaman di era digital saat ini jika berkomitmen untuk terus bisa eksis di Industri Penyiaran Radio.

Komitmen yang dibangun Radio Karysma FM adalah ingin menjadi media penyiaran yang bisa terus mengadopsi teknologi dan dapat terus beradaptasi dengan perkembangan zaman. Menjadi lembaga penyiaran yang positif untuk masyarakat Boyolali dan sekitarnya sesuai dengan Undang-Undang Penyiaran. Komitmen Radio Karysma FM pada segi *positioning* atau segmentasi pendengar yang disasar adalah dengan cara mengemas program siaran dengan menyesuaikan sajian siaran bermuatan lokal yang menjadi kegemaran para pendengar dan masyarakat lokal. Radio Karysma FM berkomitmen menjadi media penyiaran yang netral dan *valid* dalam memberikan informasi serta konsisten dalam memberikan hiburan.

Radio Karysma FM berharap bahwa untuk kedepannya, masyarakat dapat lebih mencintai media radio karena mendengarkan radio semakin dipermudah dengan diadopsinya berbagai teknologi pendukung. Keoptimisan menjadi pegangan dalam mempertahankan eksistensi Radio Karysma FM, optimis akan kelebihan radio yang tidak dimiliki media lain, kemudian beradaptasi ke era digital. Walaupun kondisi ekonomi juga mempengaruhi Industri Penyiaran Radio namun tetap berharap agar radio tetap bisa bertahan. Kedepannya, Radio Karysma FM terus konsisten memberikan hiburan serta edukasi dengan cara yang sederhana dan praktis dan juga dapat terus berkontribusi dalam mendukung program-program Pemerintah.

### Sub Temuan Data (*Research Results Sub Section*)

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi menggunakan Formula *Lasswell* dari *Harold D. Lasswell* serta pendekatan manajemen *POAC* dari *George R. Terry* merupakan upaya yang sudah efektif yang diterapkan Radio Karysma FM dalam mempertahankan konsistensi siaran dan eksistensi radio di era digital saat ini. Strategi komunikasi dilakukan dengan pendekatan keakraban kepada para pendengar melalui penggunaan Logat atau Aksen Bahasa Daerah yaitu Aksen Bahasa Jawa pada saat siaran, yang menjadi daya tarik perhatian para pendengar.

Radio Karysma FM tetap eksis hingga kini karena keberhasilannya dalam mengelola manajemen perusahaan, dimana Radio Karysma FM bisa tetap konsisten menyiarkan program-program menarik yang sesuai segmentasi pendengar atau minat masyarakat. Strategi lain yang dilakukan adalah upaya Radio Karysma FM untuk terus mengadopsi teknologi di era digital saat ini sebagai sistem pendukung proses siaran radio, seperti penggunaan *link* siaran *live*, saluran siaran *streaming* dan penggunaan berbagai *platform* media sosial yang populer di masyarakat sebagai sarana *branding* dan komunikasi. Hal tersebut sebagai upaya yang diterapkan Perusahaan untuk menjangkau masyarakat lebih luas lagi, sekaligus sebagai langkah Radio Karysma FM dalam beradaptasi di era digital.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Karysma FM adalah dengan menggunakan Formula *Lasswell*, yaitu menggabungkan komponen-komponen komunikasi yang saling berhubungan secara fungsional. Menggambarkan proses komunikasi dengan menjawab pertanyaan “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*”, yang artinya “Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana”. Kemudian dijawab dengan hasil sebagai berikut:

1. *Communicator*: Dalam penelitian ini, Penyiar Radio Karysma FM berperan sebagai komunikator, sebagai sosok yang berperan aktif dalam menjalin komunikasi terhadap para komunikan yaitu para pendengar Radio Karysma FM.
2. *Messages*: Pesan yang disampaikan oleh Komunikator atau Penyiar Radio Karysma FM yaitu seputar Tips, Informasi, Berita, *Greeting* dan Salam dari para Pendengar. Pesan disampaikan dengan menggunakan Bahasa yang ringan dan lugas, sehingga publik dapat dengan mudah memahami pesan siaran, konten yang disiarkan, serta program siaran Radio Karysma FM. Berbagai cara dilakukan oleh penyiar Radio Karysma FM untuk menyampaikan pesan atau isi siaran kepada para pendengar. Penyampaian pesan salah satunya adalah menggunakan teknik penggunaan Logat Bahasa Daerah atau *Accents* Bahasa Jawa pada saat siaran (proses penyampaian pesan). Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar publik lebih mudah memahami dialog siaran serta dapat dengan mudah menerima pesan yang disampaikan. Karena

- dialog siaran sudah seperti Bahasa yang digunakan sehari-hari dan menjadikan dialog siaran sebagai daya tarik para pendengar.
3. **Media:** Sebagai sarana dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media yang digunakan oleh penyiar dalam menyampaikan pesan (proses komunikasi) kepada para pendengar adalah melalui pancaran Gelombang Siaran Radio Karysma FM, Siaran *Streaming* Stasiun Radio Karysma FM yang didukung dengan Sosial Media yang digunakan.
  4. **Komunikasikan:** Penerima Pesan dalam proses komunikasi ini adalah masyarakat atau public, khususnya para pendengar Radio Karysma FM dimanapun para pendengar berada. Komunikasikan merupakan salah satu aspek penting dalam proses komunikasi agar timbul rasa saling memahami dan dapat menjalin hubungan serta kerjasama yang tepat untuk mendukung satu sama lain.
  5. **Effect:** Dalam penelitian ini bisa disimpulkan bahwa penggunaan Logat Bahasa Daerah atau Aksen Bahasa Jawa pada saat siaran menjadi daya tarik untuk mendapatkan perhatian dari para pendengar sehingga Radio Karysma FM akan terus didengarkan. Strategi komunikasi dengan teknik penggunaan Logat Bahasa Jawa pada saat proses siaran menjadi strategi yang efektif yang diterapkan oleh Radio Karysma FM, sebagai daya tarik untuk memperoleh perhatian dari para pendengar, sehingga terjalin kedekatan antara penyiar dengan para pendengar. Strategi tersebut dilakukan secara konsisten sehingga Radio Karysma FM bisa terus eksis mengudara dengan usianya yang sudah memasuki 31 tahun. Penggunaan Bahasa Siaran ternyata mempengaruhi *attention* (perhatian) pendengar. Penggunaan Bahasa Daerah atau Logat Bahasa Daerah seperti Logat Bahasa Jawa ataupun pengucapan Bahasa Indonesia dengan Logat Bahasa Jawa pada saat *on air* siaran juga menjadi salah satu daya tarik tersendiri. Hal tersebut merupakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Karysma FM dalam upaya menjalin keakraban dengan para pendengar.

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa pengelolaan Radio Karysma FM juga dilakukan dengan pendekatan manajemen *POAC* (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) oleh *George R. Terry*. Manajemen *POAC* dilakukan secara terarah dengan tahap sebagai berikut:

1. *Planning* (perencanaan) pembuatan program yang sesuai, diawali dengan menentukan segmentasi pendengar, materi siaran, jam siar dan nama program.
2. *Organizing* (pengorganisasian) dengan membentuk Divisi-Divisi di dalam perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan dan penempatan SDM (Sumber Daya Manusia) yang berkompeten dibidangnya.
3. *Actuating* (penggerakan) yaitu dengan mengarahkan karyawan melalui pendekatan *humanisme* secara diskusi, serta penggerakan karyawan dengan memberikan motivasi dalam bentuk apresiasi terhadap kinerja karyawan, agar karyawan semakin loyal terhadap perusahaan. Bentuk *support system* yang juga diberikan oleh perusahaan kepada para karyawan adalah Radio Karysma FM menciptakan suasana kerja secara kekeluargaan yang berpengaruh terhadap loyalitas karyawan, agar semua staff bisa bekerja dengan nyaman, bisa mengembangkan *skill*, sehingga kinerja yang dilakukan bisa maksimal dan mencapai target.
4. *Controlling* (pengawasan) sudah dilakukan dari Internal Perusahaan Radio Karysma FM maupun dari Eksternal yaitu KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) agar program siaran berjalan sesuai prosedur dan tidak keluar dari *kaidah* siaran. Evaluasi

dilakukan pada saat terjadi ketidaksesuaian pada proses siaran, namun sifatnya tidak menentu, karena program sudah sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang sudah ditetapkan.

Upaya lain yang dilakukan oleh Radio Karysma FM adalah mengadopsi teknologi seperti Aplikasi *Streaming* seperti *SVARA* (Aplikasi *Streaming*), *Link Siaran Streaming* dan penggunaan Sosial Media Populer seperti *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, dan berbagai aplikasi lainnya untuk memperlancar operasional proses siaran sebagai bagian dari adaptasi Radio Karysma FM pada era digital saat ini. Radio Karysma FM mempunyai ciri khas tersendiri yang terletak pada *positioning* yang menasar segmen menengah ke bawah produktif dan pemilihan segmentasi pendengarnya yaitu usia dewasa. Di Radio Karysma FM tetap mempertahankan pemutaran Lagu *Official* bukan Lagu *Cover*. Berbagai upaya tersebut merupakan strategi dalam mempertahankan ciri khas Radio Karysma FM agar berbeda dengan radio lain.

Fakta yang diperoleh dari hasil wawancara yang bersumber dari informan berkompeten yang sudah melakukan *survey*, mengungkapkan fakta bahwa di tengah gencarnya teknologi yang menggeser keberadaan radio, Ternyata masih banyak dari pendengar yang masih menggunakan radio analog (konvensional) untuk mendengarkan siaran radio. Radio konvensional dinilai sebagai media yang gratis dan praktis bagi masyarakat dalam memperoleh hiburan dan informasi, karena ternyata tidak semua kalangan masyarakat *update* dengan perkembangan teknologi dan masih memilih menggunakan cara lama dalam mendengarkan radio.

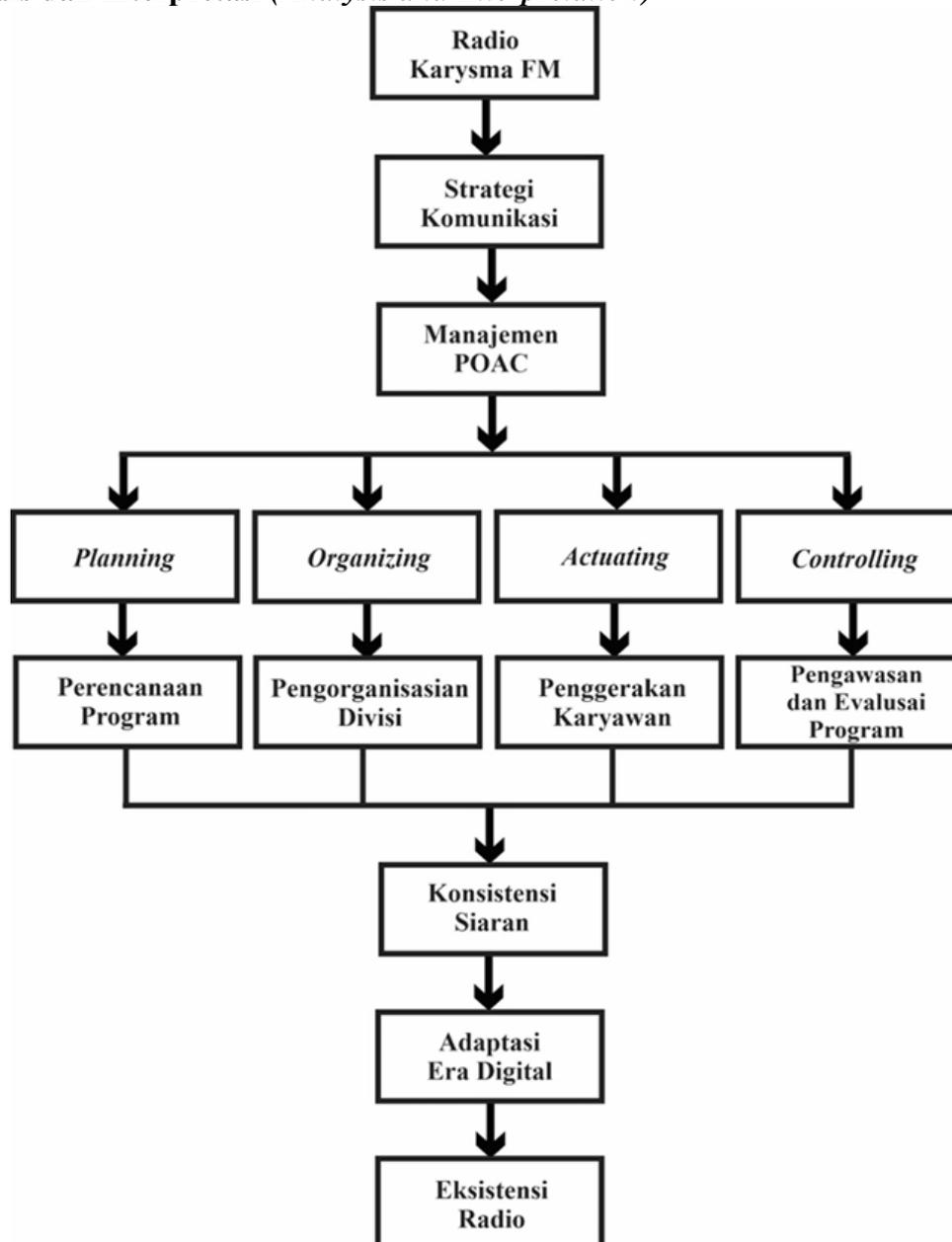
Tantangan yang berpengaruh justru bukan karena konvergensi media melainkan oknum Radio-Radio Gelap, Radio-Radio Ilegal yang tak berizin resmi, yang justru merusak frekuensi dan menjatuhkan pasar radio. Radio-Radio Gelap tersebut dengan bebasnya menyiarkan berbagai hal yang tidak sesuai dengan Peraturan Penyiaran. Kerugian akibat aktivitas radio ilegal memang cukup kompleks. Iklim usaha bagi perusahaan penyiaran rusak dan juga menimbulkan interferensi frekuensi, dimana Radio resmi rutin memberikan pajak penggunaan frekuensi dan pajak usaha, sedangkan radio ilegal tidak. Dampak kerugiannya sangat nyata dan langsung. Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Tengah mendapat banyak aduan terkait aktivitas radio ilegal yang bersiaran di Wilayah Jawa Tengah. Aduan mengenai radio ilegal selalu ada setiap agenda *monitoring* lapangan. Aduan tidak hanya disampaikan kalangan praktisi penyiaran atau pengelola radio resmi, melainkan juga dari elemen masyarakat.

Praktik siaran Radio Gelap dilakukan semena-mena karena terkadang memakai frekuensi yang sama dengan radio resmi setempat dan sampai sekarang permasalahan mengenai radio gelap seakan tak kunjung usai. Selain mengganggu peredaran frekuensi, juga mengganggu Iklim Bisnis Radio. Oleh karena itu dalam permasalahan ini membutuhkan tindakan yang masif dan terstruktur agar Iklim penyiaran bisa pulih dan semakin sehat. Tantangan semua stasiun Radio resmi justru bukan karena dampak perkembangan teknologi media, melainkan maraknya praktik siaran Radio Gelap yang semakin merajalela, membuat seluruh Lembaga Penyiaran Resmi terus waspada dan berusaha mempertahankan perusahaan dari dampak Radio-Radio Gelap ilegal yang dapat merusak pasar Industri Penyiaran Radio.

Pada penelitian terdahulu yang dijadikan referensi, mempunyai topik penelitian yang hampir sama namun menggunakan teori yang berbeda yaitu pada penelitian sebelumnya menggunakan teori dari *Peter Pringle* dan teori *Agenda Setting*. Letak pembeda pada penelitian ini adalah teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu

menggunakan Strategi komunikasi dengan Formula *Lasswell* serta dengan pendekatan manajemen *POAC* oleh *George R. Terry*. Pada penelitian ini, peneliti belum masuk ke ranah proses kerja pada sistem Teknologi Informasi yang diadopsi oleh Radio Karysma FM, hal tersebut dapat dipergunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### Analisis dan Interpretasi (*Analysis and Interpretation*)



Gambar 2. Analisis Penelitian

#### SIMPULAN (*CONCLUSION*)

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi yang diterapkan dan juga pengelolaan dengan menggunakan pendekatan Manajemen *POAC*, merupakan upaya yang sudah efektif yang dilakukan Radio Karysma FM dalam mempertahankan konsistensi siaran dan eksistensi radio di era

digital saat ini. Strategi Komunikasi dilakukan dengan pendekatan keakraban dengan para pendengar dengan penggunaan Logat Bahasa Daerah (Aksen Bahasa Jawa) pada saat siaran yang menjadi daya tarik tersendiri dan mempengaruhi perhatian dari para pendengar. Manajemen *POAC* dilakukan secara terarah dari mulai *Planning* (Perencanaan) penyusunan program yang sesuai, *Organizing* (Pengorganisasian) dengan membentuk Divisi-Divisi di dalam perusahaan dengan SDM yang berkompeten dibidangnya, *Actuating* dengan mengarahkan karyawan dengan pendekatan *humanisme* dan diskusi. Penggerakan karyawan dengan memberikan motivasi dalam bentuk apresiasi terhadap kinerja karyawan, agar karyawan semakin loyal terhadap perusahaan. Bentuk *support system* yang juga diberikan oleh perusahaan kepada para karyawan adalah Radio Karysma FM menciptakan suasana kerja secara kekeluargaan agar semua staff bisa bekerja dengan nyaman dan produktif. *Controlling* (Pengawasan) sudah dilakukan dari Internal Perusahaan oleh Radio Karysma FM maupun dari Eksternal oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) agar program siaran berjalan sesuai prosedur dan tidak keluar dari kaidah siaran. Evaluasi dilakukan pada saat terjadi ketidaksesuaian pada proses siaran, namun hal tersebut sifatnya tidak menentu, karena program sudah disusun sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang sudah ditetapkan.

Temuan pada penelitian ini adalah tantangan yang berpengaruh pada industri penyiaran radio justru bukan karena konvergensi media melainkan Radio-Radio Gelap yang tidak berizin resmi, yang justru merusak frekuensi dan menjatuhkan Pasar Radio Resmi. Fakta yang diperoleh dari hasil wawancara yang bersumber dari informan yang melakukan *survey*, mengungkapkan bahwa di tengah gencarnya teknologi yang menggeser keberadaan radio, ternyata masih banyak dari masyarakat yang masih memilih menggunakan radio konvensional untuk mendengarkan siaran radio, karena tidak semua kalangan *update* dengan teknologi dan masih menggunakan cara lama dalam mendengarkan Radio untuk memperoleh Hiburan dan Informasi. Radio mempunyai kelebihan yang tidak dimiliki media lain yaitu merupakan media massa yang Gratis dan Praktis. Dialog siaran berlogat Bahasa Daerah (Aksen Bahasa Jawa) menjadi strategi komunikasi untuk menjalin keakraban dengan para pendengar, karena dialog siaran dengan Logat Bahasa Daerah dapat mempengaruhi dan menarik perhatian (*attention*) dari para pendengar (*listener*).

Pada penelitian terdahulu mempunyai topik penelitian yang hampir sama namun menggunakan teori yang berbeda yaitu teori *Peter Pringle* dan teori *Agenda Setting*. Letak pembeda pada penelitian ini adalah teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan Strategi komunikasi dengan Formula *Lasswell* serta dengan pendekatan manajemen *POAC* oleh *George R. Terry*. Pada penelitian ini, peneliti belum masuk ke ranah proses kerja pada sistem Teknologi Informasi yang diadopsi oleh Radio Karysma FM, hal tersebut dapat dipergunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

Saran dari peneliti kepada manajemen Radio Karysma FM agar lebih meningkatkan lagi aspek manajemen *POAC* dengan *Planning* yaitu perencanaan program yang semakin matang, *Organizing* dengan penerapan sistem pengorganisasian perusahaan yang semakin terstruktur. Tahap *Actuating* dengan lebih sering memotivasi karyawan agar para staff semakin bersemangat dan semakin produktif. Tahap *Controlling* dengan pemantauan yang *continue* serta mengadakan evaluasi berkala, agar program-program acara semakin menarik di kalangan para pendengar Radio Karysma FM

Saran selanjutnya yaitu agar Radio Karysma FM agar lebih sering dan lebih gencar lagi melakukan *branding* Radio Karysma FM di berbagai *Platform Digital*. Upaya tersebut diharapkan agar Radio Karysma FM semakin dikenal luas di seluruh wilayah.

Karena jangkauan siarannya pun juga sudah semakin meluas setelah adanya aplikasi *Streaming* dan penggunaan Sosial Media yang Populer. Hal tersebut dilakukan untuk semakin melebarkan jangkauan siaran sebagai upaya adaptasi teknologi di era digital dan semakin mengukuhkan eksistensi Radio Karysma FM di Industri Penyiaran Radio tingkat Regional di Indonesia.

## REFERENSI

- Bungin, B. (2018). Ringkasan dan Ulasan Buku Analisis Data Penelitian Kualitatif.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cresswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Evertson, e. a. (2011). *Manajemen Kelas Untuk Guru SD*. Jakarta: Kencana.
- Karysma FM, R. (2019). *Company Profile PT. Radio Karya Pancaran Swamedia (Radio Karysma FM)*. Boyolali: PT. Radio Karya Pancaran Swamedia .
- Kemenparekraf. (2021). *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Peran Radio dari Masa ke Masa*. Retrieved from [www.kemenparekraf.go.id](http://www.kemenparekraf.go.id): <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Peran-Radio-dari-Masa-ke-Masa>
- Muri, Y. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nielsen. (2016). *Penetrasi Media 2016 Jangkauan Pendengar Radio 38 Persen*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id): <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/17/jangkauan-pendengar-radio-38-persen>
- Priyono. (2007). *Pengantar Manajemen*. Surabaya: Zifatama.
- Sukarna. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Mandar Maju.
- Swarakendal. (2021). *PERAN STRATEGIS RADIO DI MASA PANDEMI*. Retrieved Maret Kamis, 30, from [swarakendal.com](http://swarakendal.com): <https://swarakendal.com/peran-strategis-radio-di-masa-pandemi/>
- Syarief, R. M. (2005). *Life Excellent*. Jakarta: Prestasi.
- Terry, G. R. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- West, R., & Turner, L. H. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.